

Directeur de la collecte de fonds et du mécénat

Niveau 7

BLOCS
Bloc 1 : Elaborer la stratégie globale de collecte de fonds et de mécénat en adéquation avec les valeurs et l'identité de l'organisation
Bloc 2 : Déployer et optimiser la stratégie de collecte de fonds et de mécénat grand public multicanale
Bloc 3 : Déployer et optimiser la stratégie de collecte auprès des donateurs stratégiques
Bloc 4 : Mobiliser et accompagner l'équipe en charge de la collecte de fonds au sein de l'organisation

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
Bloc 1 : Elaborer la stratégie globale de collecte de fonds et de mécénat en adéquation avec les valeurs et l'identité de l'organisation			
A1.1 Veille stratégique et analyse de l'environnement du secteur de la collecte de fonds et du mécénat - Analyse des évolutions juridiques, fiscales et réglementaires nationales et internationales - Identification des tendances sociétales et technologiques	C.1.1. Mener une veille stratégique sur le secteur de la collecte de fonds et du mécénat en analysant les évolutions juridiques, fiscales et réglementaires aux niveaux national et international, en identifiant les opportunités de collecte adaptées, et en intégrant les tendances sociétales et technologiques, afin d'anticiper les mutations du secteur et d'identifier des opportunités d'innovation.	ME1. Etude de cas Sur la base de la situation d'une organisation (contexte, finances, ...), le candidat effectue une analyse sur le contexte de l'organisation, sa concurrence et son marché. Il élabore ensuite une stratégie globale de collecte de fonds et de mécénat en adéquation avec les valeurs et l'identité de l'organisation qui comprend : Une veille stratégique sectorielle (C.1.1) Un diagnostic de l'environnement interne et externe (modèle socio-économique) (C.1.2) L'élaboration d'une stratégie de collecte et de mécénat (C.1.3) La structuration du discours de cause (C.1.4) La construction d'un budget prévisionnel de collecte de fonds (C.1.5)	CE.1.1 : Le candidat réalise une veille sur le secteur de la collecte de fonds et du mécénat : - La veille mobilise des sources multiples couvrant les niveaux national et international (sites spécialisés, institutions, ...) - Les évolutions juridiques, fiscales et réglementaires sont identifiées et décrites ; - Des tendances sociétales et technologiques sont repérées et illustrées par des exemples concrets. - Les opportunités de collecte sont recensées, incluant des dispositifs proposés par des acteurs institutionnels (subventions publics et européennes), des fondations, fonds de dotation et des appels à projets. - Des pistes d'innovation sont formulées à partir des éléments analysés
	C.1.2. Analyser l'environnement interne et externe de l'organisation en réalisant un diagnostic de son modèle socio-économique, de son positionnement, en définissant sa vision, ses missions, ses spécificités et ses valeurs, et en conduisant un audit interne à l'aide d'outils adaptés, afin de structurer la stratégie de fundraising.		CE.1.2 : Le candidat réalise un diagnostic de l'environnement interne et externe de l'organisation : - La vision, les missions, les valeurs et les spécificités de l'organisation sont définies et prises en compte dans l'analyse. - Le diagnostic externe prend en compte l'analyse du marché, des tendances, des acteurs clés et des opportunités. - Le diagnostic interne identifie les forces, faiblesses, ressources et contraintes organisationnelles. - Des outils d'analyse tels que SWOT, PESTEL, ou autres, sont utilisés de manière appropriée pour évaluer les facteurs internes et externes. - L'analyse repose sur des données quantitatives et qualitatives, et l'audit interne intègre des informations provenant de différentes sources au sein de l'organisation.

A1.2 Définition stratégique et opérationnelle de la politique de collecte de fonds - Identification des cibles, des leviers de collecte et des opportunités de diversification - Structuration du cadre stratégique de collecte en lien avec les valeurs de l'organisation - Élaboration du discours de cause et de l'argumentaire de collecte	C.1.3. Élaborer la stratégie de collecte de fonds et de mécénat en définissant les moyens de mise en œuvre et les cibles adaptés à la stratégie et aux valeurs de l'organisation, en identifiant les leviers de collecte et opportunités de diversification, tout en intégrant les enjeux éthiques, réglementaires et réputationnels ainsi que les cadres juridique et fiscal, afin d'assurer un développement financier aligné avec les valeurs et la mission de l'organisation. C.1.4. Structurer le discours de cause et l'argumentaire de collecte en s'appuyant sur le positionnement stratégique de l'organisation, les attentes des donateurs et les valeurs de l'organisation, tout en garantissant une cohérence avec les évolutions du secteur, afin de construire des messages clairs et engageants adaptés aux différentes cibles.		CE.1.3 : Le candidat élabore une stratégie de collecte de fonds et de mécénat alignée avec la mission et les valeurs de l'organisation : - La stratégie définie est en cohérence avec l'analyse interne et externe préalablement menée. - Les objectifs de la collecte de fonds sont mesurables et directement reliés aux besoins financiers de l'organisation. - Les moyens et outils choisis pour la collecte (tels que des événements, des campagnes digitales, etc.) sont adaptés aux ressources et aux spécificités de l'organisation. - Les cibles identifiées (donateurs stratégiques : entreprises, grands donateurs individuels, fondations, testateurs ; grand public) sont définies, leur spécificité et leur segmentation sont justifiées par l'analyse des besoins et des capacités de l'organisation. - Les solutions proposées sont adaptées à l'évolution du marché du fundraising et de la philanthropie, et tiennent compte des nouvelles tendances et technologies. - La stratégie prend en compte les enjeux éthiques, notamment la transparence, l'intégrité et la responsabilité dans la gestion des fonds. CE.1.4 : Le candidat structure le discours de cause et l'argumentaire de collecte : - Le discours reflète le positionnement stratégique et les valeurs de l'organisation, mettant en valeur sa mission et son impact. - L'argumentaire est adapté aux motivations des cibles (individus, entreprises, fondations et fonds de dotation). - Le candidat adapte son discours aux évolutions sociétales, législatives et culturelles pour le secteur. - L'argumentaire met en avant des éléments concrets de l'impact de la collecte pour maximiser l'adhésion. - Les appels à l'action sont adaptés à chaque type de donateur, facilitant l'engagement (don, mécénat, parrainage).
--	--	--	--

- Élaboration du budget prévisionnel selon les priorités stratégiques - Prise en compte des risques financiers et des exigences de transparence	C.1.5. Construire un budget prévisionnel en prenant en compte les spécificités des différentes activités et de l'analyse économique préalablement réalisée, les risques financiers et les exigences de transparence, tout en priorisant les investissements selon les leviers de collecte identifiés, afin d'assurer une allocation efficace des ressources et obtenir la validation de la gouvernance.		CE.1.5 : Le candidat élabore un budget prévisionnel structuré et cohérent avec les enjeux de la collecte : - Le budget intègre les différentes activités identifiées lors de l'analyse économique. - Les postes de recettes et de dépenses sont renseignés avec des hypothèses argumentées. - Les risques financiers sont identifiés, notamment le risque de double financement (distinction claire entre fonds privés destinés au fonctionnement global de l'association et financements publics affectés à des projets spécifiques), avec des mesures de prévention ou d'ajustement. - Les investissements sont hiérarchisés en fonction de leur impact potentiel sur les leviers de collecte. - Les arbitrages budgétaires sont justifiés par des priorités stratégiques. - Les modalités de validation sont anticipées (support, calendrier, instances). - Un calendrier prévisionnel est établi en appui du budget
--	---	--	---

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'ÉVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
Bloc 2 : Déployer et optimiser la stratégie de collecte de fonds et de mécénat grand public multicanale			
A2.1 Conception et mise en œuvre du marketing relationnel et multicanal - Conception du plan d'action combinant prospection et fidélisation 			

- Déploiement de stratégies de prospection et d'optimisation de l'expérience donateur	C.2.3. Mettre en place des stratégies adaptées à la prospection et l'optimisation de l'expérience donateur, en mobilisant les outils digitaux et les technologies adaptés, en développant des dispositifs de gestion de la relation donateur, et en veillant au respect des réglementations en vigueur en matière de protection des données (RGPD), afin de renforcer la relation avec les donateurs.		CE.2.3 : Le candidat développe une stratégie visant à enrichir et personnaliser la relation donateur : - Les parcours donateurs sont conçus pour optimiser l'expérience donateur. - Les outils de gestion de la relation donateur (CRM, espaces donateurs en ligne, historique des dons, préférences de contact) sont utilisés pour renforcer la relation donateur. - La stratégie intègre pleinement les obligations liées au RGPD dans la collecte, l'usage et la sécurisation des données personnelles
A2.2 Pilotage de la performance des actions de collecte - Mise en place des indicateurs de suivi, tableaux de bord et outils d'analyse de la performance - Optimisation continue de la stratégie de collecte par ajustement des approches et réallocation des ressources	C.2.4. Analyser la performance des campagnes de collecte multicanales, en utilisant les outils et technologies adaptées, en mettant en place des indicateurs de suivi et tableau de bord, afin de faciliter le reporting et d'évaluer l'impact des actions. C.2.5. Ajuster la stratégie de collecte, en s'appuyant sur l'analyse des résultats, en testant de nouvelles approches et en optimisant l'allocation des ressources, afin d'améliorer en continu les performances des actions de collecte.		CE.2.4 : Le candidat analyse la performance des campagnes de collecte multicanales : - Les résultats sont évalués à l'aide d'indicateurs de performance définis en amont (taux de conversion, coût par don, taux de fidélisation, ROI...) - Des tableaux de bord sont mis en place pour suivre l'évolution des actions de manière claire, synthétique et exploitable - Les outils et technologies utilisés (CRM, outils d'analytics, reporting automatisé...) sont adaptés au suivi de la performance multicanale - Le reporting permet de restituer les résultats auprès des parties prenantes (interne, gouvernance, partenaires) CE.2.5 : Le candidat ajuste la stratégie de collecte : - L'analyse des résultats précédents est mobilisée pour identifier les leviers performants et les points de faiblesse - Des ajustements concrets sont proposés et justifiés (modification des canaux, des contenus, des cibles ou des messages) - L'allocation des ressources humaines, techniques et budgétaires est révisée en fonction des priorités identifiées et de l'efficacité des canaux

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'EVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
Bloc 3 : Déployer et optimiser la stratégie d'approche auprès des donateurs stratégiques			
A3.1 Elaboration et déploiement de la stratégie d'engagement des donateurs stratégiques - Identification des cibles à fort potentiel en lien avec la mission - Mobilisation de l'écosystème interne	C.3.1. Analyser l'écosystème de l'organisation, les cibles potentielles, l'offre existante, et les réseaux activables, en analysant leur niveau d'alignement avec la mission, les valeurs, les priorités de l'organisation, et les opportunités territoriales, afin d'identifier les cibles prioritaires avec qui rentrer en relation pour une sollicitation. C.3.2. Mobiliser les parties prenantes internes (acteurs de terrain, autres fonctions support, partenaires clé) en apportant une attention particulière à mobiliser la gouvernance et la direction de manière appropriée en fonction des cibles sollicitées et à aligner les ambitions avec les moyens humains techniques et financiers afin d'assurer le réalisme des objectifs et l'efficacité des actions.	ME.3.1. Mise en situation À partir des rapports financiers et du contexte d'une organisation, le candidat rédige une analyse et une stratégie d'approche (C31, C32, C33, C37, C38, C39). Il réalise ensuite une vidéo où il est mis en situation sur le déploiement et l'optimisation de la stratégie d'approche d'un donateur. Sur la base de cette vidéo, il argumente à l'oral (en synchrone) sur l'analyse de la situation et propose une stratégie de collecte auprès des donateurs stratégiques. Il mobilise une approche personnalisée, structurée et éthique, intégrant les leviers relationnels, patrimoniaux et institutionnels. Cette production comprend : L'identification des cibles prioritaires (C.3.1) L'implication des parties prenantes internes, y compris la gouvernance (C.3.2) L'élaboration d'un argumentaire structuré et partagé (C.3.3) Le déploiement d'un plan d'action adapté à chaque profil de donateur (C.3.4)	CE.3.1 : Le candidat identifie les cibles prioritaires (donateurs stratégiques) : - Les critères d'alignement avec la mission, les valeurs et les priorités de l'organisation sont explicités et appliqués à l'analyse des cibles ; - Les données disponibles (internes et externes) sont exploitées pour évaluer la capacité contributive et le potentiel d'engagement des cibles ; - Les dynamiques territoriales (opportunités locales, réseaux, implantations stratégiques) sont prises en compte dans l'identification des cibles ; - Un classement des cibles est établi, justifiant leur priorisation sur la base d'éléments vérifiables (degré d'affinité, antécédents, ressources mobilisables, ancrage local, etc.). CE.3.2 : Le candidat mobilise de manière coordonnée l'écosystème interne et les parties prenantes clés : - Les parties prenantes internes concernées sont identifiées et intégrées à la stratégie de collecte avec des rôles définis ; - Les partenaires clés (porteurs de projets, responsables de programmes, chercheurs, ambassadeurs locaux, ...) sont sollicités de manière à renforcer la légitimité et la crédibilité de la démarche ; - Les moyens humains, techniques et financiers sont alignés avec les objectifs de collecte, de manière argumentée ; - Des dispositifs concrets de coordination (réunions, outils partagés, reporting, rétroplanning) sont mis en place pour assurer le suivi et l'engagement des acteurs mobilisés ;

- Construction d'un argumentaire ciblé	C.3.3. Élaborer un argumentaire destiné à convaincre les donateurs stratégiques, en recensant les points clés de l'échange adaptés à chaque interlocuteur, en s'appuyant sur des données et éléments d'impact concrets, en capitalisant sur la mobilisation des parties prenantes internes et en veillant à leur engagement dans le discours porté, afin de structurer un discours convaincant.	La maîtrise de la relation avec les donateurs stratégiques (C.3.5) L'évaluation de l'impact des actions de collecte et leur amélioration continue (C.3.6)	- La mobilisation de l'écosystème contribue à une meilleure appropriation des enjeux de la collecte et à une efficacité mesurable des actions menées. CE.3.3 : Le candidat élabore un argumentaire convaincant et structuré, adapté aux donateurs stratégiques : - Les points clés de l'échange sont identifiés et adaptés au profil de chaque interlocuteur (intérêts, valeurs, leviers d'engagement, historique de relations) ; - L'argumentaire est structuré de manière logique et s'appuie sur des données concrètes et vérifiables (résultats d'impact, indicateurs de performance, retours d'expérience, témoignages) ; - Le discours est structuré de manière logique, avec une progression claire (problématique, solution, bénéfices, appel à contribution) ; - Les éléments de langage valorisent à la fois la mission de l'organisation et le rôle du donateur ; Le candidat montre une capacité à adapter son niveau de langage, son ton et ses exemples en fonction du contexte de présentation (entretien en face-à-face, événement, support écrit).
- Déploiement de plans d'action adaptés aux différents types de donateurs	C.3.4. Déployer une stratégie d'approche des donateurs stratégiques, en définissant des objectifs et des plans d'action adaptés à chaque cible (testateurs, grands donateurs, mécènes, fondations), en mobilisant des compétences relationnelles fortes, afin de maximiser leur engagement et les montants collectés.		CE.3.4: Le candidat déploie une stratégie d'approche personnalisée et engageante auprès des donateurs stratégiques : - Des objectifs mesurables et adaptés sont définis pour chaque cible de donateur, - Un plan d'action spécifique est élaboré pour chaque profil de donateur, intégrant les canaux, les messages, les temps forts et les relais internes/externes ; - Les prises de contact et interactions sont planifiées, contextualisées, et adaptées aux attentes ou au profil du donateur ; - Le candidat mobilise des compétences relationnelles fortes : qualité d'écoute, posture professionnelle adaptée au niveau stratégique de l'interlocuteur.

A3.2 Accompagnement personnalisé des donateurs stratégiques - Gestion stratégique et valorisation de la relation donateurs - Pilotage des démarches et actions menées en direction des différentes catégories de donateurs stratégiques	C.3.5. Piloter les étapes de la relation avec les donateurs stratégiques en mobilisant l'écoute active et la communication persuasive, en établissant une confiance durable, en veillant à la conformité juridique et éthique, tout en assurant un suivi méthodologique mettant en valeur l'impact de leur engagement afin de les fidéliser dans la durée. C.3.6. Évaluer l'impact des actions mises en place et assurer une amélioration continue en définissant des indicateurs de suivi, en réalisant des bilans réguliers et en mettant en place des actions correctives, afin de renforcer l'efficacité des dispositifs de collecte.		CE.3.5 : Le candidat maîtrise la relation avec les donateurs stratégiques - Le candidat utilise une écoute active en reformulant les attentes du donateur pour valider la compréhension mutuelle ; - Le candidat veille à la conformité juridique et éthique dans les différentes étapes de la relation avec les donateurs stratégiques ; - Le candidat assure un suivi structuré de la relation avec des actions mesurables ; - Le candidat met en valeur l'impact de l'engagement des donateurs ; - Le candidat développe un plan d'action pour valider l'engagement des donateurs. CE.3.6 : Le candidat évalue l'impact des actions de collecte : - Des indicateurs de suivi sont définis en lien avec les objectifs de collecte ; - Des bilans réguliers sont réalisés à partir de données consolidées, permettant une analyse qualitative et quantitative des résultats obtenus - Les écarts entre les résultats attendus et observés sont identifiés et analysés de manière argumentée ; - Des actions correctives sont proposées et mises en œuvre de manière structurée pour renforcer l'efficacité des dispositifs de collecte ; - La démarche globale s'inscrit dans une logique d'amélioration continue, avec un suivi des effets des ajustements réalisés.
--	---	--	--

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'EVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
Bloc 4 : Mobiliser et accompagner l'équipe dédiée à la collecte de fonds au sein de l'organisation			
A4.1 Organisation et accompagnement des équipes engagées dans la collecte de fonds - Analyse de l'organisation existante et identification des ressources humaines mobilisables	C.4.1. Analyser l'organisation et les ressources humaines mobilisées pour la collecte de fonds, en s'appuyant sur l'organigramme existant, en identifiant les compétences, expériences, appétences et marges de manœuvre internes, et en évaluant les écarts entre ressources disponibles et ambitions stratégiques, afin de proposer les ajustements nécessaires pour garantir la faisabilité des objectifs.	ME.4.1. Etude de cas Dans le cadre d'une étude de cas, le candidat doit analyser la situation d'une organisation à but non lucratif impliquée dans des actions de collecte de fonds. À partir d'une situation préétablie comprenant un organigramme et des éléments de contexte, il doit proposer une organisation adaptée, mobiliser les équipes et mettre en œuvre une dynamique collective cohérente avec les objectifs de collecte. Cette mise en situation comprend : L'analyse de l'organisation et des ressources humaines mobilisables (C.4.1) La déclinaison des objectifs stratégiques en objectifs opérationnels collectifs (C.4.2) La coordination des formes d'implication dans une logique inclusive et durable (C.4.3) La mise en place d'un suivi du développement des compétences et de l'engagement (C.4.4) La mobilisation des équipes, de la direction et des services autour du projet (C.4.5)	CE.4.1 : Le candidat analyse l'organisation et les ressources humaines mobilisées pour la collecte de fonds : - L'organigramme existant est utilisé pour repérer les rôles, les interactions entre fonctions, et les éventuelles zones de dispersion ou de chevauchement des responsabilités ; - Les compétences, expériences, disponibilités et centres d'intérêt des membres de l'équipe (salariés, bénévoles, prestataires) sont recensés de manière structurée et contextualisée ; - Les écarts entre les ressources disponibles et les besoins liés à la stratégie de collecte sont identifiés, à partir d'exemples concrets (fonctions non assurées, disponibilité limitée, besoin de soutien ou de coordination renforcée) ; - Une proposition d'évolution de l'organisation est formulée, en respectant les spécificités du fonctionnement associatif (gouvernance partagée, engagement bénévole, contraintes budgétaires) ; - Des ajustements sont proposés pour renforcer la mobilisation collective, en valorisant les contributions existantes et en tenant compte des réalités humaines, matérielles et éthiques de l'organisation. CE.4.2 : Le candidat décline les objectifs stratégiques en objectifs opérationnels partagés avec les équipes impliquées dans la collecte :

- Déclinaison des objectifs stratégiques en objectifs opérationnels adaptés aux réalités internes	C.4.2. Décliner les objectifs stratégiques en objectifs opérationnels, en tenant compte des ressources humaines disponibles, des compétences internes et des modes de fonctionnement propres à l'organisation, en favorisant la coopération entre les équipes et les pôles, et en adaptant la répartition des rôles si nécessaire, afin de soutenir l'engagement des acteurs autour des projets de collecte.	La prévention et la gestion des tensions relationnelles au sein de l'organisation (C.4.6)	- Les objectifs opérationnels sont formulés à l'aide d'une méthode de structuration (type SMART ou équivalent) garantissant clarté, mesurabilité et cohérence avec les priorités stratégiques ; - La déclinaison des objectifs intègre les compétences disponibles et les ressources humaines existantes (salariés, bénévoles, prestataires), avec une répartition des rôles adaptée aux capacités et aux contraintes identifiées ; - Les modes de fonctionnement propres à l'organisation sont pris en compte (niveau d'autonomie, coordination inter-pôles, temporalités des projets) dans la structuration des objectifs ; - La distinction des statuts est respectée (notamment bénévoles vs salariés), avec une prise en compte des règles de non-subordination, de reconnaissance et d'implication ; - Les objectifs définis sont partagés avec les équipes, dans une logique de coopération, et donnent lieu à un engagement formalisé ou exprimé collectivement.
- Coordination des formes d'implication dans une logique inclusive, durable et porteuse de sens	C.4.3. Coordonner les dynamiques humaines mobilisées pour la collecte de fonds, en mobilisant des formes d'implication adaptées aux temporalités des projets, en tenant compte des situations de handicap et en s'appuyant sur les leviers de sens, d'engagement et de développement des compétences, tout en veillant à prévenir les risques psychosociaux liés à l'implication émotionnelle, afin de favoriser une mobilisation durable, inclusive et cohérente avec les valeurs de l'organisation.		CE.4.3 : Le candidat coordonne les dynamiques humaines mobilisées pour les actions de collecte dans le respect des valeurs associatives : - Les besoins en renforts humains sont identifiés à partir de l'analyse des temporalités des projets, des compétences mobilisables et des formes d'implication possibles ; - Les situations de handicap sont prises en compte, avec mise en œuvre d'aménagements concrets conformes au cadre réglementaire et adaptés aux missions confiées ; - La coordination des équipes intègre des leviers non financiers (sens, autonomie, reconnaissance, montée en compétences), en lien avec les attentes exprimées par les membres de l'équipe ; - Des actions sont mises en place pour limiter les risques psychosociaux (charge émotionnelle, isolement, déséquilibre vie pro/perso), en s'appuyant sur l'écoute, la vigilance managériale et les signaux faibles.

- Accompagnement de l'engagement individuel et collectif	C.4.4. Accompagner le développement individuel et collectif des équipes impliquées dans la collecte de fonds, en définissant des indicateurs de suivi adaptés aux réalités de l'organisation, en instaurant des temps de bilan réguliers, et en proposant des actions de formation ou de soutien créatives, afin de favoriser la progression des compétences et de renforcer l'engagement autour des objectifs communs.		CE.4.4 : Le candidat accompagne le développement des membres de l'équipe impliqués dans les actions de collecte : - Des indicateurs de suivi sont définis en lien avec les réalités de terrain, permettant d'évaluer l'évolution des compétences, l'implication et la contribution aux objectifs de collecte ; - Des temps d'échange ou de bilan sont organisés régulièrement, permettant d'identifier les réussites, les besoins d'ajustement et les opportunités de progression ; - Des actions de soutien ou de formation sont proposées, adaptées aux profils, aux contraintes de l'organisation et aux formes d'implication (bénévolat, salariat, prestation) ; - Le suivi contribue à renforcer la motivation et l'engagement, en reconnaissant les apports individuels et en soutenant la dynamique collective autour du projet de collecte.
A4.2 Animation collective et climat de coopération au service de la mission de collecte - Mobilisation des équipes et des instances internes	C.4.5. Mobiliser et fédérer les équipes, la direction et les différents services de l'organisation autour de l'objectif de collecte, en communiquant de manière claire et convaincante, en s'appuyant sur un leadership mobilisateur et une intelligence émotionnelle adaptée aux profils de l'équipe, en valorisant les réussites et en encourageant l'engagement de la gouvernance, afin d'assurer une dynamique de travail efficace et un engagement collectif.		CE.4.5 : Le candidat mobilise et fédère l'ensemble des parties prenantes internes autour de la stratégie de collecte : - Une communication claire, structurée et convaincante est mise en œuvre, adaptée aux différents niveaux de l'organisation (direction, équipes terrain, fonctions support) - Les objectifs de collecte sont partagés de manière accessible et engageante, en lien avec la mission et les valeurs de l'organisation ; - Des initiatives favorisant l'implication et la coopération interservices sont mises en place (groupes projets, ateliers participatifs, ...) ; - Le dispositif global contribue à instaurer une culture d'engagement autour de la collecte, mesurable par le niveau d'implication des équipes, leur proactivité ou leur adhésion aux objectifs communs. - Un style de leadership mobilisateur est mis en œuvre, fondé sur l'écoute, la reconnaissance et une intelligence émotionnelle adaptée aux profils et aux dynamiques de l'équipe.

- Construction d'un cadre relationnel propice à la coopération	C.4.6. Prévenir les tensions au sein de l'équipe et de l'organisation, en facilitant le dialogue dans une approche constructive, en tenant compte des profils émotionnels de l'équipe et de son propre style managérial, et en mobilisant les compétences relationnelles et émotionnelles appropriées, afin de préserver un climat de travail propice à la coopération autour des objectifs de collecte.		CE.4.6 : Le candidat prévient et gère les tensions au sein de l'équipe de manière adaptée et constructive : - Les sources de tension sont identifiées en amont grâce à l'écoute et à l'observation des signaux relationnels ; - Le dialogue est facilité dans un cadre respectueux, en tenant compte des profils émotionnels des membres de l'équipe ; - Des outils de régulation ou de médiation sont mobilisés selon les situations ; - Le style managérial est ajusté, en s'appuyant sur des compétences relationnelles et émotionnelles favorisant la coopération ; - Le climat de travail est maintenu ou restauré, mesurable par la qualité des interactions et la continuité de la collaboration.
--	--	--	--