



PROGRAMME

En cours

Édition Anniversaire 2026

Le programme s'enrichit chaque semaine, n'hésitez pas à le consulter régulièrement.

Mis à jour 07/04/2026

EDITO

25 ans de fundraising

Depuis 25 ans, le Séminaire de l'AFF accompagne et éclaire les évolutions d'un métier devenu central pour l'intérêt général. En un quart de siècle, le fundraising s'est profondément transformé : plus stratégique, plus outillé, plus exposé aussi. Il s'est enrichi de nouveaux leviers, de nouvelles expertises, de nouvelles responsabilités. Il est aujourd'hui plus complexe, plus exigeant... et plus humain que jamais.

Cette 25^e édition s'inscrit dans un contexte de mutations profondes. Pression accrue sur les modèles économiques, transformation accélérée des pratiques (portée notamment par l'essor de l'IA, de la data et de l'omnicanalité), attentes renforcées des donateurs et des partenaires et de tension sur les équipes. Dans cet environnement, une question nous rassemble : comment continuer à agir avec justesse, efficacité et engagement, sans perdre ce qui fait le cœur de nos métiers ?

Cultiver le sens, nourrir la relation

Ce fil rouge nous invite à revenir à l'essentiel. À interroger nos pratiques, nos priorités, nos choix. À réaffirmer que la performance du fundraising ne se construit pas seulement dans les outils ou les techniques, mais dans la qualité des liens que nous tissons avec nos donateurs, nos partenaires, nos bénévoles, et au sein de nos équipes.

Car le fundraising est avant tout un travail de relation, de confiance et de coopération. Un travail d'écoute, de conviction et de responsabilité collective.

Vivre le Séminaire de l'AFF, c'est rejoindre une communauté de professionnels engagés, qui partagent les mêmes défis et la même ambition : se remettre collectivement en capacité d'agir. Pendant trois jours, ce sont des espaces pour prendre du recul, renforcer ses compétences, s'outiller concrètement, mais aussi s'inspirer, questionner, et faire un pas de côté.

À l'occasion de cette édition anniversaire, nous vous invitons à célébrer le chemin parcouru, à mesurer les transformations à l'œuvre, et surtout à construire ensemble la suite. Car si les outils évoluent, si les contextes changent, une conviction demeure : c'est en cultivant le sens et en nourrissant la relation que nous continuerons à faire grandir la générosité et à servir durablement l'intérêt général.

LES CHIFFRES DE LA CONFÉRENCE

25^{ème} édition

+90 sessions enrichies et renouvelées

Plus de **150 intervenants** experts et praticiens du fundraising

Plus de **800 professionnels** de la collecte de fonds attendus

6 thématiques métiers

3 jours de formation, d'échanges et de rencontres

1. POURQUOI PARTICIPER ?

Le Séminaire AFF est **le rendez-vous incontournable** de la communauté des fundraisers.

Les **bénéfices** clés

Montez en compétences :

Approfondissez vos expertises stratégiques et opérationnelles avec 60 ateliers en présentiel, 12 ateliers digitaux, et 7 masterclasses sur des sujets clés : *hybridation des modèles économiques, pilotage de performance économique, changement d'échelle, growth marketing, acquisition PA F2F télémarketing print..., fidélisation, rétention, data, tracking, SEO, GEO, pilotage omnicanal, partenariats entreprises, ancrage territorial, RSE, mesure d'impact, campagnes grands donateurs, stewardship, cultivation, stratégie libéralités, relation donateur ou testateurs ...*

Accélérez vos projets et repartez avec des solutions concrètes

Méthodes éprouvées, outils, cas pratiques et mises en situation vous aideront à structurer vos plans d'action, résoudre vos défis et avancer plus vite — avec l'appui d'experts et de pairs.

Inspirez-vous & retrouvez du sens :

Rencontrez des experts reconnus de votre secteur pour interroger et analyser ensemble les mutations du fundraising, prendre de la hauteur et vous reconnecter à l'impact de votre métier.

Innovez dans vos pratiques :

Transformez vos approches, vos outils, vos manières de collaborer : IA, internationalisation, engagement des jeunes générations, gouvernance du don...

Vivez la communauté et faites réseau :

Echangez avec plus de 800 professionnels de votre secteur et progressez grâce à un écosystème bienveillant et stimulant où l'on partage pratiques, défis et ambitions. Vous retrouvez votre communauté, développez votre réseau et accélérez votre carrière.

Trois jours pour progresser, échanger sans langue de bois, s'inspirer et élargir son réseau.

Forte de plus de trois décennies d'expertise des métiers et des compétences en fundraising,

l'Association Française des Fundraisers propose avec cette conférence un rendez-vous structurant pour toute la communauté. Grâce à son savoir-faire reconnu dans l'organisation de conférences et de séminaires et en formation, elle offre un cadre unique où l'intelligence collective, la co-construction et le développement professionnel peuvent pleinement s'exprimer.

2. À QUI S'ADRESSE LE SEMINAIRE ?

Le Séminaire AFF s'adresse aux professionnels du fundraising et du développement, tous secteurs confondus, Solidarité, Environnement, Enseignement Supérieur, Recherche, Culture, etc.

Elle propose 6 parcours-métiers (Stratégie, Marketing, Digital, Entreprises, Grands Donateurs et Libéralités) et 2 thématiques transversales (OUTILS & SOFT SKILLS, Hub Innovation) pour répondre au plus près des enjeux et réalités de chacun.

6 PARCOURS-MÉTIERS

***STRATÉGIE & DIRECTION DU DÉVELOPPEMENT**

Directeur du développement

Vision, gouvernance, arbitrages, modèles économiques, leadership stratégique

***MARKETING RELATIONNEL**

Responsable du marketing

Acquisition, fidélisation, attrition, parcours relationnels, stewardship

***DIGITAL, DATA & IA**

Responsable de collecte digitale

Omnicanalité, IA métier, pilotage, automatisation vs relation humaine

***ENTREPRISES & PARTENARIATS**

Responsable des relations entreprises

Mécénat, RSE, territoires, alliances, mécénat de compétences

***GRANDS DONATEURS & PHILANTHROPIE**

Responsable grands donateurs

Prospect research, sollicitation, upgrading, relation long terme, reconnaissance

*** LIBÉRALITÉS**

Responsable libéralités & relations testateurs

Stratégie legs, relation testateurs, organisation interne, éthique

2 THÉMATIQUES TRANSVERSALES

***HUB INNOVATION**

IA, nouveaux outils, expérimentations, retours d'usage, démonstrateurs

*** OUTILS & SOFT SKILLS**

leadership collaboratif, organisation interne, culture de la philanthropie, nouveaux outils & IA, productivité, coopération, bien-être et montée en compétences.

3. LES FORMATS DES SESSIONS

Plénières, Keynotes & Table Rondes

(30 min/1h) – *Inspiration & vision*

Pour quoi faire ? Comprendre les grandes mutations du fundraising, du don et de l'engagement. Décrypter les enjeux stratégiques des secteurs.

La promesse : Des voix expertes, des points de vue croisés, des analyses prospectives qui donnent du sens et ouvrent des perspectives d'avenir.

Masterclasses (3h) – *Immersion*

Pour quoi faire ? Approfondir un sujet de manière intensive, en combinant méthodologie, retours d'expérience et mises en situation.

La promesse : des outils transférables à vos projets, un travail en sous-groupes, un apprentissage actif et concret.

Ateliers (1h / 1h30) – *Compréhension & application*

Pour quoi faire ? Se former à un sujet clé du métier en mode opérationnel.

La promesse : Des cas concrets inspirants, des bonnes pratiques immédiatement activables.

Focus fundraising (45min) – *Adaptation à la réalité terrain*

En petit comité (4 à 5 participants), ces sessions permettent d'explorer une problématique précise avec un expert du secteur, dans un format favorisant l'échange, les retours d'expérience et les questions approfondies.

Open Labs (2h) – *Intelligence collective & solutions*

Ces sessions de 2 heures offrent un cadre privilégié pour approfondir un sujet combinant méthodologie et travaux pratiques. Guidées par un expert, elles permettent d'expérimenter des approches concrètes, et d'interagir activement avec les autres participants dans un format participatif et immersif. Objectif : maîtriser des outils ou techniques spécifiques pour un impact direct dans vos projets.

Co-construction (1h30) – *Intelligence collective & solutions*

Pour quoi faire ? Réfléchir ensemble, partager les difficultés réelles, construire les solutions qui fonctionnent.

La promesse : un format interactif animé par des pairs, des outils collaboratifs, des quick wins, benchmark, alternatives concrètes, la force de l'expérience collective.

Conseil formation (30 min) – *Conseil individuel* ***Sur inscription préalable via Swapcard (places limitées à 1 personne par créneau)***

Comment faire évoluer sa carrière par la formation ?
Quels sont les financements possibles ?

Networking & Soirée – *Rencontres & communauté*

Pour quoi faire ? Échanger entre pairs, élargir son réseau, construire une identité professionnelle affirmée.

La promesse : Un moment convivial, fédérateur, propice aux connexions et aux rencontres clefs pour votre carrière.

Master Classes



Sur inscription préalable

L'objectif d'une master classe est de vous immerger dans un sujet spécifique pendant 3h en petit groupe et combine théorie, études de cas et applications pratiques.

Au programme de cette 25^{ème} édition, **7 master classes** (à venir) :

Stratégie 360°, Leadership, Grands Donateurs, Partenariats Entreprises, Innovation, Marketing, Digital, Libéralités...

Modalités d'accès :

**Nous vous recommandons de vous inscrire aux Master Classes au plus tôt (J-2 mois)
auprès de l'équipe administrative de l'AFF.**

Les sessions sont souvent complètes plusieurs semaines à l'avance.

30 places par créneaux

MC1 - STRATEGIE

Growth with Purpose : aligner sens, stratégie et fundraising pour changer d'échelle (en français et en anglais)

Pourquoi certaines organisations parviennent-elles à transformer leur collecte de fonds quand d'autres peinent à changer d'échelle ?

La méthodologie Great Fundraising Organization, développée par Revolutionise à partir de recherches universitaires internationales, montre que la croissance du fundraising repose avant tout sur la capacité d'une organisation à clarifier sa raison d'être, aligner sa théorie du changement et construire une proposition de fundraising mobilisatrice.

Dans cette master classe, Sylvia Costantini et Colin Skehan (CEO de Revolutionise) partageront les enseignements clés de ces travaux et illustreront comment certaines organisations ont réussi à transformer leur stratégie de collecte.

À travers des exemples internationaux et des exercices en petits groupes, vous serez invités à

analyser votre propre positionnement et à formuler une proposition de fundraising claire et mobilisatrice du point de vue du donateur.

Ce que cette master classe vous apportera :

- Comprendre les facteurs organisationnels qui permettent de changer d'échelle en fundraising
- Clarifier la différence entre purpose, théorie du changement et proposition de fundraising
- Identifier les freins internes qui limitent la croissance de la collecte
- Apprendre à construire une proposition de fundraising mobilisatrice et différenciante
- Repartir avec une méthode et des exercices concrets à déployer dans votre organisation

Sylvia Costantini (Consultante) et **Colin Skehan** (Revolutionise)

Réservé à des fundraisers confirmés en position de direction

MC2 – MARKETING RELATIONEL

Growth Hacking : réinventer sa collecte digitale

Et si vous appliquiez les méthodes des marques e-commerce les plus performantes à votre stratégie de collecte ? Le Growth Marketing n'est pas qu'une affaire de "hacks", c'est une méthodologie rigoureuse centrée sur l'optimisation de chaque étape du parcours donateur.

Dans cette masterclasse, nous dépassons la théorie pour vous plonger dans le concret. De la génération de leads via l'inbound marketing à l'optimisation chirurgicale de vos tunnels de conversion (CRO), découvrez comment HelloAsso et des associations innovantes pilotent leur croissance. À travers des témoignages sans filtre et un atelier de gestion de crise en temps réel, vous apprendrez à capter l'attention, à nourrir l'engagement et à transformer une émotion ponctuelle en une fidélité de long terme.

MC3 – DIGITAL

SEO / GEO : être visible à l'ère des moteurs IA

Pourquoi certaines organisations restent visibles dans les résultats de recherche... quand d'autres disparaissent des radars, malgré leurs efforts SEO ?

Le parcours de recherche évolue rapidement : Google n'est plus le seul point d'entrée. Les internautes s'informent désormais via les moteurs IA, les réseaux sociaux et les moteurs de recherche classiques. Dans ce contexte, être bien positionné ne suffit plus. Il faut aussi être présent dans les réponses elles-mêmes, là où se construit désormais l'accès à l'information.

Cette master classe propose de comprendre ce que ces évolutions changent concrètement pour les équipes communication et collecte : quels contenus produire, comment structurer son site, et comment adapter sa stratégie entre SEO et GEO.

À travers un audit de contenus et des exercices pratiques, vous serez amenés à travailler sur vos propres supports pour structurer une approche adaptée à ces nouveaux usages.

Ce que cette master classe vous apportera :

- **Structurer** un funnel de conversion (AARRR) performant.
- **Maîtriser** les leviers d'acquisition, de nurturing et de social ads.
- **Optimiser** vos landing pages et vos scénarios CRM pour maximiser le ROI.
- **Découvrir et tester des outils** pour créer, automatiser, tracker, optimiser.

Paul Chatton (HelloAsso, enseignant), **Melissa Sanchot** (HelloAsso)

Ce que cette master classe vous apportera :

- Mieux comprendre l'évolution des moteurs de recherche et leurs impacts
- Adapter votre stratégie et vos contenus pour être visibles en SEO et dans les réponses IA
- Prioriser vos leviers (SEO, contenus, social, vidéo)
- Suivre les bons KPI (présence, part de voix, visibilité dans les réponses)

Eric Demaret (Orixa) et **Sandra Platel** (Orixa)

MC4 – ENTREPRISE

Mécénat territorial : comment prospecter sans s'épuiser, s'adapter au réel et engager durablement les TPE/PME ?

Et si le problème du mécénat territorial n'était pas le manque d'opportunités... mais l'incapacité à les prioriser et à les structurer ?

Entre dispersion, saturation des sollicitations et instabilité économique locale, développer des partenariats entreprises en région est devenu un exercice exigeant. Les équipes se retrouvent souvent à prospecter sans fin, à gérer des refus récurrents et à peiner à maintenir une dynamique dans la durée. Dans ce contexte, l'enjeu n'est plus de faire plus, mais de faire mieux : comprendre son territoire, arbitrer, renoncer parfois, et structurer une approche adaptée à ses réalités locales

MC5 – ENTREPRISE II

Questionner ses fondamentaux en période de crise : comment réaligner sa stratégie, renforcer son modèle et relancer sa dynamique ?

Et si la crise devenait un levier pour clarifier votre cap plutôt qu'un frein à votre développement ?

Crises réputationnelles, économiques ou institutionnelles mettent les organisations sous tension et révèlent leurs fragilités. Elles interrogent la cohérence entre mission, actions et modèle, et testent la solidité des équilibres construits dans la durée. Mais elles peuvent aussi agir comme un catalyseur positif, permettant de se recentrer, de réaffirmer sa raison d'être et de réajuster sa stratégie.

À partir de situations vécues et de retours d'expérience variés, cette Master Classe propose de partir du réel pour identifier ce qui bloque, décrypter les logiques territoriales et poser des critères de priorisation efficaces. Elle mettra également en lumière des approches concrètes pour traiter les objections entreprises, adapter sa stratégie aux signaux faibles du territoire et construire une relation dans la durée, notamment avec les TPE/PME.

Bénédicte Hamon (Indépendante) *et autres intervenants à venir*

À partir de retours d'expérience et d'un travail collectif, cette Master Classe explore les étapes clés d'un diagnostic stratégique en période de crise : revenir à sa mission et à son utilité sociale, analyser la robustesse de son modèle économique et relationnel, identifier les dépendances critiques et les tensions révélées.

Des outils et matrices viendront structurer cette réflexion et nourrir la prise de décision, jusqu'à la mise en mouvement des équipes.

Delphine Hoffman (consultante) *et autres intervenants à venir*

MC6 – GRANDS DONATEURS

Prospect Research : Comment en faire un vrai outil de priorisation, d'optimisation et de pilotage de votre stratégie Grands Donateurs ?

Et si vos recherches vous faisaient gagner en impact, pas seulement en information ?

De Google à l'IA, la recherche sur les prospects est devenue un réflexe pour beaucoup d'organisations. Mais derrière l'apparente abondance d'informations, les données utiles restent souvent dispersées, incomplètes et hétérogènes. L'enjeu est de savoir quoi chercher, comment l'interpréter et comment l'exploiter pour faire de la Prospect Research un levier stratégique : identifier et prioriser les bons prospects, estimer leur potentiel de don, dimensionner vos objectifs financiers, personnaliser vos approches.

Cette Master Classe articulera méthodologie, retours d'expérience et mise en pratique pour vous faire gagner en méthode, en structuration et en efficacité, et poser les bases d'un saut d'échelle de votre levée de fonds.

MC7 – LEGS

Stratégie legs : changer de regard, changer d'échelle

Le legs revient au cœur des stratégies... mais dans un contexte profondément transformé : bascule générationnelle, nouveaux usages digitaux, attentes renouvelées des testateurs.

Et si le véritable point de départ n'était pas de chercher de nouvelles recettes... mais de revisiter ce que nous avons déjà sous les yeux ?

Ce que cette Master Classe vous apportera

- La capacité à utiliser la recherche pour optimiser vos choix stratégiques
- Des indicateurs et une méthode pour estimer la capacité de don
- Un système de scoring pour prioriser vos prospects
- Des exemples de tableaux de bord pour structurer et piloter votre pipeline, sécuriser la faisabilité de vos objectifs financiers et calibrer les ressources à mobiliser
- Des retours d'expérience et des conseils pratiques pour mettre la méthodologie en œuvre, gagner en efficacité et utiliser l'IA avec discernement

Martine Godefroid (Factory) et *autres intervenants à venir*

Cette master classe propose de repenser votre stratégie legs. Entre retours d'expérience et temps de co-construction, explorez comment adapter vos pratiques, du narratif à l'activation digitale, pour construire une stratégie plus efficace et durable.

Un temps pour prendre du recul... et faire évoluer concrètement vos approches.

Manon Besson (ACF) et *autres Intervenants à venir*

Ateliers



THÉMATIQUES CLÉS POUR PROGRESSER ET TRANSFORMER VOTRE PRATIQUE

90 sessions - 70 ateliers présentiels – 12 sessions digitales

Le Séminaire de l'AFF 2026 propose une architecture claire en **6 parcours métiers** complétés par une thématique transversale **Outils & Soft Skills**. Chaque parcours est conçu pour transformer concrètement les pratiques professionnelles, en combinant expertise métier, retours d'expérience, éclairage stratégique et outils activables.

Modalités d'accès :

Les ateliers sont en accès libre.

Arrivez **15 min avant** pour assurer votre place.

Si la salle est pleine, vous serez invité à rejoindre un autre atelier.

La pré-inscription sur Swapcard vous aide à planifier votre venue et nous aide à réajuster la jauge au besoin.

1 · PARCOURS STRATÉGIE

Affiner sa vision, renforcer sa capacité d'arbitrage et son modèle de développement dans un environnement contraint : hybridation des modèles économiques, mobilisation et coopération interne, posture managériale, régionalisation, mobilisation citoyenne, changement d'échelle

S1 – STRATEGIE DE CROISSANCE

Acquisition digitale : pourquoi (et comment) cibler les jeunes ?

Acquisition digitale : pourquoi (et comment) cibler les jeunes ?

Le plus grand transfert de richesse intergénérationnel de l'histoire est en cours. Pourtant, la plupart des organisations à but non lucratif continuent de dépendre de donateurs plus âgés, laissant ainsi des opportunités inexploitées.

Dans cet atelier, découvrez comment The Salvation Army Australia a repensé sa stratégie d'acquisition digitale pour cibler les générations X et Millennials,

avec à la clé une augmentation de 30 % de l'acquisition de donateurs plus jeunes.

En s'appuyant sur des campagnes d'acquisition, des recherches sur les motivations des donateurs plus jeunes et les enseignements tirés d'un programme de collecte digitale en forte croissance, cet atelier met en lumière des leviers concrets pour agir. Priorisation des canaux digitaux, amélioration des conversions grâce au test & learn, à la segmentation et à la personnalisation, construction d'un mix de produits diversifié incluant don récurrent, peer-to-peer et campagnes digitales-first.

Claire Grigaut (Ntegrity)

S2 – REGARD INTERNATIONAL

Dive into global INGO data across markets & income streams ?

Alors que la concurrence s'intensifie et que les attentes des donateurs évoluent, les organisations font face à une pression croissante pour sécuriser leurs revenus dans un paysage de plus en plus saturé et complexe. Beaucoup trouvent des voies de croissance, mais d'autres rencontrent des difficultés.

Cette session explore les principales tendances qui façonnent la collecte de fonds à l'échelle mondiale, en examinant de plus près comment ces dynamiques se manifestent en France.

Fondée sur les données et les informations sectorielles, nous analyserons ce qui stimule la croissance des revenus, où apparaissent les défis, et ce que cela signifie pour les organisations, tant à l'échelle mondiale qu'en France.

Rejoignez-nous pour réfléchir aux décisions et aux stratégies nécessaires pour construire des programmes de collecte de fonds résilients et durables dans un environnement en changement.

Emily Bracken (Upsall International) et **Aurélié Dumont** (Médecins Sans Frontières)

S3 – REGARD INTERNATIONAL (100% digital)

Innovate and rethink the narrative

Daniel Gamboa (Amnesty Argentine)

S4 – ETUDE DE CAS

Téléthon : les clés d'un modèle de croissance unique et durable

Claire Schiller Heuzé (AFM Téléthon)

S5 – FINANCE

Travailler avec le monde de la finance

Intervenant à venir

S6 – MOBILISATION INTERNE

Innovate in the donor experience

Guillaume Bienvenu (Greenpeace) et autres

Intervenants à venir

S7 – BENEVOLES

L'utilisation stratégique du levier des bénévoles

Laure Brogliolo (Vaincre la Mucoviscidose) et autres

Intervenants à venir

S8 – NOUVEAUX CANAUX DE COLLECTE

S9 – ALLIANCE (retransmission live)

Au-delà des marques et des entités, la recherche d'impact collectif

Panel à venir

S10 – GOUVERNANCE

Gouvernance et collecte : freins ou leviers ?

Dans un contexte de pression accrue sur la collecte de fonds, la relation entre équipes fundraising et gouvernance apparaît comme un facteur déterminant de réussite... ou de blocage. Implication forte ou distance entre les individus, connaissance ou non du métier du fundraising, croyances liées à l'argent. Derrière le mot "gouvernance" se cachent aussi des réalités très contrastées notamment en termes de culture de l'argent, qui influencent directement les choix stratégiques et la capacité à innover.

À partir d'enseignements issus du terrain et des situations concrètes des participants, cet atelier décrypte les différents types de relations entre gouvernance et collecte, leurs impacts, ainsi que les principaux freins rencontrés par les équipes. Il met en lumière les leviers activables pour instaurer une collaboration plus efficace, renforcer la légitimité de la collecte et créer les conditions d'un véritable travail en co-construction.

Un temps collaboratif pour prendre du recul sur sa propre organisation et repartir avec des clés concrètes pour mieux mobiliser sa gouvernance

Catherine Sudres (Cause and Co)

S11 - PLAIDOYER

Comment le plaidoyer devient un levier de croissance pour votre association ?

Intervenant à venir (Ohme)

S12 – DON IN MEMORIAM

Dispositifs in memoriam : mais que font les autres ?

Comment structurer un dispositif de don en mémoire d'un proche, efficace et adapté à ses publics ?

Les dispositifs in memoriam (dons en mémoire d'un proche) émergent en France, mais restent encore assez timides. Quels formats choisir, quels canaux activer et comment construire une prise de parole adaptée à ces moments sensibles ? À partir de trois retours d'expérience, seront présentés

- un AB test digital et son extrapolation en pluricanal incluant offline et influence,
- un dispositif 100 % digital combinant SEO et paid media en fil rouge pour capter la cible quand c'est opportun pour elle,

- ainsi qu'une stratégie en deux temps articulant don en mémoire puis proposition de relai de la cagnotte (en CRM et grand public).

Trois approches concrètes pour comprendre ce qui fonctionne chez les autres, pour concevoir un dispositif adapté à vos enjeux.

Mathilde Delhaume (ADFINITAS), **Céline Désauté** (SPA), **Marine Delaporte** (Les Petit Frères des Pauvres), (intervenants à venir) FRM

2 · PARCOURS MARKETING

Passer d'une logique d'empilement de canaux à une stratégie marketing pilotée, priorisée et soutenable : Acquisition (face-à-face, PA, télémarketing, digital), fidélisation, rétention et valeur donateur, data, segmentation et pilotage, RDU (Référentiel Donateur Unique), apports de l'IA, des neurosciences et du growth marketing appliqués au fundraising.

CYCLE OMNICAL

1 thème déployé en 3 ateliers, sous 3 angles différents. Approfondissez vos connaissances sur l'OMNICAL en suivant les trois ateliers !

M1 : RELATION DONATEUR OMNICAL

Jusqu'où personnaliser la relation donateur ?

Intervenants à venir

M2 : OMNICAL RDU

Mieux repenser la relation donateur au cœur de la fidélisation

Intervenants à venir

M3 : OPEN LAB – OMNICAL RDU

Défi créatif RDU / Omnicanalité

Le RDU comment y arriver avec les moyens du bord ? Comment mettre en œuvre cette multitude de scénario ? Quelles sont nos étapes ?

Intervenants à venir

M4 – INNOVATION / RCS

Le RCS est-il réellement un nouveau canal de collecte performant ?

Corentin Hue (France générosités) *et autres intervenants à venir*

M5 – RELATION DONATEUR / FACE A FACE

Du premier don à l'engagement durable : repenser l'accueil des donateurs F2F

Julie Normand (Maxyma) et **Flora Soumanou** (APF France Handicap)

M6 – FACE A FACE

M7 – TELEMARKETING

Les bonnes pratiques du secteur marchand en télévente : comment les adapter au secteur caritatif ?

Christine Pambouc et **Pascal Freneaux** (ADM Value) *et autres intervenants à venir*

M8 – AMBASSADEURS

Ambassadeurs : activer la puissance de votre communauté

Sur les réseaux sociaux, l'engagement ne se décrète pas : il se diffuse. Et ce sont souvent vos propres sympathisants qui en sont les meilleurs relais.

À travers cet atelier, vous découvrirez comment transformer votre communauté en véritable force de mobilisation : identifier les bons profils parmi vos soutiens, lever les freins à l'engagement, et accompagner vos bénévoles pour qu'ils deviennent des collecteurs et des relais actifs de votre cause.

L'accent sera mis sur des dispositifs concrets, testés sur le terrain, qui permettent de structurer et d'animer cette dynamique dans la durée.

L'atelier s'appuiera sur un retour d'expérience pour montrer comment ces mécaniques se déploient en pratique, quels canaux fonctionnent réellement, des réseaux sociaux aux messageries privées, et ce qui fait la différence dans l'activation des communautés.

Vous repartirez avec des méthodes directement applicables pour activer vos sympathisants, des idées de dispositifs et de messages, ainsi que des repères clairs pour structurer des campagnes capables de générer de l'engagement et de la collecte.

Intervenant à venir (Dift)

3 · PARCOURS DIGITAL

« Fundraising 2030 : Data, IA et croissance dans un monde digitalisé »

Dans un monde où chaque interaction est tracée, analysée et optimisée, le secteur marchand a développé des modèles de croissance fondés sur la data, l'automatisation et l'intelligence artificielle. Pendant ce temps, le secteur non marchand reste encore trop souvent prisonnier de logiques canal par canal, de systèmes cloisonnés et d'une vision fragmentée du donateur.

Ce track propose un changement de paradigme : passer du "donateur digital" au "donateur augmenté", unifié dans un Référentiel Donateur Unique (RDU), piloté par la donnée, nourri par des modèles prédictifs et engagé dans des parcours omnicanaux réellement personnalisés.

M9 – OPEN LAB - PARCOURS DONATEUR / UX

Comment identifier et traiter les frictions dans le parcours donateur ?

Jean Pierre Levieux (Holisteam) et *autres intervenants à venir*

M10 – PILOTAGE KPI – LES KPI

Comment piloter la performance de sa collecte sans se perdre dans une inflation d'indicateurs ?

Vincent Crehalet (Action Contre La Faim)

M11 – DATA ORGANISATION

Arnaud de Bruyn (ESSEC) et *autres Intervenants à venir*

M12 – CAMPAGNE

Faut-il encore faire campagne ?

Virginie Le Gal (Mind Me) et *autre intervenant à venir*

M13 – CRM

Intervenants à venir

M14 – DATA

Nous explorerons comment les organisations les plus avancées — qu’elles soient marchandes ou non marchandes — structurent leurs architectures data, orchestrent leurs stratégies d’acquisition, automatisent leurs campagnes, mesurent leur ROI, et utilisent l’IA pour augmenter la valeur de chaque relation.

Ce track s’adresse aux dirigeants, responsables fundraising, responsables data/CRM, directeurs marketing et DSI qui veulent rattraper 15 ans de retard, investir intelligemment, et construire un fundraising scalable, performant et durable.

Objectif : repartir avec une vision claire, une feuille de route concrète et l’envie d’accélérer.

D1 – OPEN LAB PROSPECTIVE

ONG 2030 / gouvernance, IA, mobilisation...
bienvenue dans le futur (très proche)

Bertie Bosrédon (Consultant) et **Simon Romain**
(IRAISER)

D2 – IA, DATA, RETENTION

Lead prédictif : IA & rétention donateurs, pourquoi
le plus dur commence après le modèle ?

Prédire l’attrition des donateurs est aujourd’hui
possible.

Mais transformer cette prédiction en actions
efficaces... reste un défi.

À partir du retour d’expérience de Médecins Sans
Frontières, cet atelier propose de plonger dans la
réalité d’un projet IA mené sur plusieurs années : de
l’identification des donateurs à risque jusqu’à la
mise en œuvre concrète de stratégies de rétention.

Car entre la promesse du modèle et l’impact sur le
terrain, les écarts sont nombreux : résultats qui
bousculent les intuitions métier, stratégies
marketing qui ne produisent pas les effets attendus,
complexité d’exécution dans un environnement
multicanal, mobilisation des équipes...

À travers ce cas concret, les intervenants
partageront sans filtre les difficultés rencontrées,
les ajustements opérés et les conditions qui ont
permis de faire évoluer le projet dans la durée.

Un atelier pour comprendre pourquoi un bon
modèle ne suffit pas, identifier les leviers pour
tester et ajuster ses actions de rétention.

Lucie Chiapolini (Equinoxe), **Layla Dalifard** et
Délia Lozano (Médecins Sans Frontières), **Tanguy
Pledel** (data scientist indépendant)

D3 – CAMPAGNE DIGITALE

Anatomie d’une campagne de leads efficace avec
peu de moyens : l’exemple de la congrégation de
l’Armée du Salut

Cécile Clément (Armée du Salut) et *autre*
intervenant à venir

D4 – DONATEUR AUGMENTÉ

**Le Donateur digital augmenté : Booster la Life
Time Value et fidéliser en alliant optimisation
des parcours de dons et storytelling d’impact
(Cas iRaiser & Dignité International).**

Aujourd’hui, acquérir un donateur en ligne ne suffit
plus. Le véritable enjeu des organisations est de
transformer ce "donateur digital" en "donateur
augmenté" : un soutien dont on parvient à
prolonger la *Lifetime Value* (LTV), que l’on fidélise
sur la durée, et que l’on réussit à engager même sur
les terrains les plus difficiles.

Comment allier l’optimisation millimétrée des
parcours de dons avec un storytelling puissant
capable de mobiliser sur des crises "oubliées" ou
moins médiatisées telle que la crise humanitaire au
Soudan par exemple ? A travers cet atelier, nous
verrons comment augmenter par la performance et
l’UX sans transiger sur l’engagement et le sens des
combats.

Mehdi Bellouti (iRaiser), **Benoit Gallet** et **Richard
Lê** (Dignité International)

D5 – STRATEGIE ORGANISATIONNELLE, IA

Structurer les usages de l’IA dans une direction
fundraising (GPT métiers)

Marie-Hélène Vouilloux (Indépendante)

D6 – OMNICALITE

D7 – RETOUR EXPERIENCE IA

Qualitatif x Quantitatif x IA : L'équation gagnante de votre service relation donateurs

Jean-Pierre Godard (Fidélis) et **Gaëlle Le Roux**
(Institut Gustave Roussy)

D8 – INFLUENCEURS RESEAUX SOCIAUX

D9 – IA, DATA, ORGANISATION

Leads prédictifs : comment la data peut transformer l'acquisition de donateurs

Et si vous pouviez identifier les personnes les plus susceptibles de devenir donateurs... avant même qu'elles ne donnent ?

Grâce aux modèles prédictifs et à l'analyse de signaux comportementaux, certaines organisations optimisent déjà leurs campagnes d'acquisition et affinent la qualification de leurs leads.

Dans cet atelier, les intervenants partageront un retour d'expérience concret sur l'utilisation de ces modèles appliqués au fundraising : comment collecter et fiabiliser les données, comment scorer les leads et prioriser les contacts à fort potentiel.

Une session opérationnelle pour comprendre comment activer ces approches dans ses propres dispositifs et recruter des donateurs de manière plus ciblée, plus efficace, et plus durable.

Thibaut Amaury (Orixa) et *autre intervenant à venir*

4 · PARCOURS DONATEURS STRATEGIQUES

A - PHILANTHROPIE

Renforcer la qualité de la relation, la stratégie de développement et sécuriser des engagements durables : prospect research, scoring, LTV, qualification, stewardship et programmes de reconnaissance, case for support, comité ambassadeurs, regards de familles mécènes, philanthropie internationale, benchmarks internationaux, opportunités fiscales et sécurisation juridique ...

DS 1 – JURIDIQUE, FISCALITE

Philanthropie et ingénierie patrimoniale : quels leviers fiscaux et véhicules pour les grands donateurs ?

Raréfaction des dons classiques, patrimoines peu liquides, enjeux fiscaux et internationaux : la mobilisation des grands donateurs implique aujourd'hui de maîtriser des mécanismes juridiques et patrimoniaux de plus en plus complexes.

Cet atelier propose un décryptage clair et opérationnel des principaux leviers fiscaux mobilisables (titres, actions, cession d'entreprise,

plus-values, international), des points de vigilance à connaître et des limites à ne pas franchir.

Il apportera des repères concrets pour dialoguer avec assurance avec des grands donateurs, banquiers privés ou family offices, et transformer ces situations complexes en opportunités philanthropiques sécurisées.

Wilfried Meynet (Kelten) et **Guillaume Rubechi**
(Valoris Avocat)

DS2 – PROSPECTION

DS3 - FIDELISATION

DS 4 – ETUDE DE CAS

DS 5 – EVENEMENTIEL

Regards croisés : événement de collecte grands donateurs

Mathilde Guyon (Apprentis d'Auteuil) *et autre intervenant à venir*

DS 6 – ATELIER PRATIQUE

L'art de pitcher : s'entraîner à l'entretien avec un donateur potentiel

Solliciter un donateur ou un mécène est un moment clé, à la fois stratégique et relationnel. Comment préparer son entretien, structurer son message et formuler une demande claire et engageante ?

Cet atelier propose de passer de la méthodologie à la pratique : travail en sous-groupes sur un cas et mise en situation. Un format interactif pour affiner votre discours, ajuster votre posture et gagner en aisance dans vos entretiens de sollicitation.

Marianne Maillot (Vision Philanthropie)

B - ENTREPRISE

Passer d'une logique opportuniste à une stratégie partenariale structurée, territoriale et créatrice de valeur partagée : mécénat et partenariats hybrides, articulation RSE, pilotage d'impact et reporting, ancrage territorial, clubs de mécènes, prospection et fidélisation des partenaires...

DS 10 - STRATEGIE RESEAU

Comment articuler stratégie nationale et régionale ?
Titre provisoire

Dorothee Balbo (Les Petits Frères de Pauvres)

DS 11 – PARCOURS MECENE

DS 7 – GOUVERNANCE & INFLUENCE

Aligner gouvernance et stratégie grands donateurs : méthodes et conditions de réussite

Quelles sont les conditions de réussite pour une stratégie de collecte grands donateurs Entreprises ou Philanthropes partagée et alignée au sein de votre organisation ? Quels besoins et méthodes pour accompagner le changement en interne ? Quel rôle pour la gouvernance ?

Emmanuelle Maudet (Equanity) *et autre intervenant à venir*

DS8 – PHILANTHROPIE BASEE SUR LA CONFIANCE

Les nouvelles dynamiques Fondations distributrices & OSBL : de la confiance à la co-création de la valeur sociale

L'atelier a pour objectif de vous aider à mieux appréhender les différentes tendances qui traversent les stratégies et enjeux des Fondations distributrices (fondations familiales, fondations d'entreprise, fondations abritées, corporate funds, fonds de dotation...):

nouvelles approches relationnelles basée sur la confiance et l'apprentissage mutuel, enjeux de coopération entre Fondations et organisations pour co-créer de la valeur sociale.

Comment les fundraisers doivent se préparer et s'adapter à ces nouvelles pratiques ?

Marie-Stéphane Maradeix (Executive PhD Student)

DS9 - DIGITAL

DS 12- FIDELISATION

Créer et animer un club de partenaires mécènes : les clés du succès

Marie-Caroline Blayn (Mécélink) *et Julie Birs*
(Voies Navigable de France)

DS 13 – STRATEGIE

Comment articuler mécénat, philanthropie et libéralités dans une stratégie globale ?

Soroor Coliaei-Kawka (Fundraising for change) et autres *Intervenants à venir*

DS 14 – ETHIQUE ET MECENAT

Mettre en place les outils pour sa due diligence ?

Camille Djian (France Parrainage) et **Emilie Fontaine** (SOS Villages d'Enfants)

6 · PARCOURS LIBERALITES

Perfectionner et piloter une stratégie libéralités éthique et durable : organisation interne et articulation des équipes, marketing digital, acquisition et qualification (des Prospects, Demandeurs d'Informations Libéralités - DIL, Intentionnistes, Testateurs avérés), relation testateur et fidélisation, gestion juridique et sécurisation des dossiers, outils, process et retours d'expérience concrets.

L1 – ALLIANCE

Comment parler autrement et collectivement du sujet des legs ?

Ambre Danquigny (Testament Solidaire) et autres *Intervenants à venir*

L2 – PILOTAGE DES LIBERALITES CO-CONSTRUCTION

Quels KPI pertinents pour les libéralités ?

Christophe Maury (Orphéopolis) et **Bénédicte Roget** (Fondation pour le logement)

L3 – STRATEGIE ASSURANCE-VIE

L'assurance-vie nécessite-t-elle une stratégie spécifique ?

Vincent Boulanger (Secours Catholique) et **Isabelle Sepulchre** (Fondation de France)

L4 – RELATION TESTATEUR STEWARDSHIP

Le temps long du legs et l'importance de la reconnaissance (stewardship) des testateurs avérés

Jennifer Couptry (Fondation Arc) et **Emmanuel Jacaud** (Terre de Liens)

DS 15 – ETUDE DE CAS

DS16 – MESURE D'IMPACT

DS17 – ENGAGEMENT (retransmission live)

Engagement des collaborateurs salariés

Panel à venir

L5 – RELATION TESTATEUR ETHIQUE

Comment aider le testateur à protéger ses volontés au-delà du testament ?

Aider le testateur à protéger son patrimoine, au-delà de la rédaction de son testament, c'est l'aider à faire respecter ses volontés. Comment, à travers le temps, lui donner des clés pour protéger son patrimoine et par là même ses volontés ?

Comment l'aider à demeurer le plus longtemps possible autonome ? Quelles sont les solutions intermédiaires avant d'arriver à des mesures de protection parfois brutales et excessives ?

Comment éviter les testaments vidés de leurs contenus par un mandataire ignorant les volontés de la personne dont ils ont à charge ? Un testament n'est pas une fin en soi et peut – s'il n'est pas accompagné de quelques garde-fous - être indirectement, par ignorance ou maladresse, remis en cause.

L'accompagnement et le devoir du CRT n'est-il pas de sensibiliser ses bienfaiteurs qui - vivant de plus en plus vieux - sont de plus en plus souvent fragilisés par la maladie et parfois mis sous une mesure de protection ? Peut-il également conseiller une personne sous une mesure de protection ?

Mr Olivier Chomono (juriste et enseignant en gestion de patrimoine)

L6 – CONTEXTE

9 000 milliards à transmettre : le moment d'écouter et de comprendre

Une bascule historique est en cours : les baby-boomers arrivent à l'âge de la transmission et concentrent une part inédite du patrimoine français. Mais au-delà des montants, l'enjeu est de comprendre l'évolution de leurs attentes, de leur rapport aux causes et des ressorts de leur engagement.

À partir d'un sondage exclusif dévoilé en avant-première, cet atelier propose d'accéder à une lecture fine des intentions des seniors : motivations, freins, critères de confiance et éléments qui favorisent la concrétisation d'un projet de transmission.

Le décryptage s'appuiera sur des regards croisés entre analyse de l'étude et retours d'expérience d'acteurs de terrain, avec une attention particulière portée aux enseignements réellement actionnables.

Vous repartirez avec des clés concrètes pour mieux comprendre vos publics, ajuster vos prises de parole et renforcer la justesse et l'efficacité de vos stratégies libéralités.

Lydia Bares-Roques et **Lucile Malnoury**
(Hopening) et *autres intervenants à venir*

L7 – INNOVATION

Comment sécuriser (et retrouver) les actifs d'une succession ?

Intervenants à venir

7 · OUTILS & SOFT SKILLS

Renforcer la posture professionnelle, la capacité d'action et la soutenabilité des équipes, leadership collaboratif, compétences relationnelles et coordination en intelligence collective, organisation interne RH, coopération et acculturation des porteurs de projets, prévention Santé (RPS, burn-out, surcharge), outils, IA et productivité...

O1 - MANGAGEMENT DES EQUIPES SALARIES

O2 – SANTE MENTALE ET PREVENTION

O3 – LA PUISSANCE DE LA CONNECTION HUMAINE

La collecte de fonds, ce n'est pas une affaire de transactions.

C'est une affaire de sens. De connexion. C'est créer ces moments où quelqu'un se reconnaît dans une cause, se sent partie prenante de quelque chose de plus grand... et décide d'agir.

Et pourtant, dans un monde (associatif) saturé de bruit, de pression, de systèmes et d'objectifs, on peut vite s'en éloigner. Se perdre dans la mécanique. Oublier ce qui touche vraiment les gens.

Cet atelier est une invitation à revenir à l'essentiel. Un moment inspirant, concret et résolument interactif, pour redonner vie à ce qui fait la force de notre métier.

À travers les neurosciences, l'expérience de terrain et des apports très pratiques, nous explorerons ce qui crée réellement la connexion, et ce qui donne envie de donner. Nous irons voir comment créer plus de sens, plus de lien... et, tout simplement, plus d'impact.

Ensemble, relevons le défi : lever plus de fonds, tout en se sentant plus engagé, plus connecté et plus vivant. Venez prêts à bousculer vos habitudes. Et à vous reconnecter à ce qui fait du fundraising le plus beau métier du monde.

Jon Duschinsky (Contrepoint)

Et autres ateliers à venir prochainement...

Accompagnement



Focus Fundraising

Un nouveau format pour aller plus loin sur vos enjeux métiers

En petit comité (4 à 5 participants), ces sessions de 45 minutes vous permettent d'explorer une problématique précise avec un expert du secteur, dans un format favorisant l'échange, les retours d'expérience et les questions approfondies.

SESSION 1

45 min pour booster votre recrutement de donateurs

De nombreuses organisations peinent à obtenir des résultats satisfaisants en prospection par courrier. Lors de cette session concrète et interactive, découvrez les leviers qui améliorent réellement la performance : offre, message, format, émotion, ciblage et optimisation créative.

À partir de cas réels menés en France, en Europe et à l'international, nous partagerons des exemples de campagnes ayant généré des résultats remarquables.

Apportez votre campagne de référence ou votre dernier mailing de recrutement : nous analyserons ensemble les opportunités d'amélioration afin que vous repartiez avec des idées neuves, des pistes immédiatement applicables et une stratégie renforcée pour vos prochaines campagnes..

Rebecca Sijl et **Andrew Berg** (Innovairre)

Conseil Formation (AFF)

pour vous accompagner dans votre parcours professionnel

Format : rendez-vous individuel (1 participant par créneau)

Animé par : Emilia Sofia (AFF)

Objectif : faire le point sur vos besoins en formation et votre évolution professionnelle

Info pratique :

Préinscription obligatoire sur Swapcard

⚠ En cas d'empêchement, pensez à vous désinscrire pour libérer une place.
Les créneaux sont tous pris ? Les experts sont à votre dispo pour un **RDV one-to-one** !

Networking



Pauses-café & Déjeuners Informels

Ces temps courts sont souvent les plus précieux : des échanges spontanés, un retour d'expérience, une idée qui débloque une situation, un contact qui devient un allié. Le réseau se construit ici.

Info pratique :

Préinscription recommandée sur **Swapcard**

Pause Café' Networking - Développez votre réseau professionnel !

Un temps convivial et ludique pour faire connaissance ! Commencer ainsi à développer votre réseau car la Conférence de l'AFF est le lieu incontournable pour cela !

Giovanni Verduci (AFF), co-animateur à venir

Déj' Informel - Club Mécénat et Partenariats d'entreprises AFF

Giovanni Verduci (AFF), co-animateur à venir

Déj' Informel - Club Grands Donateurs AFF

Giovanni Verduci (AFF), co-animateur à venir

Déj' Informel - Club Digital AFF

Giovanni Verduci (AFF), co-animateur à venir

LES PAUSES CAFÉS

Profitez des pauses-café spécialement prévues pour vous retrouver entre professionnels du secteur et échanger ! **A retrouver au niveau +1, Espace Jean Monnet et au niveau 0, dans le hall.**

Chaque soir, prévoyez de rester en fin de journée pour des temps conviviaux et festifs :

COCKTAIL NETWORKING

Venez profiter d'un moment convivial à l'issue des deux premiers jours de conférence L'occasion d'échanger avec vos pairs !

LA SOIREE DE CLOTURE

La désormais traditionnelle soirée du séminaire se déroulera sur la Péniche sous forme de buffet dinatoire et sera l'occasion de rencontrer vos homologues et d'échanger avec eux tout au long de la soirée. La convivialité sera plus que jamais de mise !

La péniche - Quai de la Tournelle – Paris

Merci au comité de pilotage



L'AFF souhaite remercier tout particulièrement les membres du Comité de Pilotage qui contribuent grandement au programme de cette 24^{ème} édition.

Ils s'engagent à nos côtés, **MERCI A EUX !**

Laure Brogliolo

Directrice collecte de fonds et mobilisation du réseau bénévoles & adhérents
Vaincre la Mucoviscidose

Laurianne Capelle

Senior Associate Private partnerships and philanthropy
UNHCR

Nadia El Laffi Le Chéquer

Directrice mécénat et philanthropie
Apprentis d'Auteuil

Perrine Rémusat

Responsable Pôle Marketing direct
ACTION CONTRE LA FAIM

Silvia Beysac Hernandez

Responsable Pole Marketing Direct et Relations donateurs
Les Petits Frères des Pauvres

Lucie Bringer

Responsable du Service collecte de fonds et Engagement digital
Amnesty France

Frédéric Durand

Responsable du pôle Digital
La Société Protectrice des Animaux (SPA)

Sophie Quesnel

Responsable de l'équipe Philanthropie et mécénat
Secours Catholique-Caritas France

Charlotte Henry

Responsable Développement du Mécénat
Voies navigables de France

Visconsine Anglade

Responsable Philanthropie, Libéralités & Relations Testateurs
- CFRT.TV

Vincent Lazzarin

Responsable des relations testateurs
Ordre de Malte France

Audrey Roy

Responsable Pôle Philanthropie
UNICEF FRANCE

Présentation de l'AFF



L'**Association Française des Fundraisers** (AFF) est l'association des professionnels de la collecte de fonds exerçant dans tous les secteurs de l'intérêt général. Elle a pour mission la formation des fundraisers, l'amélioration de la pratique professionnelle, tant d'un point de vue éthique que technique, et la reconnaissance de la profession. L'AFF est aussi un centre de ressources et d'informations pour les fundraisers, un lieu d'échanges et de partage entre les professionnels de la collecte de fonds.

Dans le cadre de ses activités, l'Association Française des Fundraisers propose :

Pour se former

- Quatre grands rendez-vous annuels sectoriels ou thématiques comprenant des dizaines d'ateliers et réunissant les professionnels du fundraising qui trouvent l'occasion unique de se rencontrer, d'échanger et d'apprendre.
- Le Certificat Français du Fundraising, première formation certifiante en fundraising de douze journées, délivrée en partenariat avec l'ESSEC et reconnue au niveau européen grâce au label « EFA certification » ;
- Des journées de formation approfondies sur des thèmes ou des secteurs précis : grands donateurs, marketing direct, partenariats entreprises etc...

Pour s'informer

- Le site internet pour retrouver toutes les actualités, les offres de formation et les offres d'emploi disponibles en ligne : www.fundraisers.fr ;
 - Des Live mensuels, des lieux d'échanges et des rencontres dédiées aux professionnels ;
 - Le magazine *Fundraizine*, première revue entièrement consacrée à la collecte de fonds et à l'actualité de la philanthropie.
 - La [newsletter](#), rendez-vous bimensuel de l'actualité du secteur ;
 - La base documentaire, accessible aux adhérents de l'AFF, qui réunit plus de 850 documents et études pour vous accompagner dans vos recherches et vos réflexions
- Retrouvez également notre dernière étude [ici](#)**

Retrouvez le catalogue des formations [ici](#)

Les 4 piliers de l'AFF



Le réseau

9 groupes régionaux
7 clubs métiers
& sectoriels
Le mentorat
+1 300 adhérents



Les événements

130 RDV à Paris & en régions
10 webinaires/an
3 Matinales/an
3 Conférences/an



Les contenus

200 Ateliers/an
4 *Fundraizine*/an
+600 ressources disponibles en ligne
Des offres d'emploi



Les formations

100 sessions/an
19^e promotion du CFF
formations ciblées certifiées Qualiopi
95 % de taux d'employabilité

Infos pratiques



DATES - Mardi 23, Mercredi 25 et Jeudi 25 juin 2026

LIEU / ACCES

FIAP Jean Monnet

30 rue Cabanis 75 014 Paris

Métro ligne 6 : Glacière et Saint-Jacques

RER B - Denfert-Rochereau

Stations Vélib' à proximité

Swapcard (application mobile de l'événement)

3 OFFRES :

*Offre Hybride (3 jours) **Avec** Master

*Offre Hybride (3 jours) **Sans** Master

*Offre Digitale (1,5 jours)

TARIFS

Formule Sans Masterclass (2,5 jours) :

Tarif non adhérent : 1 178 € TTC

Tarif adhérent : 845 € TTC

Formule Avec Masterclass (3 jours) :

Tarif non adhérent : 1 280 € TTC

Tarif adhérent : 920 € TTC

Formule Digital (1,5 jours)

Tarif non adhérent : 390 € TTC

Tarif adhérent : 150 € TTC

ACCÈS LIBRE AUX ATELIERS

Les ateliers sont en libre accès, nous vous conseillons donc d'arriver dans la salle quelques minutes avant le début de chaque session pour être sûr d'avoir une place.

DROIT À L'IMAGE

Lors de la conférence, vous êtes susceptibles d'être photographiés ou filmés. Si vous ne souhaitez pas apparaître sur les films et photos, merci de le préciser à l'accueil lors de la réception du badge.

PRÉSENTATIONS & REPLAYS

À l'issue de la conférence, les présentations à télécharger et Replays des sessions seront disponibles sur **Swapcard**, puis ultérieurement dans le centre de ressource du site web de l'AFF.

CONFÉRENCE 2.0

Un accès Wifi sera disponible gratuitement et les codes seront affichés pour vous permettre de vous connecter. Retrouvez toutes les informations sur la conférence via le *hashtag* **#AFFSEMINAIRE** et n'hésitez pas à interagir lors des sessions sur LinkedIn et Swapcard.

RESTAURATION

Des pause-café sont prévues et auront lieu dans le hall d'accueil aux heures indiquées sur le planning. **Les déjeuners et dîners ne sont pas compris dans le prix de la conférence.**

VESTIAIRES

Vous pourrez déposer vos affaires dans un vestiaire non gardé. L'AFF décline toute responsabilité en cas de perte ou de vol

PLANNING PRESENTIEL (3 jours Avec Master Classe / 2,5 jours Sans Master Classe)

Mardi 23 juin

8h30 : Accueil café
09h-12h30 : **Master Classe**
10h30- 11h : Pause-Café
12h30- 14h : Pause Déjeuner
12h45- 13h45 : Coachings
13h30 : Accueil café
14h-15h : **Plénière d'ouverture**
15h10-16h40 : **Ateliers**
16h40-17h10 : Pause-café
17h10-18h10 : **Ateliers**
18h15-19h30 : Cocktail

Mercredi 24 juin

9h15-10h15 : **Ateliers / Open Lab**
10h15-11h : Pause-café
11h-12h30 : **Ateliers / Open Lab**
12h30-14h30 : Pause Déjeuner
12h45-13h45: Coachings, Dej' Club
14h30-15h30 : **Ateliers / Open Lab**
15h30-16h15 : Pause-café
16h15-17h45 : **Atelier / Open Lab**
17h45-19h : Cocktail

Jeudi 25 juin

9h15-10h15 : **Ateliers / Open Lab**
10h15-11h : Pause-Café
11h-12h30 : **Ateliers / Open Lab**
12h30-14h30 : Pause Déjeuner
12h45-13h45: Coachings, Dej' Club
14h30-15h30 : **Ateliers**
15h30-16h15 : Pause-café
16h15-17h45: **Plénière de clôture**
18h30-23h : Soirée

PLANNING DIGITAL

(1,5 jours)

Mardi 23 juin

Retransmission live

14h-15h : **Plénière d'ouverture**
15h10-16h40 : **Ateliers**
17h10-18h10 : **Ateliers**

Mercredi 25 juin

Ateliers 100% digitaux

9h15-10h15 : **1 Atelier**
10h30-11h30 : **1 Atelier**
11h45-12h45 : **1 Atelier**
14h-15h : **1 Atelier**
15h15-16h15 : **1 Atelier**
16h30 – 17h30 : **1 Atelier**

Jeudi 25 juin

Retransmission live

9h15-10h15 : **1 Atelier**
11h30-12h30 : **1 Atelier**
16h15-17h45 : **Plénière de clôture**

REJOIGNEZ NOUS SUR SWAPCARD !

L'APPLICATION MOBILE DE L'EVENEMENT

Programme à portée de main, live en streaming, chat en direct, replays à la demande... tout est là pour vivre l'événement à 100 %, même à distance.

Pourquoi utiliser Swapcard ?

- Planifiez votre expérience
- Connectez-vous avec les participants via la messagerie
- Posez vos questions en direct
- **Visionnez les Replays**
- **Téléchargez les présentations** des ateliers

Comment ça fonctionne ?

- Recevez vos accès par mail
- Complétez votre profil
- Inscrivez-vous aux sessions
- Gardez le lien avec la communauté