

25^e

Séminaire
francophone
de la collecte de fonds

de l'AFF

LE PROGRAMME

Cultiver le sens,
nourrir la relation



25e édition • 23, 24 et 25 juin 2026 • FIAP Paris

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

Pourquoi participer ?

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

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.

LES **BENEFICES** CLES

1

Montez en compétences :

Approfondissez vos expertises stratégiques et opérationnelles avec 60 ateliers en présentiel, 12 ateliers digitaux, et 7 master classes 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 ...*

2

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.

3

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.

4

Innovez dans vos pratiques :

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

5

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.

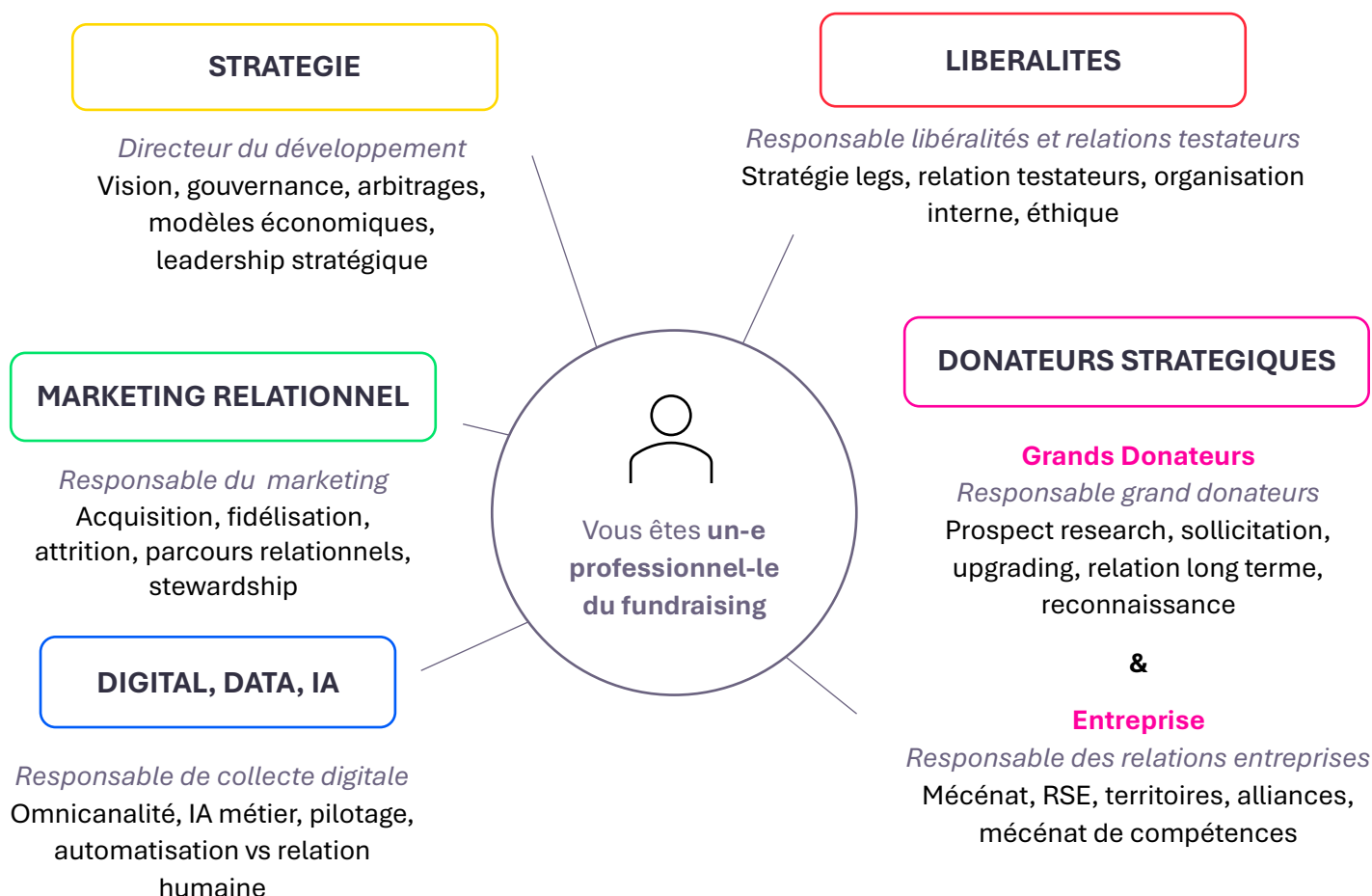
A qui s'adresse le Séminaire ?

Le Séminaire AFF s'adresse aux professionnels du fundraising et du développement, tous secteurs confondus : solidarité, environnement, enseignement supérieur, recherche, culture, etc.

Il propose 6 parcours-métiers et 2 thématiques transversales pour répondre au plus près des enjeux et réalités de chacun.

N'hésitez pas à mélanger les parcours selon vos propres enjeux !

6 PARCOURS MÉTIERS



THEMATIQUES TRANSVERSALES

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

OUTILS ET SOFT SKILLS
Leadership, organisation, coopération, culture philanthropique, bien-être

LES SESSIONS

*Explorez les contenus,
construisez votre parcours*

Plus de 90 sessions sont à votre disposition pour répondre à vos enjeux : à vous de choisir celles qui feront la différence !



Les formats des sessions

PLENIERES, KEYNOTES & TABLE RONDES

(30 min/1h)

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.

MASTER CLASSES (3h)

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)

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)

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)

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)

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)

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 & SOIREE

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 clés pour votre carrière.

COMMENT CHOISIR ?

Vous souhaitez :

- Prendre du recul → Plénières
- Passer à l'action → Ateliers
- Partager et trouver des solutions → Co-construction
- Résoudre un problème → Focus fundraising
- Approfondir → Masterclasses
- Expérimenter → Open Labs
- Développer votre réseau → Networking et soirées

LES TEMPS FORTS



Plénière ouverture

VALERIE GAUTHIER

Valérie Gauthier est professeure associée à HEC Paris, auteure, chercheuse et entrepreneure engagée, spécialisée dans le leadership relationnel et le dialogue. Créatrice de la méthode Savoir-Relier®, elle développe depuis plus de vingt ans une approche de l'intelligence relationnelle fondée sur l'attention, la confiance, la résonance émotionnelle et la créativité collective. Ancienne doyenne du MBA d'HEC Paris et professeure invitée au MIT Sloan School of Management, elle est également l'auteure de plusieurs ouvrages de référence, dont *Leading with Sense* et *Réinventer le Dialogue*. À travers ses initiatives, ses conférences et l'association dialog.ngo, elle œuvre à recréer des espaces d'échange respectueux et inclusifs au service des organisations et de la société.



Plénière de clôture

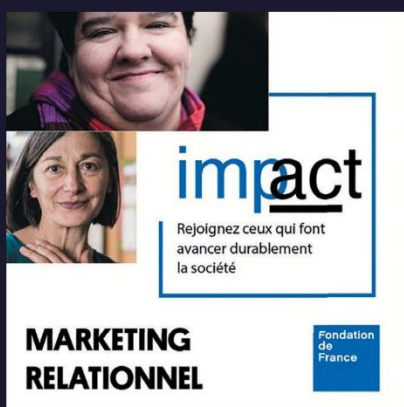
MATTHIEU DARDAILLON

Après dix ans d'entrepreneuriat social, Matthieu Dardaillon, cofondateur de Ticket for Change, est parti en quête de solutions pour mieux vivre et agir dans notre monde en grande transformation. Auteur d'*Anti-chaos*, il nous partagera quelques principes inspirants et outils concrets pour retrouver au quotidien de la clarté, de l'énergie et du pouvoir d'agir - même dans l'incertitude - afin de mettre notre énergie là où elle fait le plus la différence.



hopening

L'agence de TOUS les fundraisings



Parce que notre vocation est de faire grandir la générosité, nous déployons des services de stratégie, de création et de mise en œuvre sur toutes les disciplines du fundraising, au bénéfice de celles et ceux qui aspirent à changer le monde chaque jour.

Contact : lydia.bares-roques@hopening.fr - 06 15 60 74 12

LES MASTER CLASSES



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** :

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 – Stratégie

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

Réservé à des fundraisers confirmés en position de direction

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.

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

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

MC2 – Marketing relationnel

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 master classe, 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.

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

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.

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.

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

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)

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

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*

MC5 – Entreprise II

Requestionner 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 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.

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

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

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 ?

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 **Laura Mery Trichard** (Alteriade)

LES 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 – Stratégie de croissance

Acquisition digitale : pourquoi (et comment) cibler les donateurs plus 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 comme Meta, Google, TikTok ou le streaming, 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.

Un atelier pour s'inspirer de cas concrets et repartir avec une approche reproductible afin de pérenniser votre collecte de fonds et construire une base de donateurs plus jeune et durable.

Claire Grigaut (Ntegrity)

S2 – Regard international

Entre pression, transformation et opportunités : où va la collecte ?

(session anglais/français)

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

Innover et repenser le narratif : contrer les récits autoritaires à l'ère de l'IA

(100% digital, session en anglais)

Comment engager des publics qui ne pensent pas comme nous, sans compromettre nos valeurs ? En s'appuyant sur le cas d'Amnesty International Argentine, cette session explore comment une organisation a considérablement élargi sa base de soutien (jusqu'à plus de 800 000 abonnés) en repensant son approche de la communication.

Au cœur de cette transformation : une communication plus disruptive, la capacité à atteindre de nouveaux publics et la construction de contre-récits face aux discours autoritaires. Des campagnes telles que *Aborto Legal*, *La cena de los jubilados* et une expérience développée sur Roblox illustrent concrètement ces stratégies.

L'IA est utilisée comme un outil d'exploration : en simulant différents profils d'opinion, elle permet de tester des récits, de comprendre les réactions et d'identifier de nouveaux points de contact.

Inspirée des travaux de George Lakoff, cette approche repose sur un principe clé : plutôt que de répondre selon les termes de l'adversaire, il est plus efficace d'affirmer ses propres valeurs.

Daniel Gamboa (Amnesty international Argentine)

S4 – Etude de cas

AFM-Téléthon : comment innover sans perdre son identité ? Les clés d'un modèle de collecte qui dure depuis 40 ans

Depuis plus de 40 ans, l'AFM-Téléthon a su construire un modèle de collecte unique, capable de mobiliser durablement le grand public autour d'une cause complexe et exigeante. Mais comment une organisation aussi installée continue-t-elle à innover, tester de nouveaux formats et s'adapter aux évolutions des usages sans perdre ce qui fait sa force ?

À travers cette étude de cas, Claire Schiller-Heuzé reviendra sur les grands leviers qui ont permis au Téléthon de se réinventer au fil des décennies : culture de l'expérimentation, capacité à accueillir l'innovation, force du collectif, transparence et relation de confiance avec le public.

De l'événement télévisuel historique aux nouveaux formats digitaux et communautaires, cette session explorera les conditions qui permettent à une organisation mature de continuer à évoluer dans un environnement en mutation permanente.

L'atelier abordera notamment la place du test & learn et du droit à l'erreur, les leviers de fidélisation et d'engagement communautaire et les enjeux d'innovation à l'heure des nouvelles audiences et du digital. Une plongée inspirante dans les coulisses d'un modèle emblématique du fundraising français, entre innovation, stratégie et relation de confiance.

Claire Schiller Heuzé (AFM Téléthon)

S5 – Finance

Travailler avec le monde de la finance

Le secteur de la finance est aujourd'hui l'un des leviers les plus puissants pour développer des partenariats philanthropiques ambitieux. Résilients, structurés, soumis à des exigences croissantes d'impact et de responsabilité, les acteurs financiers (asset managers, private equity, banques privées) représentent un écosystème encore trop peu mobilisé par les fundraisers.

Dans cet atelier, les intervenants grâce à leur expertise et leurs retours d'expérience, proposeront une plongée concrète dans ce monde aux modèles économiques spécifiques, afin de mieux comprendre ses logiques, ses contraintes (ESG, régulations, due diligence) et surtout ses opportunités pour la collecte de fonds.

Jonathan Hude-Dufossé (EPIC)

S6 – Mobilisation interne

Mobiliser autrement : retour d'expérience du Thankathon Greenpeace

Et si remercier quelques donateurs pouvait transformer bien plus qu'une relation donateur ?

Début 2026, Greenpeace France lance un Thankathon à petite échelle : quelques dizaines d'appels, une mobilisation volontaire de salariés, un objectif volontairement simple. Derrière cette expérimentation légère se cachent des enjeux profonds : décroïsonner la collecte, reconnecter les équipes à la relation donateur, rapprocher les métiers de la mission et retrouver le goût de dire "Merci !" à celles et ceux qui rendent possible nos actions.

À travers un retour d'expérience concret et sans langue de bois, cet atelier explorera comment un micro-dispositif relationnel peut devenir un véritable levier de mobilisation interne. Comment l'idée est née, comment les équipes ont été embarquées, ce qui a été plus simple ou plus difficile qu'attendu. A l'issue de cet échange, vous aurez une idée concrète de comment mettre en œuvre une opération de Thankathon, quelle que soit la taille de votre structure.

Une session autour de la relation humaine. Depuis quand n'avez-vous pas parlé avec un de vos donateurs ?

Guillaume Bienvenu (Greenpeace)

S7 – Bénévoles

L'utilisation stratégique du levier des bénévoles

Laure Brogiolo (Vaincre la Mucoviscidose) *et autres Intervenants à venir*

S8 – Nouveaux canaux de collecte

Cryptomonnaies

Benjamin Trécherel (Médecins Sans Frontières) *et autre intervenant à venir*

S9 – Alliance

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

[\(retransmission live\)](#)

Face à la raréfaction des ressources, à la complexité croissante des enjeux sociaux et à la recherche d'impact systémique, les logiques d'alliance se multiplient — aussi bien du côté des associations que des philanthropes et des financeurs.

Coalitions, fonds collaboratifs, dynamiques territoriales, collectifs d'acteurs : le "faire ensemble" devient progressivement une condition d'efficacité et de crédibilité. Mais si les intentions convergent, les modèles restent fragiles : comment construire une alliance durable entre organisations ? Que finance-t-on réellement dans une dynamique collective ? Comment dépasser les logiques de concurrence entre associations ? Et quels modèles d'alliance ont réellement permis de renforcer l'impact et la collecte dans la durée ?

À travers les regards croisés d'acteurs associatifs, de philanthropes et de praticiens du fundraising, cette table ronde propose d'explorer les conditions nécessaires pour collecter ensemble et faire émerger des modèles de coopération soutenables.

Frédéric Bardeau (JOIN FORCES), **Claire Dognin** (Fondation Caritas) *et autre intervenant 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 au service du développement des ressources.

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

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

Les dispositifs in memoriam 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 du offline, 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), **Mathieu Rochon** (Fondation pour la Recherche Médicale).

S13 – Regard international

Ethique et fundraising

100% DIGITAL

Anne Goeres (Philantree Luxembourg)

S14 – Stratégie Réseau

Diversifier pour durer : comment les Petits Frères des Pauvres ont transformé leur modèle de ressources

Il y a encore dix ans, les ressources des Petits Frères des Pauvres reposaient presque exclusivement sur la générosité du public. Un modèle efficace, mais fragile.

Face à l'évolution des donateurs, à la concurrence accrue entre causes, à la volatilité des ressources et à l'augmentation des besoins, l'association a dû repenser en profondeur sa stratégie de développement des ressources.

Cette intervention propose un retour d'expérience très concret : pourquoi ce virage était indispensable, comment il a été mené (diversification, partenariats privés, subventions publiques, développement du face-à-face...), où nous en sommes aujourd'hui, et surtout quels sont les chantiers déjà ouverts pour les années à venir, notamment l'ancrage territorial et le développement de ressources plus locales

Dorothee Balbo et **Véronique Desnoyers** (Les Petits Frères des Pauvres)

S15 – Fundraising et environnement

Eric Ploteau (We Rise)

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 OMNICANAL

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

M1 – Omnicanal / Référentiel Donateur Unique

Jusqu'où personnaliser la relation donateur ?

Arnaud Acarie (BélaCom) et **Claude Pouvreau** (FNH)

M2 – Omnicanal / Référentiel Donateur Unique

Mieux repenser la relation donateur au cœur de la fidélisation

Intervenants à venir

M3 – OPEN LAB – Omnicanal / Référentiel Donateur Unique

Défi créatif RDU / Omnicanalité

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

Virginie Gonçalves (DATACOEUR)

M4 – Innovation / RCS

RCS avec paiement intégré : comment transformer ses parcours de don et activer un nouveau canal de conversion ?

Une innovation mondiale est née : le RCS (Rich Communication Services - le nouveau SMS) avec paiement intégré !

L'intégration de l'acte de paiement au canal conversationnel (sans rentrer d'informations personnelles ou de données de paiement) permet dorénavant aux OSBL de proposer une expérience plus fluide, sécurisée pour le don ponctuel et le don récurrent.

Depuis le lancement officiel fin 2025, les premières expérimentations et campagnes ont démontré un fort potentiel, avec des résultats encourageants en termes d'engagement et de fidélisation des donateurs.

Au programme :

- Où en est le déploiement du RCS en 2026 ? + focus RGPD
- Collecter des dons par RCS – Évolutions et nouveautés depuis octobre 2025
- Chiffres clés : Performances, taux de conversion et tests réalisés
- Exemples de parcours en dons ponctuels et récurrents

- Retours d'expérience d'associations et fondations ayant adopté le RCS, dont la Fondation pour la Recherche Médicale
- Étapes clés pour intégrer le RCS dans vos campagnes

Corentin Hue (France générosités), **Amélie Ozier** (HIGH CONNEXION), **Mathieu Rochon** (Fondation pour la recherche médicale)

M5 – Relation donateur / Face à Face

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

Que se passe-t-il après une première rencontre en face-à-face ? Et pourquoi les premières semaines sont-elles déterminantes pour la suite de la relation ?

Si ce canal permet d'initier le lien, sa valeur dépend largement de la manière dont il est ensuite entretenu. Dans un contexte de croissance fragilisée, mieux accompagner ces nouveaux donateurs devient un levier clé pour installer une relation durable et cohérente.

APF France handicap et l'agence Maxyma partageront comment ils ont repensé leurs parcours d'accueil en s'appuyant sur une méthodologie simple, qui s'adapte à vos différents enjeux de collecte. Cette approche permet de revisiter les moments clés de l'expérience donateur en s'interrogeant sur les attentes qui suivent le premier don, et sur la manière de les articuler avec vos objectifs pour prolonger l'élan initial dans la durée. En partant de ces constats, ils ont fait évoluer les séquences adressées aux nouveaux donateurs issus du F2F pour les adapter aux profils et mieux répondre aux attentes des donateurs.

Vous en retirerez des repères pour questionner vos parcours d'accueil, mieux penser les messages et rythmes de sollicitation, et nourrir une expérience donateur plus cohérente.

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

ENSEMBLE, PRENONS SOIN DE
VOS SOUTIENS
 ET FAISONS GRANDIR
VOTRE CAUSE

Donateurs,
 sympathisants,
 bénévoles, testateurs :
 derrière chaque
 soutien, il y a une
 relation à créer.

Maxyma aide les acteurs de l'intérêt général à répondre à leurs enjeux pour développer durablement la générosité et l'engagement.

Conseil stratégique fundraising • Parcours relationnels • Campagnes omnicanales • Expérience donateur

Contactez-nous gpamart@maxyma.com

01 44 51 58 00 • maxyma.com 

M A X < M A

Fundraising et communication d'engagement

M6 – Face à Face

Titre à venir

M7 – Télémarketing

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

Christine Pambouc et **Pascal Freneaux** (ADM Value) et autre intervenant à venir

M8 – Ambassadeurs

Mobiliser des ambassadeurs qui collectent pour sa cause (sans les épuiser !)

Comment acquérir de nouveaux donateurs, avec des budgets contraints et des canaux qui rendent moins ? Cet atelier explore un levier sous-exploité : la communauté des associations. Bien activée, elle devient un relais déterminant pour élargir votre base de donateurs, via une collecte incarnée et participative portée sur les réseaux sociaux.

L'objectif de l'atelier présenté par Dift est de montrer comment vos bénévoles, bénéficiaires, salariés, grands donateurs ou encore des personnalités engagées peuvent devenir des ambassadeurs pour votre association sur les réseaux, et des moteurs pour votre collecte.

Au programme : comment les recruter, quels profils activer en premier, comment les outiller et lever leurs inquiétudes, leur donner les clés pour collecter, animer un collectif autour d'un objectif de collecte, gamifier l'effort et faire rayonner les collecteurs...

L'atelier s'appuiera sur deux retours d'expérience concrets : La mise en place d'un Challenge de collecte par une association qui a fait appel pour la première fois à ses bénévoles pour collecter via les réseaux des dizaines de milliers d'euros en 2 semaines et le lancement d'une grande campagne de communication autour de la générosité ayant mobilisé 50+ ambassadeurs sur les réseaux sociaux en décembre 2025 pour appeler le grand public à donner.

Clara Pigé (Dift) et autre intervenant à venir

M9 – OPEN LAB – Parcours donateur

Comment identifier et traiter les frictions dans le parcours donateur ?

Objectif : identifier les points de friction qui freinent le passage à l'acte, sur tous les canaux (print, digital, multicanal).

Jean Pierre Levieux (Holisteam), **Corinne Josephides** (Force For Good), **Angèle Fert et Jane Crobeddu** (Oxfam France)

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 gouvernance IA

Arnaud de Bruyn (ESSEC)

M12 – Campagne

Faut-il encore faire des campagnes ?

Les campagnes, structurent encore largement les stratégies de collecte, avec leurs temps forts, leurs objectifs et leurs dispositifs dédiés. Pourtant, de nombreuses organisations constatent aujourd'hui un essoufflement : pression accrue, résultats plus volatils, difficulté à renouveler les approches et à fidéliser dans la durée. Au-delà de ces constats, c'est le modèle même de la campagne qui interroge. Enchaînées les unes aux autres, elles peinent parfois à s'inscrire dans une vision globale, laissant peu de place à une relation continue et cohérente avec les donateurs.

Cet atelier propose de prendre de la hauteur pour questionner ce modèle et ses limites à partir d'exemples de différentes campagnes. Comment réarticuler campagnes et relation dans la durée ? Comment passer d'une logique de succession de prises de parole à une approche plus transversale, centrée sur le parcours donateur et le sens des messages ?

Un temps pour clarifier sa stratégie, mieux structurer ses prises de parole et renforcer l'impact de ses actions de collecte.

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

M13 – CRM

Choisir son CRM fundraising : les vraies questions à se poser avant de se lancer

Atelier doublé : présentiel et 100% DIGITAL

Changement de CRM, premier équipement, migration douloureuse... Le choix d'un outil de gestion des donateurs est un moment charnière pour toute organisation, et pourtant les décisions se prennent souvent sur la base d'une démo ou d'un bouche-à-oreille entre pairs.

Cet atelier propose de prendre du recul pour structurer sa réflexion avant de consulter les éditeurs. À partir d'un travail mené sur le panorama des solutions CRM fundraising disponibles en France, nous aborderons ensemble :

- Les critères de choix qui comptent vraiment selon la taille et la maturité de votre organisation (et ceux qui sont des faux amis),
- Comment traduire vos besoins métier en questions concrètes à poser aux éditeurs.
- Les pièges classiques du processus de sélection : ce que les retours d'expérience du terrain nous apprennent.
- Les points de vigilance souvent négligés : migration des données, coûts cachés, autonomie vs. dépendance technique.

L'objectif : que chaque participant reparte avec une grille de lecture claire et opérationnelle pour mener (ou accompagner) un choix de CRM en toute connaissance de cause.

Adrien Le Léon (consultant), **Ophélie Le Grand** (Consultante)

M14 – IA

L'IA au service de la collecte

Alice Reuter (Share it) et *autres intervenants à venir*

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.

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 – Prospective

ONG 2030+ : et si le changement était plus rapide que prévu ?

En 2025, nous vous avons projeté dans une ONG fictive de 2030. Certaines "prédictions" sont déjà réalité : agents IA, collecte hyper-personnalisée, gouvernance distribuée. Il est temps de revenir sur ce qui a basculé plus vite que prévu et ce qui va changer dans les 10 prochaines années : audiences, outils, gouvernance, communauté... un atelier pour préparer le futur de votre association.

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

D2 – IA, Data, Rétention

Leads prédictifs : IA, attrition & rétention donateurs. Pourquoi tout commence après le modèle IA ?

Prédire l'attrition des donateurs et mettre en place des actions efficaces est aujourd'hui possible.

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 en PA à risque d'attrition, à l'analyse des facteurs, jusqu'à la mise en œuvre concrète de stratégies de rétention.

Car entre l'atout décisif que représente le modèle IA et la mise en place d'actions de rétention efficaces, le chemin peut être riche en rebondissements : 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...

Pour finalement, réussir à passer d'une logique de réaction à une logique d'anticipation, et renforcer la fidélité dans la durée.

À travers ce cas concret, les intervenants partageront sans filtre les défis relevés, les ajustements opérés et les conditions qui ont permis de faire évoluer le projet dans la durée, et finalement, de trouver les clés pour optimiser la rétention.

Un atelier pour comprendre pourquoi un bon modèle ne suffit pas, et comment activer tout le potentiel de l'IA grâce à l'expertise humaine pour renforcer durablement la rétention.

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

D3 – Campagne digitale

Petite base, peu de moyens... et une vraie campagne d'acquisition : retour d'expérience avec la Congrégation de l'Armée du Salut

Faire de l'acquisition avec une petite base de données et des moyens limités : défi classique, et souvent décourageant.

Avec sa campagne de l'Avent, la Congrégation de l'Armée du Salut s'est confrontée à cette réalité. L'enjeu : réussir à capter de nouveaux contacts, sans surpromesse ni recettes miracles, en s'appuyant sur des contenus pertinents et un dispositif digital multicanal.

Dans cet atelier, nous reviendrons concrètement sur cette expérience : ce qui a été tenté, ce qui a fonctionné, ce qui a dû être ajusté... et comment cette campagne s'inscrit dans une réflexion plus large autour de la transformation et de l'engagement des donateurs.

Un retour d'expérience pragmatique, pour partager des pistes et ouvrir des possibles, même quand les ressources sont limitées.

Cécile Clément (Congrégation de l'Armée du Salut) et **Cindy Gisquet-Fifi** (Com&Sens)

D4 – Donateur augmenté

Booster la Life Time Value et fidéliser en alliant optimisation des parcours de dons et storytelling d'impact

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 – Stratégie organisationnelle, IA

De l'intention à l'action : comment intégrer l'IA dans le quotidien d'une équipe de collecte ?

L'IA est déjà utilisée dans beaucoup d'organisations, souvent de manière individuelle, informelle ou dispersée. Comment passer de ces usages isolés à une dynamique collective, utile et maîtrisée ? À partir de son retour d'expérience au CCFD-Terre Solidaire, Marie-Hélène Vouilloux partagera des conseils pour accompagner l'appropriation de l'IA dans une direction fundraising : partir des besoins réels, choisir les bons outils, et faire progressivement entrer l'IA dans les pratiques quotidiennes. Un atelier pour comprendre comment avancer simplement, sans attendre une stratégie parfaite, tout en gardant un cadre responsable.

Marie-Hélène Vouilloux (Indépendante)

D6 – Services relations donateurs

Qualitatif x Quantitatif : L'équation gagnante de votre service relation donateurs, grâce aux atouts de l'externalisation

Comment continuer à bien répondre à ses donateurs quand les sollicitations augmentent ?

À partir de l'expérience de l'Institut Gustave Roussy, cette session revient sur deux années de transformation de son service relations donateurs.

Parti d'un enjeu très concret : absorber les appels et emails, réduire les délais, éviter les débordements, le projet d'externalisation a progressivement permis de rétablir de la fluidité.

Mais il a surtout ouvert un autre levier : mieux comprendre les attentes des donateurs, leurs réactions et les points de friction.

Avec le recul, cette session partage ce qui a réellement fonctionné, ce qui a évolué en chemin, et comment la relation donateurs peut devenir un outil d'amélioration continue.

Vous repartirez avec des repères concrets pour structurer ou faire évoluer votre SRD, éviter les pièges classiques et gagner à la fois en qualité et en efficacité.

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

D7 – Influence

Mobiliser les parrains pour engager les communautés au service de la collecte (titre provisoire)

Louise Duflot et **Margaux Payen** (Institut Pasteur de Lille)

D8 – 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 **Kévin Guérin** (Action Contre la Faim)

D9 – Cultivation

Le continuum de l'engagement

100% DIGITAL

Et si le don n'était qu'une étape parmi d'autres dans la relation avec vos soutiens ? Comment construire une relation riche et durable avec ses soutiens, au-delà de la transaction financière ? À travers cet atelier, HelloAsso propose de dépasser une approche transactionnelle de la collecte pour explorer le continuum de l'engagement : événements, bénévolat, adhésion, expériences communautaires... Comment créer une relation durable, fondée sur l'attachement, l'expérience et le sens, plutôt que sur la seule sollicitation financière ? Cette session apportera des clés pour cultiver l'engagement dans le temps, diversifier ses publics et renforcer la fidélisation.

Fabien Gioe (HelloAsso)

D10 – Gouvernance digitale et IA

Gouvernance IA : du flou à la pratique

L'IA est déjà là dans votre organisation. Dans les habitudes informelles, les outils utilisés en dehors des canaux officiels, les raccourcis pris sans cadre.

Sans règles claires, chaque équipe avance sans direction. Quels outils sont utilisés ? Quelles données sont partagées et pour quoi faire ? Qui valide quoi ? Comment on gère un incident ? Qui est responsable quand ça dérape ? Est-ce que vos usages IA respectent vos valeurs et vos bénéficiaires ? Et quel est l'impact environnemental de ces usages ?

Cet atelier présente une méthodologie concrète : de l'audit des usages réels à la mise en place d'un comité IA, en passant par la priorisation, la politique d'usage et un déploiement progressif

Bertie Bosrédon (Consultant)

D11 – Data

Exploiter la data pour développer la valeur donateur (middle & grands donateurs)

100% DIGITAL

Comment identifier les donateurs à fort potentiel ? Quels outils utiliser pour mieux cibler, personnaliser et prioriser ses actions ? Jusqu'où la data peut-elle réellement aider à développer la valeur donateur ?

Dans cet atelier, découvrez comment les approches data peuvent soutenir une stratégie d'upgrade et accompagner le développement des middle donors et des grands donateurs.

Les intervenants aborderont les principaux leviers mobilisables aujourd'hui : scores prédictifs de potentiel de don, de profil middle ou grands donateurs, enrichissement par des données externes (socio-démographiques, open data, comportementales), ainsi que les contraintes et limites des différentes approches.

À travers des cas d'usage concrets, venez découvrir comment la data peut aider à mieux identifier les potentiels, personnaliser les parcours relationnels et prioriser les actions.

Hélène Ivanoff (Spindata)

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, Fiscalité

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)

DS 2 – Prospection

Titre à venir

DS 3 – Fidélisation

Co-construire avec les fondations familiales : construire une relation de partenariat équilibrée

Comment dépasser la simple logique de financement pour construire une véritable relation de partenariat avec une fondation familiale ? Comment instaurer un dialogue de confiance, accepter le regard critique d'un financeur et transformer ensemble un projet pour lui permettre de changer d'échelle ?

À partir du retour d'expérience croisé de la Fondation Pierre Bellon et des Apprentis d'Auteuil, cet atelier participatif proposera un échange concret autour des conditions de réussite d'une co-construction.

Les intervenantes partageront comment un partenariat autour d'un programme d'apprentissage du français pour les mineurs non accompagnés a progressivement évolué vers une démarche de structuration et de transformation du projet. Les participants seront invités à réagir, partager leurs propres expériences et réfléchir collectivement aux équilibres à trouver dans les relations associations-fondations.

Joséphine Gillet (Apprentis d'Auteuil) et **Emma Guibert** (Fondation Pierre Bellon)

DS 4 – Etude de cas

Etude de cas Fondation de France - La grande philanthropie : comment faire évoluer son offre philanthropique ?

DS 5 – Événementiel

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)

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 **Sylvie Brigot** (Amnesty International France)

DS 8 – Philanthropie basée 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), **Santiago Núñez Regueiro** (Ellyx)

DS 9 – Middle do

Elaborer une stratégie Middle do

100% DIGITAL

A la croisée de vos grands et de vos petits donateurs, les *Middle Donors* constituent un segment essentiel pour la montée en valeur de votre base. Bien souvent, on ne pense à eux qu'au moment des campagnes IFI et ils ne font pas l'objet d'approches stratégiques annuelles.

Qui sont-ils vraiment ? Comment les repérer lorsqu'ils ont comportement de petits donateurs ? Pourquoi restent-ils sous-mobilisés dans nos organisations ? Comment les engager à la hauteur réelle de leur potentiel ?

Cet atelier vous propose de changer de regard : décrypter les spécificités de cette cible clé et explorer comment la transformer en moteur de croissance pour vos collectes. Identification, engagement, fidélisation : nous partagerons des approches concrètes et des pratiques éprouvées pour structurer une stratégie adaptée et activer pleinement leur potentiel.

Marie-Emilie Moyouana (Alteriade)

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 – Parcours mécène

Comment passer de l'appel à projet à une relation individualisée avec ses mécènes ?

Répondre à des appels à projets est devenu un réflexe pour de nombreuses organisations. Mais comment éviter que cette logique n'épuise les équipes, uniformise les approches... et réduise la relation mécène à une simple logique de dossier ?

À partir du retour d'expérience d'Aïda, cet atelier propose d'explorer une autre manière de construire ses partenariats : considérer l'appel à projets non comme une finalité, mais comme un point d'entrée relationnel. Comment poursuivre la relation après un refus ?

Comment transformer un soutien ponctuel en partenariat durable ?

Comment faire émerger de nouvelles opportunités grâce au réseau, aux ambassadeurs ou aux expériences vécues avec l'association ?

La session reviendra très concrètement sur les méthodes qui permettent aujourd'hui à Aïda de développer des partenariats de plus en plus stratégiques malgré des ressources limitées : qualification des prospects, mobilisation d'ambassadeurs, expériences partenaires personnalisées, collaborations au-delà du financement, articulation entre petits et grands mécènes, ou encore gestion du changement d'échelle.

Un échange entre pairs, ancré dans le terrain, pour partager ce qui fonctionne, les limites rencontrées et les arbitrages du quotidien.

Camille Chalubert (Aïda)

DS 11 – Fidélisation

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

De plus en plus d'organisations structurent leur stratégie de mécénat autour de clubs partenaires. Un levier efficace pour fédérer, engager et fidéliser... à condition d'en maîtriser les codes.

Quels sont les prérequis pour lancer un club ? Quels objectifs se fixer, avec quels moyens ? Et surtout, comment en faire un véritable outil de développement, capable de recruter de nouveaux mécènes tout en entretenant une relation durable avec les partenaires existants ?

Cet atelier propose de revenir sur les fondamentaux et les points de vigilance : ce qui fonctionne, ce qu'il vaut mieux éviter, et comment animer un club dans la durée pour en faire un levier actif de fidélisation et de développement.

Un temps pour structurer sa démarche et repartir avec des repères concrets pour créer et faire vivre un club mécènes.

Marie-Caroline Blayn (Mécélink) et **Nathalie Kohlmayer** (Voies Navigable de France)

DS 12 – Stratégie

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

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

DS 13 – Ethique et Mécénat

Mettre en place les outils pour sa due diligence ?

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

DS 14 – Etude de cas

Comment structurer une stratégie mécénat quand on fonctionne en réseau, avec de petites équipes, plusieurs niveaux de gouvernance et des financements toujours plus complexes à mobiliser ?

À partir du retour d'expérience de Jérémy Goldbaum, responsable du mécénat et des partenariats à La Source Garouste, cet atelier propose d'explorer de manière très concrète les enjeux de développement, d'organisation et de pilotage d'un modèle hybride et décentralisé dans une phase de changement d'échelle. L'intervention reviendra sur les difficultés rencontrées, les arbitrages réalisés et les méthodes mises en place pour développer les financements privés autour de plusieurs enjeux :

- réussir une prise de poste sans passation dans un réseau associatif ;
- articuler une stratégie mécénat entre tête de réseau nationale et structures locales ;
- structurer des méthodes de développement adaptées à une petite/moyenne structure ;
- sécuriser et renouveler ses financements privés dans un contexte concurrentiel ;
- mobiliser la gouvernance autour des enjeux de mécénat ;
- faire du développement et de la collecte un levier de changement d'échelle.

Un temps d'échange entre pairs pour prendre du recul sur ses pratiques, confronter ses problématiques de structuration et explorer d'autres façons de penser, organiser et piloter sa stratégie de collecte de fonds.

Jérémy Goldbaum (La Source Garouste)

L'Engagement des collaborateurs salariés (retransmission live)

Panel à venir

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 libéralités

CO-CONSTRUCTION

Quels KPI pertinents pour les libéralités ?

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

L3 – Stratégie Assurance-vie

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

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

L4 – Relation testateur et stewardship

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

Jennifer Coupry (Fondation Arc) et **Emmanuel Jaccaud** (Terre de Liens)

L5 – Relation testateur éthique

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-fou - 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 ?

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), **Carmen Carlès** (Secours Catholique)

L7 – Innovation

Sécuriser une succession testamentaire

Lors d'une succession, la reconstitution des forces et charges d'un patrimoine peut vite se transformer en un travail chronophage et à l'issue incertaine tant pour les ayants droit que pour le notaire : retrouver un testament, identifier les comptes et placements, rassembler les pièces indispensables, ou encore gérer des actifs désormais dématérialisés.

Cet atelier propose des pistes concrètes pour sécuriser une succession testamentaire de son vivant : comment s'assurer qu'un testament sera rapidement retrouvé et correctement pris en compte ? Comment protéger ses volontés et éviter les oublis ? Et comment faciliter, le moment venu, le règlement de la succession et le travail du notaire ?

Les intervenantes présenteront plusieurs outils et dispositifs pour mieux anticiper et organiser la transmission des informations essentielles.

L'atelier abordera également les enjeux de la transmission numérique et mémorielle : comptes et abonnements en ligne, photos et contenus personnels, cryptomonnaies, droits de propriété intellectuelle, ou encore modalités de conservation et de partage des souvenirs.

Une succession bien préparée, c'est, pour les ayants droit, une transmission plus sereine et des retombées sécurisées.

Laure Bigarré (APF), **Capucine Florentin** (notaire), **Alexia Arno** (Clésame)

7 • OUTILS ET 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 - Management des équipes salariées

Comment accompagner ses équipes de fundraisers entre performance et quête de sens au travail ?

Pression des résultats, intensité émotionnelle, accélération des rythmes... Les équipes de fundraising évoluent dans un environnement exigeant, où engagement et épuisement peuvent rapidement se côtoyer. Dans ce contexte, le rôle du manager est clé mais également de plus en plus complexe : comment atteindre les objectifs sans sur-solliciter ? Comment protéger ses équipes tout en répondant aux attentes de la gouvernance ? Comment piloter sans tomber dans le micro-management ?

Cet atelier participatif propose de prendre du recul et d'explorer des pratiques managériales plus soutenables et mobilisatrices. Il mettra notamment l'accent sur des leviers concrets du quotidien, comme le feedback et l'adaptation du management aux dynamiques intergénérationnelles.

Un temps pour repenser son management et repartir avec des actions concrètes, au service d'équipes engagées et durables.

Céline Legrand (Indépendante)

O2 – Santé mentale et prévention

Prévenir l'épuisement professionnel et renforcer les ressources individuelles et collectives

Dans les métiers de l'engagement, de la collecte et de l'accompagnement, les équipes évoluent aujourd'hui dans un contexte de forte pression : multiplication des urgences, charge émotionnelle élevée, tensions budgétaires, exigences de résultats et hyper-sollicitation permanente.

Les fundraisers, comme de nombreux professionnels du secteur associatif, doivent continuer à mobiliser, rassurer, créer du lien et porter l'espoir... tout en absorbant les inquiétudes internes et externes.

Dans ce contexte, la santé mentale ne peut plus être considérée comme un sujet secondaire. Prévenir l'épuisement professionnel, les risques psychosociaux et la surcharge mentale est devenu un enjeu essentiel, autant pour les individus que pour les organisations.

Cet atelier propose un temps de prise de recul, de sensibilisation et d'échange pour mieux comprendre les mécanismes de l'épuisement, identifier les signaux d'alerte et découvrir des pistes concrètes pour préserver son équilibre au travail.

Au programme :

- Comprendre les mécanismes du stress et du burn-out.
- Identifier les facteurs de vigilance individuels et collectifs.
- Partager des expériences et ouvrir le dialogue autour de la santé mentale au travail.
- Découvrir des outils simples pour mieux gérer la charge mentale et émotionnelle.
- Réfléchir à des pratiques protectrices pour soi et pour les équipes.

Un atelier pour remettre la santé mentale au cœur des pratiques professionnelles, renforcer les capacités d'auto-protection et encourager des modes de fonctionnement plus durables dans les organisations engagées.

Chrystel Odier (Asphodel)

O3 – La puissance de la connexion 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)



L'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.

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** !*

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)

SESSION 2

Campagne de fin d'année : quelles sont les prochaines actions à mener à partir de fin juin pour qu'elle soit bien préparée ?

Identifier les actions prioritaires à anticiper : cadrage des objectifs, messages, ciblage des publics, calendrier, canaux et outils de pilotage. L'objectif est de repartir avec une vision claire des prochains jalons à poser pour sécuriser votre campagne, éviter les décisions de dernière minute et maximiser votre potentiel de collecte. Venez avec votre calendrier et retroplanning de campagne de fin d'année tel qu'ils sont pensés à l'instant T afin que nous puissions vous apporter notre œil extérieur et recommandations.

Ingrid Portier (Com&Sens)

SESSION 3

Comment bien accueillir vos nouveaux donateurs ?

Acquérir de nouveaux donateurs demande beaucoup d'efforts : encore faut-il créer les conditions pour qu'ils aient envie de poursuivre la relation. Cet atelier méthodologique aborde l'étape clé de l'accueil, souvent oubliée ou trop vite remplacée par une nouvelle sollicitation. Comment remercier, expliquer, sensibiliser et créer du lien après un premier don, avant de proposer un engagement plus durable ? L'objectif est de mieux travailler ce moment de consolidation, essentiel pour transformer un premier soutien en relation de confiance. Venez avec vos parcours relationnels après le premier don tel qu'ils sont pensés à l'instant T afin que nous puissions vous apporter notre œil extérieur et recommandations.

Roland Raymond (Com&Sens)

CONSEIL FORMATION

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** !*

LE 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**

LUNCH LAB NETWORKING

Développez votre réseau professionnel !

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

Giovanni Verduci (AFF) et **Jessica Crochot** (France Parrainage)

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.**

COCKTAILS 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

LES

INFOS

PRATIQUES



Date, lieu et tarifs

Mardi 23, Mercredi 25 et jeudi 25 juin 2026

FIAP Jean Monnet

30 rue Cabanis 75 014 Paris

Métro ligne 6 : Glacière et Saint-Jacques

RER B - Denfert-Rochereau

Stations Vélib' à proximité

Formule 3 jours

Formule 2.5 jours

Sans Master classe

- ✓ Présentiel
- ✓ ateliers, networking, plénières...
- ✓ toutes les présentations et replays
- ✓ Cocktails networking et Soirée péniche
- ✗ Master Classe

845€

pour nos adhérents

1178€

prix public

Avec Master Classe

- ✓ Présentiel
- ✓ ateliers, networking, plénières...
- ✓ Master Classe
- ✓ toutes les présentations et replays
- ✓ Cocktails networking et Soirée péniche

920€

pour nos adhérents

1280€

prix public

Formule digitale 1.5 jours

Distanciel uniquement

- ✓ Diffusion des plénières mardi et jeudi en direct
- ✓ 6 ateliers digitaux le mercredi
- ✓ Toutes les présentations et replays
- ✗ Accès aux Master Classes
- ✗ Sessions en présentiel
- ✗ Cocktails networking et Soirée péniche

150€

pour nos adhérents

390€

prix public

Bien préparer votre venue

LES ETAPES CLES :

1. Je télécharge Swapcard
2. Je pré-sélectionne les sessions auxquelles je souhaite assister

Attention : la majorité des sessions sont en accès libre. La pré-sélection n'a pas valeur de place (elle nous permet d'ajuster les salles en fonction de l'affluence prévue). Arrivez **15 min avant** pour assurer votre place.
Si la salle est pleine, vous serez invité à rejoindre un autre atelier.

3. J'identifie mes priorités



DROIT A 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.



APPLICATION DE L'ÉVÉNEMENT : SWAPCARD

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 mess
- 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

swapcard



ACCES AUX SESSIONS

- Les ateliers sont en accès libre
- Présentez-vous quelques minutes avant pour garantir votre place
- Si une salle est complète, d'autres sessions sont accessibles

La pré-inscription sur l'application permet de mieux organiser votre parcours.



SUR PLACE

- Pauses café incluses (hall d'accueil)
- **Déjeuners et dîners non inclus dans le prix de la conférence**
- Vestiaires non gardé (objet sous votre responsabilités)



CONFERENCE 2.0

Wifi gratuit et accessible ! Retrouvez toutes les informations sur la conférence via le *hashtag* **#AFFSEMINAIRE** et n'hésitez pas à interagir lors des sessions sur LinkedIn et Swapcard.

Planning

Mardi 23 juin

PRESENTIEL

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

DIGITAL

Retransmission live
14h-15h : **Plénière d'ouverture**
15h10-16h40 : **1 Atelier**
17h10-18h10 : **1 Atelier**

Mercredi 24 juin

PRESENTIEL

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

DIGITAL

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

PRESENTIEL

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

DIGITAL

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

Retransmission Live : L'atelier qui a lieu en présentiel est rediffusé sur Swapcard, inclus dans l'offre digitale
VS 100% digital : L'atelier n'a lieu QUE sur Swapcard

Merci au comité de pilotage !

L'AFF souhaite remercier tout particulièrement les membres du Comité de Pilotage qui contribuent grandement au programme de cette 25^{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 Beyssac Hernandez

*Responsable Pôle 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*

Merci à nos partenaires !

Partenaire
Principal

ORIXA
FUNDRAISING

Partenaire
Or

hopening



Partenaire
Marketing
Relationnel

adfinitas
révéléateur d'engagement

Partenaire
Innovation



Partenaire
Argent

alter.iade
communication & Fundraising

helloasso
l'engagement, tout simplement

innovairre™
innovate for good

M A X < M A

Partenaire
International

**Fondation
de
France**

Partenaires
Pauses Café
et Pauses Fraicheur

iRaiser

**ADM
value**

Partenaire
Face à Face



Partenaires
Bronze



**FORCE
FOR
GOOD.**
GOODRAISING NETWORK

factory
knowledge for good

**EQUINOXE
SOFTWARE**

uniservices
data • fabrication • mailing

RaiseNow

Equaninity

CIG*GNE
FRANCE

mindme

Dift

COM&SENS

idaia

Belacom

L'Association française des fundraisers

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](#)

L'AFF en bref :



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

Pour en savoir plus : www.fundraisers.fr

FAQ

Que comprend l'offre digitale du séminaire ?

L'offre digitale donne accès uniquement aux sessions proposées en 100 % digital le mercredi 24 juin.

Ces sessions se déroulent directement sur la plateforme Swapcard.

Comment accéder à Swapcard ?

Une fois votre inscription finalisée, vous recevez un email de Swapcard contenant vos identifiants de connexion. Pensez à vérifier vos spams si vous ne le trouvez pas. Si besoin, vous pouvez bien sûr contacter l'équipe de l'AFF, qui pourra vous aider.

Dois-je utiliser Swapcard pendant l'événement ?

Oui, Swapcard vous permet de : consulter le programme, organiser votre parcours, interagir avec les intervenants, accéder aux contenus. Nous vous recommandons de vous y connecter en amont.

Où retrouver les présentations et les replays après le séminaire ?

Tous les contenus seront disponibles sur Swapcard. Il vous suffit de cliquer sur la session qui vous intéresse pour accéder à la rubrique « documents et liens ». Les replays et supports sont mis en ligne progressivement après l'événement. Un petit délai est donc possible : merci de patienter quelques jours avant de nous contacter.

Les repas sont-ils inclus ?

Les pauses café sont incluses. Les déjeuners ne sont pas compris dans l'inscription.

Faut-il un badge pour accéder aux sessions ?

Oui, un badge vous sera remis à votre arrivée. Il pourra être demandé pour accéder aux salles.

Y a-t-il du wifi sur place ?

Oui, un accès wifi sera disponible sur le lieu de l'événement.

Puis-je recharger mon téléphone / ordinateur ?

Des prises sont disponibles dans certains espaces, mais leur nombre peut être limité. Pensez à anticiper si besoin.

Puis-je modifier mon inscription ?

Pour toute modification, merci de contacter directement l'équipe AFF.

Comment rencontrer d'autres participants ?

Les temps de pause, les déjeuners et la soirée sont des moments privilégiés pour échanger. De plus, des cordons de couleurs vous permettront d'identifier les anciens et les nouveaux participants. N'hésitez pas à briser la glace, tout le monde est dans le même bateau.