La conférence
fundraising
dans l'ESR et la santé
de l'AFF

Programme

12 et 13 Mars 2025

FIAP Paris

Association
Française des
Fundraisers

VOTRE EXPERT EN TELE-FUNDRAISING

FIDELISEZ VOS DONATEURS

sur notre nouvelle plateforme de Boulogne-sur-Mer

HUMANITEL
GROUPE FIDELIS

Reconnu depuis plus de 12 ans pour la conquête de vos donateurs, le Groupe FIDELIS complète son offre de fidélisation, enjeu majeur de la pérennité de vos ressources.

Avec Humanitel, notre nouvelle plateforme située à Boulogne-sur-Mer, nous renforçons nos équipes de fidélisation. Elles sont formées spécialement pour convertir un volume substantiel de vos donateurs ponctuels en donateurs réguliers, par prélèvements automatiques. **Pour en savoir plus, contactez-nous !**

FIDELIS, SAS immatriculée au Registre du Commerce et des Sociétés de Versailles, sous le numéro 789 254 653 dont le siège est situé 19 rue du Pont Colbert 78000 Versailles - Crédit photo : ©Adobestock - 05/24

www.groupe-fidelis.fr

Groupe FIDELIS

Ils nous font confiance :

ACTION CONTRE LA FAIM ● AVIATION SANS FRONTIERES ● ARSEP FONDATION ● CARE FRANCE ● CENTRE LEON BERARD ● CROIX-ROUGE FRANCAISE ● DOULEURS SANS FRONTIERES ● FEDERATION FRANCAISE DES DIABETIQUES ● FONDATION DU SOUFFLE ● GREENPEACE ● GSCF SAPEURS-POMPIERS HUMANITAIRES ● GUSTAVE ROUSSY ● INSTITUT CURIE ● INSTITUT PAOLI-CALMETTES ● LE RIRE MEDECIN ● MEDECINS DU MONDE ● SOS SAHEL ● UNAPEI ● UNHCR ● UNICEF

À travers ces deux journées de conférence, nous souhaitons apporter aux professionnels de l'enseignement supérieur, de la recherche, la santé et le médico-social chargés de développer les ressources privées, méthodologies et outils concrets pour développer et diversifier au mieux leur stratégie de fundraising. Les thématiques suivantes seront notamment abordées :

- la **compréhension des enjeux stratégiques** de la diversification des ressources et ses fondamentaux,
- la **bonne utilisation des outils de collecte de fonds**
- le **développement de nouvelles sources de financement**

Grâce à l'échange de bonnes pratiques entre professionnels du secteur, ces journées de formation vous permettront de repartir riche de nouvelles connaissances, idées et outils à mettre en pratique.

Publics concernés

Les professionnels en charge de la collecte de fonds et du mécénat dans le secteur de l'enseignement supérieur, la recherche, la santé et le médico-social ou toute personne souhaitant exercer cette fonction.

Contenu du programme

De la stratégie à sa mise en œuvre au jour le jour, nous avons à cœur de couvrir les thèmes qui font le quotidien des fundraisers de vos secteurs. C'est pourquoi la conférence sera composée de sessions spécifiquement dédiées à l'ESR, à la santé et au médico-social et de quelques sessions transverses.
La conférence abordera plus particulièrement les thématiques suivantes :
Campagne de développement - Stratégie de mobilisation des anciens élèves - Stratégie grands donateurs - Recherche de prospects - Partenariats entreprises – BDD/CRM – Développement de chair – Stratégie legs

Méthodes pédagogiques

Cette conférence s'inscrit dans l'approche pédagogique de pair à pair, privilégiée par l'AFF : les participants apprennent à travers l'expérience des intervenants mais aussi grâce aux échanges entre participants.

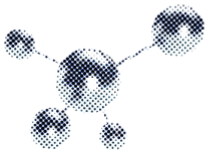
Intervenants

Ces deux journées de conférence sont animées par des experts reconnus, qui partagent leur savoir-faire et leurs expériences en matière de fundraising. Les intervenants transmettent outils, méthodologies, stratégies et bonnes idées à mettre en œuvre.

LES CHIFFRES DE LA CONFÉRENCE

19ème édition
40 sessions enrichies et renouvelées
Plus de **60 intervenants** experts et praticiens du fundraising
Plus de **300 professionnels** de la collecte de fonds attendus

Programme:



Mode d'emploi

Les essentiels pour profiter de la conférence

Mercredi 12 mars

8h30 – 9h00	Accueil participants
9h00 – 10h30	**Master Classes (P1)**
10h30 – 11h00	*Pause-café*
11h00 – 12h30	**Master Classes (P2)**
12h30 – 14h00	Pause-déjeuner
12h45 – 13h45	Coachings
14h00 – 14h40	**Plénière d'ouverture**
14h40 – 15h40	**Table-ronde 1**
15h40 – 16h10	*Pause-café*
16h10 – 17h40	**Atelier**
18h30 – 20h30	Cocktail Networking

Jeudi 13 mars

8h30 – 9h00	Accueil des participants
9h00 – 10h00	**Ateliers focus**
10h00 – 10h30	*Pause-café*
10h30 – 11h30	**Ateliers focus, Apatam**
11h30 – 11h45	*Pause transition*
11h45 – 12h45	**Ateliers focus, Apatam**
12h45 – 14h00	Pause-déjeuner
12h45 – 13h45	Coachings
14h00 – 15h30	**Ateliers** ou **Apatam**
15h30 – 16h00	Pause-café
16h00 – 17h00	**Table-ronde 2**
17h00 – 17h30	**Plénière de clôture**

L'application mobile de l'évènement

swapcard

📢 **Avec Swapcard, restez connectés : accédez au programme, participez aux sessions live depuis chez vous, engagez des discussions entre pairs, et profitez de replays exclusifs pour ne rien manquer** ! 📢

Pourquoi utiliser Swapcard ?

- **Anticipez et planifiez**, inscrivez-vous aux sessions, importez votre programme personnalisé dans votre agenda Google ou Outlook !
- **Réseautez facilement** : Connectez-vous avec les participants, intervenants et exposants grâce aux fonctions de messagerie !
- **Vivez l'interactif :** Posez vos questions, répondez à des sondages en direct, et participez activement grâce au chat de **Discussion Interactive**.
- **Rejouez les moments clés :** Retrouvez les présentations des intervenants (PDF) et REPLAYS après la conférence.

Comment ça fonctionne ?

Un **email contenant vos identifiants Swapcard** vous sera envoyé avant l'événement. Il suffit de **compléter votre profil** et de vous inscrire aux sessions qui vous intéressent.

Avec Swapcard, développez votre réseau, optimisez votre expérience, et restez connecté à la communauté des fundraisers **avant, pendant et après l'événement** !

Monter en compétences…

TABLES RONDES (1h)

Moment de prise de hauteur, la table ronde confronte les avis de 3 à 4 intervenants pour aborder des **sujets d'envergure et stratégiques** et répondre aux défis majeurs de nos métiers. Le débat est modéré par un animateur chargé de recentrer les échanges.

MASTER CLASSES (3h)

Sur inscription préalable - Places limitées

Menées par des experts du sujet, ces **sessions intensives de 3 heures** sont conçues pour approfondir des sujets spécifiques en alliant méthodologie et travaux pratiques. En deux temps, elles allient **méthodologies** et **retours d'expérience** des intervenants, puis **mise en situation** pour les participants, offrant une immersion complète pour s'approprier le sujet. Testez et explorez des outils et techniques directement adaptables à votre organisation.

ATELIERS (1h /1h30)

Des professionnels de la collecte présentent **un aspect du fundraising** et donnent aux participants les notions nécessaires à la bonne appréhension du sujet. Les ateliers durent entre 1h et 1h30 en fonction de la densité du sujet abordé et peuvent prendre la forme d'une **présentation méthodologique ou pratique**.

… et échanger !

OPEN LABS (2h)

Sur Inscription - Places limitées (25 personnes)

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.

APATAMS / ECHANGES ENTRE PAIRS (1H30)

Sur Inscription - Places limitées (25 personnes)

Ces sessions interactives de 1h30 se concentrent sur le **partage d'expériences** et la **co-construction** autour de **problématiques spécifiques à vos secteurs**. Animées par des experts, elles favorisent l'intelligence collective en permettant d'échanger avec vos pairs, d'explorer des solutions déjà testées, et de repartir avec des ressources et des pistes d'action. Objectif : apprendre des pratiques terrain de vos collègues et élargir votre perspective professionnelle.

COACHINGS (30MN)

Sur inscription - Places limitées (1 à 5 personnes)

Ces rencontres vous permettront de bénéficier des conseils sur-mesure d'un expert sur une problématique bien spécifique. Ce format est en face à face (confidentialité garantie !)

Temps Forts

Plénière d'ouverture de la Conférence

Mercredi 12 mars 2025 de 14h à 15h40

Un mot d'ouverture
Avec **Yaële Aferiat**, Directrice de l'AFF, **Céline Morel**, Fondation CentraleSupélec et Administratrice de l'AFF et **Pauline Leroux-Collin**, Fondation université Dauphine

Les enjeux du fundraising présents et à venir au prisme des baisses budgétaires
Avec **Joël Echevarria** (Toulouse School of Economics) et **Jean-Marie Simon** (Fondation Université CY)

Grand témoin : **Mathieu Briest** (Ethique Médicale et hospitalière)
Comment élaborer des stratégies de collecte de fonds éthiques et inspirantes qui renforcent la confiance du public envers nos institutions ? Et si nous prenions un peu de hauteur sur nos sujets ? Les thématiques de l'éthique, la transparence, l'intégrité, la conviction ou la responsabilité vous paraissent familières ? Venez changer de regard sur vos enjeux et entamons ensemble cette 19ème conférence de l'AFF sous le sceau de l'inspiration !

Mathieu Briest, cadre de santé et formateur, est expert en éthique médicale et hospitalière. Titulaire de deux masters en Philosophie Éthique et Éthique Médicale Appliquée, il forme les professionnels de santé sur des thématiques clés comme les dilemmes éthiques, la transgression des normes, le consentement et les soins relationnels, apportant des perspectives novatrices aux pratiques soignantes.

Plénière de clôture de la Conférence

Jeudi 13 mars 2025 de 16h à 17h30

Histoire de fundraisers – storytelling et inspiration !

Cette plénière de clôture vous embarquera dans un voyage au cœur de l'aventure, humaine avant tout, qu'est le fundraising. Car avant les techniques, il y a des histoires, d'hommes et de femmes. La capacité des fundraisers à partager ces histoires peut inspirer, les donateurs, embarquer les équipes en interne, convaincre la gouvernance. Le fundraiser serait-il un conteur moderne ? Un storyteller ? Des fundraisers racontent… Autour du thème « Il était une fois », ils partageront quelques histoires clés qui relatent leur chemin parcouru. De la théorie à la réalité, avec des tops et des flops, elles contribueront à mettre en

lumière la construction de ce fundraising à la française que jour après jour nous concourons tous à construire.
Claire Lenz (IHES), **Barnabé Louche** (APHP), **Laurent Mellier** (Institut Imagine), **Guillaume Monaci** (Fondation des Ponts) et **Joseph Rolland** (Centrale Lyon)

Un mot de clôture et remerciements
Yaële Aferiat, Directrice de l'AFF

Master Classes

Sur inscription préalable

L'immersion dans un sujet spécifique pendant 3h en combinant théorie, études de cas et applications pratiques est l'objectif d'une master classe.

Au programme de cette 19ème édition, **5 master classes** :

Master classe 1
International

Stratégie de collecte à l'international

Comment savoir si votre structure est prête pour l'international ? Inspirez-vous des bonnes pratiques et retours d'expérience de Sabine de Soyres (Fondation de France) et Sophie Charro (Institut du Cerveau), expertes du mécénat et du fundraising international. Identifiez avec elles les leviers clés pour réussir votre développement à l'international et évaluez votre niveau de préparation : analyse des forces et faiblesses de votre organisation, compréhension des opportunités offertes par les marchés étrangers et anticipation des défis réglementaires et concurrentiels grâce à des outils concrets tels un SWOT développement international. Profitez d'un temps d'échange interactif pour structurer une approche efficace, apprendre des stratégies gagnantes et découvrir des actions concrètes pour mobiliser des donateurs et financeurs à l'étranger.

Sabine de Soyres (Fondation de France), **Sophie Charro** (Institut du Cerveau)

Master classe 2
Libéralités

Concevoir une stratégie de développement des libéralités

Comment structurer une stratégie de libéralités pour maximiser l'impact de vos campagnes ? Inspirez-vous du parcours de la Fondation pour la Recherche Médicale (FRM) et de ses piliers de succès : un pilotage interservices efficace, un triple plan d'action ciblant donateurs, prescripteurs et grand public, et une communication multicanale (TV, presse, réseaux sociaux). Découvrez comment structurer « chainage relationnel complet » de la prospection à fidélisation, grâce à des divers actions et événements philanthropiques et mettez en place des indicateurs de pilotage performants. A partir de cas pratiques en sous-groupes, élaborer une feuille de route pour réviser votre stratégie libéralités. Repartez avec des outils pour concevoir une stratégie efficace, et bâtir des relations solides avec vos testateurs et donateurs.

Marion Méry et **Véronique Bouchot** (FRM Fondation pour la Recherche Médicale)

Master classe 3
Stratégie

Venez requestionner votre stratégie de collecte et schématiser votre plan d'action annuel
Revisitez votre stratégie de collecte et élaborez un plan d'action grâce à l'intelligence collective et des outils de visualisation graphique. Cette masterclasse vous offre une réflexion stratégique approfondie pour aligner vos priorités avec vos objectifs. Découvrez comment impliquer efficacement vos équipes, votre conseil d'administration et vos partenaires dans le processus, tout en schématisant vos idées pour les rendre claires et mobilisatrices. Vous apprendrez à transformer vos réflexions en plans concrets, engageants et adaptés à votre organisation. À travers des travaux pratiques, clarifiez vos objectifs et repartez avec un plan d'action prêt à l'emploi. Une opportunité unique pour d'interroger votre fonctionnement, de dépasser vos habitudes et de renouveler vos pratiques.
Fabienne Segala (Le Cercle Jaune) et **Estelle Crochu** (facilitatrice graphique et spécialiste en science cognitive)

Master classe 4
Partenariats stratégiques

Au-delà du mécénat, les politiques d'engagement des entreprises, une opportunité pour des partenariats d'une nouvelle ampleur pour l'ESR et la santé
Depuis la loi PACTE en 2019 qui a inscrit dans le code civil le rôle sociétal de l'entreprise, on observe une accélération des évolutions de l'engagement des entreprises. Comme le souligne le baromètre des directions de l'engagement 2022 de Carenews et KPMG, on comptabilise autant de création de direction de l'engagement ces 5 dernières années qu'en 23 ans. Or ces synergies entre les différents leviers d'engagements que représentent mécénat, RSE, mais parfois même RH ou communication ne sont pas toujours facile à comprendre ou à saisir pour des structures d'intérêt général, alors même qu'elles représentent des potentiels de partenariats décuplés. En effet, environnement, diversité et inclusion, recrutement, ancrage territorial voire politiques sociales sont autant de domaines au cœur des préoccupations sociétales des entreprises. Dès lors, pour les organismes d'intérêt général intervenant dans les domaines de la santé et de l'ESR, de nouvelles opportunités se présentent pour faire des entreprises les partenaires de leur développement. En s'appuyant sur des cas pratiques et des témoignages d'acteurs directement impliqués dans ces sujets, cette master class cherchera à répondre à plusieurs questions : comment les entreprises envisagent-elles leur rôle vis-à-vis de la santé et de l'ESR ? Comment l'expertise de votre structure peut répondre aux enjeux stratégiques de l'entreprise dans le domaine de l'engagement dans toute sa pluralité ? Quelle approche et quelle stratégie adopter pour conduire cette collecte ?
Thomas Roussel-Therry, **Clara Brockmeier** (Equanity) **Mathilde Lerosier** (fondation AG2R LA MONDIALE) et **Sophie Bressé** (Fondation du Domicile)

Master classe 5
Grands donateurs

The ask - savoir demander, savoir convaincre
Solliciter un grand donateur est un art subtil qui exige préparation, finesse et adaptabilité. Apprenez à structurer des arguments percutants, repérez le moment idéal pour intervenir, et personnalisez votre

discours en fonction de chaque profil de donateur. Grâce à des méthodologies éprouvées, des mises en situation immersives et des retours d'expérience d'experts, découvrez comment surmonter objections et situations délicates. Rejoignez la session pour perfectionnez vos techniques de sollicitation et aborder mécènes et grands donateurs avec assurance et efficacité !

Khalila Hassouna (Fondation ESCP), **Joël Echevarria** (Toulouse School of Economics) et **Corinne Thouvenin** (avocate)

Ateliers

22 ateliers vous seront proposés pour vous permettre d'élargir vos connaissances et de gagner en compétences sur différents aspects de la collecte dans le secteur de l'enseignement supérieur, de la recherche, de la santé et du médico-social : des clés pour élaborer votre stratégie de fundraising en France et à l'international, des conseils pour développer le mécénat individuel, les relations alumni et les grands donateurs au sein de votre établissement et des exemples concrets pour vous permettre de construire des partenariats entreprises.
Pour un réel partage de savoir-faire, les intervenants vous présenteront des retours d'expériences et des cas pratiques.

À noter ! Un parcours dédié à la Recherche et la Santé a été spécialement conçu pour vous. Retrouvez le symbole « trousse de secours » dans le programme !

1 · STRATEGIE

Les ateliers de ce thème sont l'occasion d'explorer des approches innovantes et pratiques pour construire une stratégie de fundraising performante et durable dans vos secteurs. En intégrant une vision stratégique à 360°, vous pourrez découvrir les dernières tendances en matière de modèles économiques et financiers, apprendre à maîtriser les mécanismes d'endowment et de dotations pour renforcer vos ressources pérennes, et vous projeter dans des collectes internationales ou multisectorielles ou étudier le potentiel des territoires comme levier de développement.

A1 – Communication et fundraising

Comment allier la communication entre université et fondation ?
Depuis 10 ans, l'Université Grenoble Alpes (UGA), fruit de la fusion de trois universités, et sa fondation développent une collaboration étroite qui vise à conjuguer leurs expertises et à renforcer leur impact commun. Mais comment structurer cette synergie au quotidien ? Quels leviers permettent d'optimiser la communication et de travailler efficacement sur des objectifs partagés ? Grâce à une convention formalisant leurs liens, une direction de la communication mutualisée et une approche structurée, elles s'appuient mutuellement pour accroître leur impact. À travers des exemples concrets comme le cas Ice Memory et les témoignages de Muriel Jakobiak et Lisa Carvello-Richard, explorez les leviers d'une collaboration efficace entre communication et fundraising et repartez avec des clés pour structurer votre propre stratégie.
Lisa Richard (Fondation Université Grenoble Alpes) et **Muriel Jakobiak** (Université Grenoble Alpes)

A2 – Mid-level philanthropy (session en anglais)

Inception to Impact: Establishing a Mid-Level Philanthropy Programme and Pipeline at LSE
Curious if your fundraising strategy could benefit from a mid-level philanthropy stream? Join the London School of Economics (LSE) for a case study on the transformative journey from 'Inception to Impact' as

they revisit the first year of growth, success and challenges in its mid-level giving programme. Delve into the strategies that propelled the programme and hear how LSE successfully collaborated with colleagues from regular giving, major gifts and philanthropy research to identify five-figure opportunities. Find out what they have learnt so far, what their future aspirations are and glean impactful insights to apply to your own programmes.
Eleanor Crawford (London School of Economics and Political Science - LSE)

A3 - International

« L'heure est brave », la campagne ambitieuse de l'Université de Montréal - En digital
Découvrez l'ambitieuse campagne « L'heure est brave » de l'Université de Montréal, qui vise à collecter 1 milliard de dollars (près de 700 millions d'euros). A l'occasion de cette campagne, inspirée des meilleures pratiques nord-américaines, Claude Bernard redéfinit sa manière de mobiliser les alumni en développant un sentiment d'appartenance et en formant des bénévoles engagés. Venez découvrir comment l'Université de Montréal a repensé son approche, renforcé ses liens avec ses diplômés et renouvelé ses stratégies de sollicitation. Une occasion de s'inspirer d'une campagne internationale d'envergure et de réexplorer le potentiel de votre réseau alumni.
Claude Bernard et **Julie Michaud-Soret** (Université de Montréal)

A4 – Développement

Les clés pour démarrer une collecte from scratch : étapes, leviers, enseignements pratiques
Au lancement d'une organisation d'intérêt général, structurer une stratégie de collecte efficace est un défi majeur. Tout est à construire, les ressources sont souvent limitées et les prometteuses pistes de développement sont chronophages et sources de dispersion. Comment poser les bases d'une activité de collecte performante à partir de rien ? Quelles sont les premières étapes clés pour structurer, tester et faire évoluer une stratégie, tout en mobilisant efficacement son écosystème ? À travers deux retours d'expériences différents, les intervenantes vous partagent leurs défis, leurs échecs et leurs succès, leurs enseignements, et les itérations nécessaires au succès. Rejoignez cette session pour partager vos meilleures pratiques et les pièges à éviter !
Fanny Dejean-Picard (Fondation de Purpan - Ecole EIP) et **Catherine Zavodska** (Fondation pour la Recherche sur l'Endométriose)

A5 – International / Évènementiel

Retour d'expérience : organiser un évènement de collecte à l'international
Plongez dans l'univers des événements de collecte de fonds aux États-Unis en découvrant les témoignages de deux structures aux contextes variés. Les intervenantes partageront comment elles ont défini leurs objectifs stratégiques, les structures organisationnelles qu'elles ont adoptées, les cibles à atteindre et les types de projets à promouvoir. Vous découvrirez également comment elles ont mobilisé leurs appuis et relais locaux, quels formats d'événements elles ont privilégiés, et les divers moyens engagés. Cet atelier vous fournira des clés pratiques et des conseils concrets pour réussir vos événements de collecte à l'international, en tenant compte des ressources disponibles. Rejoignez-nous pour un moment d'échange enrichissant et inspirant.
Zoé Macédo-Roussier (Institut Curie) et **Pauline Leroux-Colin** (Fondation Dauphine)

A6 – étude de cas

Chemin parcouru : la stratégie de développement de l'Institut du Cerveau
En retraçant les 15 ans d'histoire de l'Institut, les intervenants mettront en avant son ADN en matière de développement, en revenant sur l'organisation et l'évolution du fundraising. Ils aborderont les stratégies mises en œuvre auprès des grands donateurs, du grand public ainsi que les libéralités, tout en analysant les leviers de croissance mobilisés. Ils vous présenteront également l'articulation entre les trois principaux

leviers de collecte, s'appuyant sur une stratégie internationale récemment déployée ainsi que le rôle déterminant de la gouvernance et de la communauté scientifique de l'Institut dans les résultats obtenus. Participez à cet atelier pour un moment d'échange stimulant et riche en enseignements.
Jean Louis Da Costa, **Carole Clément**, **Vincent Bitker** et **Claire Pennelle** (Institut du Cerveau)

A7 – étude de cas / collecte internationale

Comment travailler sa stratégie internationale et son positionnement quand on crée sa fondation ?
Découvrez comment élaborer une stratégie efficace de collecte à l'internationale et un positionnement distinctif même avec des moyens limités. Les intervenants reviendront sur le travail de benchmark, le choix de la structure et le temps de maturation qu'il leur a été nécessaire avant de créer la fondation, d'en définir ses missions et sa stratégie d'emploi de fonds. Puis les intervenants vous expliqueront comment la structure se positionne dans la collecte de fonds à l'étranger, notamment en Asie et au Moyen-Orient, et aborderont les règles mises en place (charte éthique, due diligence) pour développer des partenariats avec des fondations internationales et des fonds étrangers.
Philippe Advani et **Arnaud Gennevois** (Fondation INALCO)

2 · INDIVIDUS - ALUMNI

Ce thème traite de l'impact de vos campagnes individuelles, de la mobilisation des alumni et la diversification des canaux d'engagement auprès de votre communauté, de la façon de repenser vos campagnes événementielles et votre communication digitale ou votre stratégie de legs et libéralités.

B1 – Campagnes libéralités

Mesurer et piloter l'efficacité des campagnes de libéralités : méthodes et indicateurs
Structurer une stratégie de legs lorsqu'on débute est un défi : comment mesurer son impact, piloter son développement et ajuster ses actions quand les résultats tardent à venir ? Quels indicateurs suivre pour adapter sa stratégie, repenser son plan d'actions et convaincre sa direction d'investir plus ? Cet atelier vous apportera des méthodes concrètes et opérationnelles pour structurer une campagne de legs efficace, suivre ses performances, affiner ses campagnes et optimiser ses ressources. À travers le retour d'expérience de la Fédération Française de Cardiologie, nous verrons comment intégrer le legs dans une stratégie globale, décloisonner les services et choisir les bons temps forts pour maximiser son impact.
Marine Debrenne (Fédération Française de Cardiologie)

B2 – Alumni

Accélérez votre collecte alumni grâce à une stratégie grands donateurs
Comment transformer votre réseau d'alumni en un levier majeur pour booster vos collectes de fonds ? La Fondation ESSEC a déployé avec succès une stratégie grands donateurs pour mobiliser ses anciens élèves et doubler ses dons en seulement quatre ans. Lors de cet atelier, découvrez comment développer une culture du don auprès des alumni et maximiser la synergie entre votre fondation, votre école, et votre communauté d'anciens. À travers un témoignage concret, Lucie-Anne partagera ses bonnes pratiques : prospect research, cultivation, événements fédérateurs, création de comités d'alumni ambassadeurs… Forte d'une expérience significative en collecte de fonds, Inès apportera un éclairage stratégique pour dynamiser l'engagement et l'implication des donateurs, créer des rencontres marquantes avec les bénéficiaires et structurer un réseau d'ambassadeurs impactant. Vous repartirez avec des enseignements pratiques, des pistes d'action, et des stratégies éprouvées pour mobiliser et engager vos alumni efficacement.
Lucie-Anne Henry et **Inès Manset** (Fondation ESSEC)

B3 – Bourses

Zoom sur les bourses, méthodes et stratégies de collecte
Un programme de bourses est un levier clé pour l'ouverture sociale et l'attractivité d'un établissement, mais comment le structurer efficacement ? Comment articuler les rôles entre l'école et la fondation, mobiliser et fidéliser les donateurs – entreprises comme particuliers – et valoriser l'impact de ses bourses? À travers les retours d'expérience croisés de la Fondation ENS et de la Fondation IÉSEG School of Management, cet atelier met en lumière deux approches distinctes : modèles économiques, critères d'attribution, communication et mobilisation des élèves, stratégies de prospection, de fidélisation, et animation. Un temps d'échange entre pairs pour partager vos défis et bonnes pratiques, et repartir avec des solutions concrètes pour structurer, financer et dynamiser vos programmes de bourses.
Marine Le Noan (Ecole Normale Supérieure - ENS) et **Hélène Genéty** (Fondation IESEG - School of Management)

B4 – Marketing

Cycle relationnel : optimiser son approche marketing individualisé
Dans le cadre de votre stratégie de fundraising et de votre campagne de fonds auprès des particulier, comment optimiser votre approche relationnelle en mettant en place des parcours individualisés ? Comment segmenter vos publics alumni et l'ensemble des individus de l'écosystème pour mieux fidéliser et upgrader ? Venez découvrir des pistes méthodologiques et échanger sur vos problématiques.
Léa Sarica (Fondation Maison des Sciences de l'Homme - FMSH)

B5 – Digital

Optimisez votre collecte digitale avec des stratégies outbound et inbound adaptées à votre structure
Découvrez comment déployer des stratégies de collecte digitale efficaces, que vous soyez novice ou expérimenté·e. Cet atelier, structuré en deux parties, vous guidera à travers les approches outbound (aller chercher les donateurs par des actions proactives) et inbound (attirer les donateurs vers vous grâce à du contenu pertinent) pour optimiser vos campagnes de collecte. Joseph, de l'école d'ingénieur Centrale Lyon (en mode solo dans sa structure), et Bourama, de France Alzheimer (en mode équipe dans sa structure), partageront leurs expériences concrètes et les outils qu'ils utilisent au quotidien. Repartez avec des bonnes pratiques applicables quel que soit la taille de votre organisation pour améliorer votre collecte digitale !
Joseph Rolland (Centrale Lyon), **Bourama Sangare** (France Alzheimer) et **Ophélie Le Grand** (Eudonet)

B6 – Ethique

Healing with Heart: The Science and Ethics of Gratitude in Healthcare (session en anglais) – En digital
Gratitude plays an essential role in health, for patients and carers alike. This session explores its proven benefits on mental and physical health, as well as its impact on the quality of care and the well-being of professionals. In healthcare fundraising, patient recognition can be a valuable source of donations, but it raises major ethical issues. It is crucial to separate medical care from philanthropic solicitations and to guarantee transparency to avoid any implicit pressure on patients. Ethical models exist, emphasising trust, communication and the involvement of doctors in philanthropic initiatives. The speaker will present a number of examples of good practice, which can help health care organizations to develop respectful and effective fundraising.
Alice Ayres (Association for Healthcare Philanthropy)

3 · PARTENARIATS ENTREPRISES

Les ateliers dédiés aux partenariats entreprises sont l'occasion de vous pencher sur vos collaborations stratégiques avec des entreprises et à intégrer efficacement leurs attentes, exigences, contraintes ou contributions dans votre mission. A travers des études de cas concrets, ces sessions peuvent traiter de

gestion de chaires, de contrats de recherche, des campagnes de mobilisation ou de la gestion de la gouvernance.

C1 – Partenariat entreprise

Panorama des différentes stratégies et approche partenariat entreprise

Comment structurer et centraliser vos relations avec les entreprises tout en diversifiant vos sources de financement ? Quels leviers permettent de mobiliser les entreprises, des grandes structures aux startups, sur des projets innovants et à fort impact ? Forte de son expérience à CentraleSupélec, qui collabore avec de nombreuses entreprises, Gaëlle Lahoun partagera les stratégies mises en place pour développer des partenariats durables et attractifs. À travers des exemples concrets, cet atelier vous apportera des clés pour structurer un guichet unique efficace et maximiser les opportunités de mécénat. Avec une approche éprouvée, reconnue pour sa proximité avec les entreprises, découvrez des pratiques inspirantes et applicables pour dynamiser votre collecte et pérenniser vos relations entreprises.

Gaëlle Lahoun (CentraleSupelec)

C2 – Etude de cas / Campagne

Une campagne ça ne se passe pas forcément comme prévu !

Malgré tout le soin, l'anticipation et les précautions, il est impossible de tout prévoir sur une campagne de collecte qui s'étend sur 5 ans. Entre le Covid, les changements de comité, de leadership et les réorientations nécessaires, de nombreux défis peuvent émerger. À l'occasion de cet atelier, l'équipe d'HEC Paris partagera son retour d'expérience sur la campagne *Impact Tomorrow*, lancée avec l'ambition de lever 150 millions d'euros pour renforcer le positionnement de l'établissement. À travers un récit transparent des défis rencontrés, découvrez comment l'équipe a su réévaluer ses objectifs, gérer les imprévus et coordonner efficacement les parties prenantes internes. Cet atelier vous fournira des conseils pratiques pour vous adapter et maintenir votre cap. Rejoignez-nous pour découvrir comment une équipe a transformé ses obstacles en leviers de succès, tout en consolidant un réseau d'ambassadeurs et en atteignant ses objectifs malgré tout !

Hilde Deschoemaeker-Nicaudie, **Nayla Ibrahim** et **Delphine Colson** (Fondation HEC)

C3 – Juridique

Sécuriser juridiquement les diners de gala, tombola et ventes aux enchères

La nécessaire diversification des ressources financières et des potentiels financeurs incitent de plus en plus les structures à organiser des évènements caritatifs et notamment des dîners de gala, des tombolas ou aux ventes aux enchères. Si l'idée d'inciter à la générosité des personnes présentes est louable, le cadre juridique et surtout fiscal doit bien être maîtrisé afin d'éviter que l'opération ne puisse être requalifiée et soit au final plus couteuse que rémunératrice. Me Wilfried Meynet, avocat spécialisé en droit des associations et des fondations et en droit du sport, rappellera le cadre parfois flou de ces opérations et illustrera les bonnes pratiques en la matière

Wilfried Meynet (avocat – Kelten)

C4 – Mesure d'impact

Structurer votre (nouveau) ROI Entreprises partenaires

Comment identifier et définir les données et le ROI attendus par vos entreprises partenaires ou prospects en ESR et en Santé ? Comment mettre en œuvre votre démarche ROI et communiquer avec ? Peut-on s'en servir comme opportunité de collecte ?

De la définition des indicateurs à leur utilisation pour communiquer ou lever des fonds, la conférence abordera ces outils devenus indispensables pour répondre activement aux stratégies RSE/ CSRD de vos entreprises cibles.

Olivier Albessard (consultant)

C5 – Chaires

Faites de vos chaires le pilier central de votre stratégie de financement

Caroline Guény-Mentré (ENS – Ecole Normale Supérieure) et **Sandrine Pinto** (NEOMA Business School, anciennement EDHEC)

4 · PHILANTHROPIE ET GRANDS DONATEURS

Les ateliers dédiés aux grands donateurs offrent des clés pour optimiser vos campagnes pluriannuelles tout au long de leur cycle de vie et renforcer des relations durables avec vos grands donateurs à travers des retours d'expérience, des méthodologies éprouvées et des études de cas. Ces sessions sont l'occasion de maîtriser des outils comme le prospect research, le scoring, upgrader vos middle dos ou d'apprendre à structurer un programme de reconnaissance sur-mesure. Ces ateliers vous aideront à faire évoluer vos pratiques pour renforcer votre impact et pérenniser vos ressources.

D1 – Etude de cas / Stewardship

Comment construire un programme de reconnaissance ?

Le programme de reconnaissance est la colonne vertébrale de la relation grands-donateurs, structurant fidélisation et upgrade. Comment bâtir un programme efficace, équilibrant contreparties créatives et réalistes, tout en gardant une marge pour le sur-mesure ? Cet atelier vous propose un retour d'expérience concret de l'IHU Liryc, pour structurer un programme de reconnaissance qui éclaire l'équipe, la gouvernance et encadre les donateurs, tout en s'intégrant dans une stratégie globale grands donateurs (particuliers & entreprises).

Anne-France Contentin (IHU LIRYC)

D2 – Upgrade

Comment activer et upgrader vos middle-donateurs, découvrez le « fundraising au potentiel »

Les stratégies middle-donateurs sont encore peu structurées et souvent réduites à des actions de collecte de don IFI. Pourtant, au sein de votre base sommeillent des potentiels importants de collecte, et certains de vos middle ont déjà le potentiel pour être un grand donateur. Dans cette session, ouverte à tous, nous partagerons des exemples concrets pour révéler les dons middle au sein de votre base de données, et les actions pour upgrader vos middle et les embarquer vers le haut de la pyramide. Nous reviendrons également sur les attentes et motivations de ces donateurs, point de départ de toute bonne stratégie middle, et comment les identifier au sein de votre base.

Gaël Colin (consultant) et intervenant à venir

D3 – Evènementiel de collecte

Comment organiser un diner de gala réussi ?

Organiser un dîner de gala est un exercice d'équilibre : comment optimiser son temps et ses ressources ? Comment élargir son réseau de mécènes ? Quels modèles économiques et stratégies tarifaires adopter pour maximiser les retombées ? Comment structurer l'événement pour favoriser l'engagement des invités et le passage à l'acte du don ? Comment faciliter les interactions entre mécènes et porteurs de projets ? Cet atelier s'appuie sur les retours d'expérience de deux expertes du CHU de Lille et de la Fondation Bordeaux Université. À travers ces études de cas, explorez des stratégies variées pour valoriser et transformer ses mécènes en ambassadeurs, bénéficier pleinement du mécénat de compétence, mettre en œuvre des formats d'animations impactants… Un éclairage concret pour choisir son positionnement et inscrire son gala dans une stratégie de levée de fonds durable.

Aurélie Leclercq (Fonds de Dotation du CHU de Lille) et **Charlyne Quercia** (Fondation Bordeaux Université)

D4 – Prospect research

Comment identifier les bons prospects et les approcher ?

Alors que le besoin de mobiliser des donateurs individuels s'intensifie et que leur engagement devient de plus en plus difficile à susciter, comment identifier et qualifier les bons prospects ? Au cours de cette session, explorez les tendances et bonnes pratiques en matière de Prospect Research: comment exploiter les données afin d'optimiser vos ressources, en identifiant et en engageant les individus les plus pertinents pour votre cause?

Anita Kato (Altrata), **Lise Frigout** et **Carla Tavano** (Equanity)

D5 – Endowment

Quand et comment mobiliser des dons majeurs pour constituer un fonds capitalisé (endowment) ?

Vous voyez certains établissements d'enseignement supérieur bâtir, campagne après campagne, des endowments substantiels, et vous vous interrogez : votre institution pourrait-elle en faire autant ? A quelles conditions et comment procéder ? Venez vous inspirer de l'expérience de la Fondation de UCLouvain, première université belge francophone, qui a créé le Fonds Impulsion 600 dans le cadre de sa Campagne « Excellence to Drive Change » consacrant son 600ème anniversaire. Cet atelier abordera les étapes clés depuis l'engagement institutionnel jusqu'à la structuration et la gouvernance d'un tel fonds, ainsi que l'argumentaire pour le soutenir.

Martine Godefroid (Factary) et **Daniel Rahier** (Fondation Louvain – UCLouvain)

5 · ENVIRONNEMENT DE TRAVAIL

Ces ateliers se concentrent sur les enjeux liés à l'environnement de travail des professionnels du fundraising. Cela peut être une occasion de développer vos compétences en leadership et gestion d'équipe, d'intégrer des outils comme l'intelligence artificielle pour accroître la productivité ou stimuler l'innovation. Vous pourrez être amené à réfléchir à des pratiques favorisant le bien-être des collaborateurs et à des solutions RH adaptées à un secteur en constante évolution.

E1 – Intelligence artificielle

Comment utiliser l'IA dans son métier de fundraiser au quotidien ?

Rédiger une réponse à appel à projet en quelques minutes ? répondre automatiquement aux emails de ses donateurs ? analyser les conversations téléphoniques de votre accueil téléphonique ou de vos appels de fidélisation pour savoir ce que vos donateurs pensent, pourquoi ils vous soutiennent, ce que vous pouvez améliorer dans vos services pour collecter d'avantage….

L'IA est partout, mais vous ne savez pas vraiment comment l'utiliser au quotidien dans votre métier de fundraiser ? à travers des exemples très concrets, nous partageons quelques cas qui peuvent révolutionner votre métier dès aujourd'hui.

David Klajman (Fidélis)

E2 – ETHIQUE ET DEONTOLOGIE

La cartographie des risques : un outil pour gérer collectivement les risques

Prévention des risques et éthique : la multiplication des risques réputationnels et financiers pour les associations et fondations se multiplient. Pour les prévenir encore faut-il les identifier. Nous vous proposons un atelier interactif afin de découvrir une méthodologie et un outil puissant qui vous permettront de prévenir les risques majeurs encourus par votre organisation et les impacts que cela peut avoir dans le domaine du fundraising, de l'image et de la réputation de votre organisation. La cartographie des risques est un exercice qui vous permet d'évaluer au sein de votre une organisation les principaux risques, de définir leur criticité et surtout d'anticiper les réponses collectives à apporter.

Catherine Sudres (Causes & Co) et **Jean-François Le Page** (Institut IDEAS)

6 · MÉDICO-SOCIAL

Cet atelier, spécifiquement conçu pour le secteur médico-social, explorera les défis uniques liés à la collecte de fonds dans ce domaine. Ce sera une opportunité d'échanger avec des pairs pour partager des expériences.

F1 – Développement

Comment structurer la collecte dans une organisation médicosociale ?

Comment démarrer la collecte de fonds dans une organisation médicosociale et mettre en place une véritable culture du mécénat ? Cet atelier abordera les fondamentaux de l'acculturation à la collecte, de la formation des équipes et de l'autonomisation des porteurs de projets. Quelles bonnes pratiques pour instaurer des logiques de mécénat d'entreprises, faire remonter les projets et structurer un processus efficace pour affecter les dons ? Comment gérer des projets multisites, garantir une coordination entre les établissements et mobiliser les acteurs locaux ? Grâce à des retours d'expérience, rejoignez cet atelier pour partager vos pratiques, vos défis et vos solutions dans des environnements complexes.

Isabelle Ferriere (CASP, ex Fondation Cognacq-Jay)

Networking

Au cœur de nos métiers et de nos carrières professionnelles, savoir cultiver son réseau est essentiel. C'est pourquoi l'AFF vous propose des opportunités de networking tout au long de cette conférence pour échanger et partager avec vos pairs.

OPEN LAB (2h)

Places limitées (25 personnes)

La préinscription sur Swapcard a valeur d'inscription.

L'immersion dans un sujet spécifique pendant 2h en combinant théorie, et applications pratiques, le tout dans un format participatif est l'objectif d'un open lab.

OL1 - Stratégie

Jugaad, innover avec des moyens limités

Innovation frugale ou jugaad : faire mieux avec moins, une opportunité pour développer son agilité en période de crise ! Comment innover plus rapidement avec des ressources toujours plus limitées ? Venue d'Inde et des pays émergents, l'innovation frugale (ou « Jugaad innovation ») consiste à se nourrir des contraintes les plus dures pour innover et se développer. Diffusée grâce Navi Radjou, cette approche est déjà adoptée par de nombreuses entreprises alors pourquoi pas vous ? Cet Open Lab participatif vous propose de découvrir et tester ce concept pour « sortir du cadre » et imaginer des solutions pour innover autrement dans votre fundraising. Bienvenue dans le système D !

Philippe Doazan (Duniya)

APATAMS

Échanges entre pairs d'1h à 1h30

Places limitées (25 personnes)

La préinscription sur Swapcard a valeur d'inscription.

Animés par des experts, les apatams sont des moments d'échanges autour d'enjeux ou de questions communes. Chaque session favorise le partage en petit comité pour approfondir des sujets tels que la gestion des équipes, les relations avec les donateurs, les relations avec sa gouvernance, les collaborations entre partenaires, ou encore la coopération complexe entre les entités juridiques… Ces rencontres vous offrent une opportunité unique de partager vos expériences, vos tops et vos flops, de découvrir des « quick wins » concrets, et renforcer vos pratiques professionnelles.

AP1 – Réseau des fondations des universités

Le Branding de la marque "université" ?

Les enjeux de la communication externe pour les fondations d'université, plusieurs schémas, plusieurs options ?

Comment renforcer l'image et l'attractivité des universités françaises auprès des mécènes et du grand public ? Dans un paysage concurrentiel, comment les fondations d'universités peuvent-elles se démarquer, affirmer leur légitimité et mettre en avant leurs spécificités (expertise, ancrage territorial, disciplines stratégiques) ? Faut-il capitaliser sur la marque de l'université ou construire une identité propre pour la fondation afin de mieux capter l'attention des entreprises et des donateurs ? Le branding universitaire est un levier clé pour accroître la reconnaissance et la crédibilité des institutions, mais quelle articulation adopter entre la communication de l'université et celle de sa fondation et quelle marge d'action réelle ? Doit-on harmoniser les messages ou opter pour une stratégie autonome afin d'optimiser la collecte ? Cet échange entre pairs vous permettra d'identifier collectivement les bonnes pratiques et de repartir avec des pistes d'action concrètes pour renforcer votre positionnement et votre attractivité.

Solenne Couraye du Parc (Fondation Louvain – UCLouvain) et **Isabelle Lagracie** (Fondation Van Allen)

AP2 – Dir Dev

Gérer la pression, légitimer le rôle du fundraiser et ne pas rester seul : comment faire avancer les enjeux de fundraising dans son organisation ?

Léa Sarica (Fondation Maison des Sciences de l'Homme – FMSH) et **Laurent Juillard** (Fondation ISAE-SUPAERO)

AP3 – Mécénat entreprises

Comment se saisir du mécénat en nature et/ou de compétence pour diversifier ses ressources ?

Comment identifier les opportunités de mécénat de compétences ou de dons en nature pour répondre aux besoins de votre organisation ? Comment mobiliser les entreprises régionales avec une approche créative et pragmatique ? Quelles stratégies adopter pour structurer ces partenariats, les valoriser et maximiser leur impact tout en limitant les risques et la perte de temps ? Cette session interactive vous invite à coconstruire la matrice idéale : quels sont les critères pour identifier les opportunités pertinentes, mesurer les retombées d'un mécénat réussi et garantir des collaborations vertueuses et pérennes ? Ensemble, nous dresserons la liste des bénéfices et des écueils potentiels, ainsi que les critères essentiels pour évaluer la faisabilité de chaque projet. Un temps d'échange et de réflexion collective pour affiner vos stratégies et enrichir vos pratiques.

Véronique Bosc Burel (Fondation de l'Université Bretagne Sud) et **Lucie Pacific** (Fondation La Rochelle Université)

ACCUEIL DES NOUVEAUX ADHERENTS

Mercredi 12 mars – 12h45-13h45

Nous sommes heureux de vous compter parmi les adhérents 2025 de l'Association Française des Fundraisers (AFF) ! Retrouvez-nous pour une présentation des activités et rendez-vous réseau qui vous attendent toute l'année en tant que membre de l'association !

Adhérer à l'AFF, c'est notamment :

- *Rejoindre l'AFFamily : une communauté de professionnels engagés au sein d'un espace dédié à l'échange, au partage de bonnes pratiques et au networking*
- *Prendre part à un réseau national et régional à sa vie associative d'une grande richesse (notamment dans le cadre de groupes régionaux, sectoriels et thématiques)*
- *Apprendre de et par ses pairs*
- *Bénéficier d'outils et de formations au service du développement de sa structure et de sa carrière*

LES PAUSES CAFÉS

Profitez des pauses-café spécialement prévues pour vous retrouver entre professionnels du secteur et échanger !

COCKTAIL NETWORKING

Venez profiter d'un moment convivial à l'issue du premier jour de conférence. Nous vous attendons nombreux pour échanger dans un lieu sympathique. L'occasion d'échanger avec vos pairs et de revenir sur les nouvelles connaissances et compétences acquises lors des sessions de cette première journée !

Accompagnement

Le coaching : pourquoi on vous en propose ?

L'équipe de l'AFF veut être au plus près de vos besoins d'évolution de carrière, de votre montée en compétences, de résolution de problèmes, propres à votre organisation. C'est pourquoi nous avons développé cet axe d'accompagnement complet au sein de nos différents évènements. Ces rencontres en face à face avec un expert vous permettront de bénéficier de conseils sur-mesure sur une problématique bien spécifique au cours d'un échange confidentiel.

📅 ***Réservez votre créneau sur Swapcard !***
📌 ***Retrouvez l'onglet « Coachings & Entretiens » pour planifier vos RDV individuels***
⚠️ *Les places sont limitées, merci de respecter votre engagement.*

COACHINGS **(30 min.)**

Places limitées (2 à 6 personnes par créneau)
La préinscription sur Swapcard a valeur d'inscription.

Venez avec vos questions ! Pendant ces rencontres individuelles de 30 minutes, bénéficiez des conseils d'un spécialiste expert sur une problématique spécifique.

Boostez vos dons en ligne	**Ophélie Le Grand** (Eudonet)
Animer ma communauté d'Alumni et/ou de mécènes	**Linda Aoudia** (Eudonet)
Lancer votre première campagne de recrutement de grands donateurs et mécènes	**David Ajasse** (Alteriade)
Et si vous vous occupiez vraiment de vos middle dos ?	**Marie-Emilie Moyouana** (Alteriade)
Définir ou redynamiser votre plan d'action legs et libéralités	**David Ajasse** (Alteriade)
Redynamiser votre campagne Grands Dos	**Marie-Emilie Moyouana** (Alteriade)

ENTRETIENS CARRIERE **(30 min.)**

Places limitées (1 personne par créneau)

La préinscription sur Swapcard a valeur d'inscription.

Vous souhaitez faire le point sur votre parcours ? Des consultants vous proposent de venir échanger pendant 20 minutes, en toute confidentialité, pour faire le bilan et étudier vos perspectives.

Patrice Rault (Partium)

ENTRETIENS FORMATION AFF **(15 min.)**

Places limitées (1 personne par créneau)

La préinscription sur Swapcard a valeur d'inscription.

Comment faire évoluer sa carrière par la formation ? Quelles sont les formations proposées par l'AFF qui pourraient répondre à vos besoins ? Quels sont les financements possibles ? Quels sont vos droits en matière de formation ? Nous vous aiderons à identifier les bons interlocuteurs et saisir les opportunités de formation pour valoriser votre parcours professionnel.

Emilia Sofia (Pôle Formation – AFF)

Merci au Comité de Pilotage

Le comité de pilotage de cette 19ème édition

Professionnels du fundraising dans le secteur de l'Enseignement Supérieur, la Recherche et la Santé, les membres de ce comité ont grandement contribué au programme de cette édition.

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

KHALILA HASSOUNA
Directrice du développement Europe continentale, Moyen-Orient, Afrique, Fondation ESCP

VIRGINIE NEGRI
Déléguée Générale de PHOCEO Fonds de dotation de l'AP-HM

FRANCINE TROCME
Directrice de la communication et du mécénat de l'IHU ICAN

LAURENT JUILLARD
Directeur du développement, de la Fondation Isae Supaero

LUCIE PACIFIC
Directrice de la Fondation La Rochelle Université

ADRIEN POUJADE
Responsable Développement et Partenariats chez ADAPEI de la Gironde

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 le catalogue des formations ici :

Retrouvez également notre dernière étude ici

Infos pratiques

DATE
Mercredi 12 et Jeudi 13 mars 2025

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

TARIFS

- **adhérents** : 780 €
- **non-adhérents** : 1100 €
- **Pack adhésion + évènement** : 1020 €

ACCÈS 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. (à l'exception des sessions en petit groupes, apatams, coachings, etc. accessibles sur réservation sur Swapcard).

INSCRIPTION AUX SESSIONS INDIVIDUALISEES & PETITS GROUPES
Pré-inscriptions obligatoires sur Swapcard pour accéder aux sessions en jauge limitée, tels que les coachings.

DROIT À L'IMAGE
Lors de la conférence, vous êtes susceptibles d'être photographiés ou filmés. Si vous ne souhaitez pas apparaitre 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 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* **#AFFESR2025** et n'hésitez pas à interagir lors des sessions sur LinkedIn et Swapcard.

RESTAURATION
Des pauses-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 disposer vos affaires dans un vestiaire non gardé. L'AFF décline toute responsabilité en cas de perte ou de vol.

Merci à nos partenaires !

Partenaire Principal	Groupe FIDELIS
Partenaire International	Fondation de France
Partenaire Recrutement	Partium
Partenaires Bronze	alter communication & fundraising iade, Equanity, Eudonet Let's connect
Partenaires Institutionnels	CASE, Réseau des Fondations des Universités, institut IDEAS Objectif Intérêt général, cdefi Conférence des Directeurs des Écoles Françaises d'Ingénieurs, CFF Centre Français des Fonds et Fondations, arces