

## CR JOURNEE INTER-ASSOCIATIVE 2019 – FONDATION MONOPRIX

### LES INTERVENANTS :

- Agence Hopening/ Philanthrôpia : Zancu Despina / [dzancu@philanthropia.fr](mailto:dzancu@philanthropia.fr)
- Agence du Service Civique : Nguyen Monoury Léon / [Leon.nguyenmonoury@service-civique.gouv.fr](mailto:Leon.nguyenmonoury@service-civique.gouv.fr)
- Môm'artre : Dao Mamouna / [mamouna.dao@momartre.com](mailto:mamouna.dao@momartre.com)
- Unis-Cité : Ulpat Marie / [mulpat@uniscite.fr](mailto:mulpat@uniscite.fr)

### LA FONDATION MONOPRIX

- En tant que **commerçant de proximité et acteur économique et social** de premier plan dans les **centres villes**, Monoprix a noué sur le terrain des relations étroites avec de nombreuses associations.
- En 2018, les résultats de la Fondation : 4,8 millions de repas distribués, plus de 150 projets associatifs financés, plus de 300 associations partenaires et plus de 700 participants aux Jours Solidaires.
- Les axes d'intervention :
  - **Donner accès aux produits de première nécessité**
  - **Agir contre les solitudes en ville**
  - **Dons de marchandises & Opérations solidaires**
  - **Soutien financier aux associations**
  - **Engagement citoyen des collaborateurs**

### LE PRO BONO LAB

- Le Pro Bono Lab est spécialiste de **l'engagement par le partage de compétences (bénévolat/mécénat de compétences)**, en France comme dans 30 autres pays du monde via le *Global Pro Bono Network*.
- **L'association permet aux grandes causes sociétales de se développer durablement en réunissant pour chacune d'entre elles, les compétences** que des hommes et des femmes engagés sont en capacité de leur offrir gratuitement, en pro bono. **Quelle ambition ? Que chacune de ces causes ait accès aux compétences dont elle a besoin pour se réaliser et puissent générer le plus vaste impact sociétal.**
- Pro Bono Lab fédère les compétences des collaborateurs de **80 entreprises partenaires et celles de 5 000 volontaires** (étudiants, demandeurs d'emploi, personnes en reconversion, retraités, etc.) à travers des **parcours d'engagement complets, pour les mettre au service de ces grandes causes.**

#### Votre contact

Dieynaba Sall – Responsable Conseil et Formation  
[dieynaba@probonolab.org](mailto:dieynaba@probonolab.org) – 06 09 49 04 71  
#probono - [probonolab.org](http://probonolab.org)

## 1<sup>ER</sup> ATELIER - AGENCE HOPENING ET COMMEON : COMMENT ORGANISER ET STRUCTURER SA COLLECTE DE FONDS.

- Hopening : Agence spécialisée en fundraising, mécénat et philanthropie avec 27 ans d'expertise. Intervention en stratégie et en solution de collecte de fonds.
- Commeon : La plateforme du mécénat participatif sur laquelle les organismes à but non lucratif peuvent collecter des fonds et trouver du soutien.

### STRUCTURES ET COLLECTES : LES POINTS À ABORDER POUR STRUCTURER SA DEMARCHE

#### ■ Qui donne ?

Le donateur est majoritairement âgé.

+ de 60 ans = 51% des donateurs mais 79% de la collecte.

Plus on monte en âge et plus on devient donateur. En effet, lorsqu'on est plus âgé on se sent un peu plus concerné par la conception du don (sentiment de vouloir "laisser ma trace sur terre")

Le don est avant tout un ressenti. La motivation principale étant l'altruisme mais le don n'est pas forcément une action spontanée → Il est donc important de retenir **qu'une personne va faire un don le plus souvent par ce qu'on lui aura demandé ou incité à le faire. Il ne faut donc pas hésiter à approcher sa cible pour lui demander de l'argent** (par mail, en marquant sur votre carte de visite que vous êtes éligible à recevoir dons, legs etc...)

Demander de l'argent = donner de la visibilité à votre action

#### ■ Quel média utiliser ?

Tous les médias/techniques sont bons, il n'y a donc pas un média qui fonctionne mieux qu'un autre (Cf. Présentation). Si utilisation du crowdfunding, il faut être très présent sur les réseaux sociaux pour relayer sans cesse sa campagne et toucher un maximum de personnes.

COMMEON → Don moyen de 180 euros sur la plateforme

#### ■ Quels sont les critères de sélection ? A qui va-t-on donner ?

Il existe des associations qui ont plus de facilité à recevoir des dons (l'urgence, la cause animale etc..) car le donateur va se sentir plus proche et concerné par l'action menée.

Il y a d'autres associations qui auront plus de difficulté à saisir le donateur (Forme de don repoussoir = handicap). **Le don va donc dans le sens psychologique du donateur.**

Il faut bien comprendre comment cerner sa cible et utiliser un discours adapté pour recevoir un don.

La collecte coûte (temps, investissement & argent) il y a donc une **exigence de ratio entre la dépense et le retour collecté.**

La puissance de l'offre, de la cause est très importante et va avoir un impact sur le don.

#### ■ Les 4 éléments du 'combat' caritatif

- **Vision** : tout projet est porté par une vision (*Quelle est la vision du monde que porte XX ? Ex : La solidarité, ça change la vie !*)
- **Bourreau** : Ce que dénonce l'association (*pauvreté, exclusion etc.*)
- **Victime** : la cible que l'association souhaite aider (*Ceux qui traversent des situations de détresse, des « accidents de la vie » etc.*)

#### Votre contact

Dieynaba Sall – Responsable Conseil et Formation

dieynaba@probonolab.org – 06 09 49 04 71

#probono - probonolab.org

- **Sauveur** : Sentiment qu'on donne au donateur (Le donateur qui répond à l'instinct de solidarité qui est en lui en faisant un don au SPF pour participer à ce mouvement de solidarité)

### ■ Quelles questions l'association doit-elle se poser ?

Il faut que l'association, en allant chercher des fonds, ait **une offre caritative claire à proposer** :

1. Quel est le besoin (La problématique ?)
2. Quelle est la solution apportée : le projet doit apparaître, à l'évidence, comme une réponse originale et pertinente au problème posé
3. Qui sont les bénéficiaires ?
4. Pourquoi mon organisation est-elle qualifiée /légitime ?
5. La demande (ressources nécessaires, niveaux d'engagement)
6. L'intérêt personnel du donateur (*estime de soi / reconnaissance*) *Pourquoi vous devez vous y impliquer ? ...*

### ■ Quelle approche ?

Un appel à don peut être ludique, amusant ou grave : il doit avant tout refléter **votre identité** et mettre en valeur **votre spécificité**. Pensez-le comme une occasion de **construire une relation** !

Lorsque vous cherchez à lever des fonds, **il faut transmettre un message / discours clair, simple et personnel auprès des donateurs. Il faut savoir raconter une histoire qui touche et qui frappe (Don = émotion)**

Pour avoir une bonne narration :

- 1- une histoire, pour illustrer
- 2- explication de la problématique
- 3- révélation de la solution

### **Aujourd'hui se pose le débat sur le financement du fonctionnement des associations.**

Comment expliquer à un donateur que son don servira à financer en partie des salaires ? Comment expliquer à un donateur qu'une association a des besoins de financement en opérationnel et pour les tâches quotidiennes (livraison, etc..) ? **Il faut réussir à ajuster son discours. Tout passe par la communication et l'intégration de ses éléments dans le storytelling.**

ATTENTION : le mot INNOVANT revient souvent. Essayer de bien cerner et maîtriser votre discours pour qu'il soit réellement à votre image.

*Ex : La fondation de l'Abbé Pierre revient chaque année avec un regard et message différent sur le mal logement. Cette communication sur mesure et à chaque fois renouvelée permet de booster l'image de la fondation et de la rendre sans cesse innovante et attractive à de nouveaux dons.*

**Une évolution contextuelle de la levée de fonds oblige les donateurs à faire des choix, il faut donc que vous vous démarquiez pour être le plus attractif possible.** En quoi je me différencie ? N'hésitez pas à retravailler et recommuniquer => Soyez créatif  
Sortez de la simple collecte de fonds et repensez votre message.

Une logique de **CO-CONSTRUCTION avec le donateur** est très importante dans la réflexion globale de la campagne. Généralement le donateur aime se sentir utile et veut participer au processus de développement de la structure concernée.

**Pour résumer :**

- **Engagez-vous pour votre cause.** Qu'est-ce qui motive le travail de votre organisation ? Qu'est-ce qui vous insuffle la passion pour provoquer le changement dans votre communauté ? Réussir une collecte des fonds nécessite de votre part de convaincre les bailleurs de fonds que

### **Votre contact**

Dieynaba Sall – Responsable Conseil et Formation  
dieynaba@probonolab.org – 06 09 49 04 71  
#probono - probonolab.org

c'est une cause qui doit être soutenu par eux. Connaître et être en mesure de formuler clairement pourquoi vous défendez cette cause est crucial.

- **Amenez les donateurs à s'engager pour votre cause.** Réussir une collecte des fonds va au-delà du simple fait de lever de l'argent. Tout en recherchant des financements, vous éduquez les autres à propos de votre cause et vous les impliquez dans votre mission. Comment pouvez-vous partager les informations à propos des questions sur lesquelles vous travaillez de façon à ce qu'elles éduquent également vos donateurs ?
- **Demandez.** Si vous voulez qu'un individu ou qu'une agence vous donne de l'argent, demandez-le ! Très rarement les donateurs donnent sans que leur soutien n'ait été sollicité en premier lieu. S'ils font des dons, ayez la présence d'esprit de les remercier dès que possible et de leur faire connaître l'impact que leur don aura sur votre travail.

## GRAND PUBLIC OU GRANDS DONATEURS : A QUI PARLEZ VOUS ?

### ■ Grands donateurs :

Les Grands donateurs ont besoin d'une sollicitation différente de celle du grand public.

Grands donateurs = Individus + **Entreprises** + Fondations

10% des grands donateurs sont **responsables de 70% des dons en valeur.**

Il faut donc **utiliser une stratégie One to One pour les solliciter.** Cela consiste en une approche individualisée et du relationnel en face à face.

### ■ Grand public :

Pour le grand public, travaillez votre discours. Une campagne peut être l'occasion de renouveler un discours pour le rendre plus accessible.

## COLLECTER MAIS POUR QUOI ?

### ■ Que voulez-vous faire financer ? Sur quelle durée ?

- Action courante
- Projets ponctuels/réguliers
- Programme pluriannuel
- Grand projet : infrastructure, ...
- *Investissement vs. Fonctionnement*

### ■ Combien collecter ?

- Plan de financement : subventions, fonds privés, ressources propres
- Quelle part du mécénat à chercher ?

### ➤ **A chaque projet, son dispositif et sa cible**

Pour les associations, pensez LOCAL et COLLECTIF.

Pour le démarchage, il existe des stratégies différentes :

**Réponse à appels à projets => Soyez habile et efficace**

- « Rentrer dans les cases »

### **Votre contact**

Dieynaba Sall – Responsable Conseil et Formation  
 dieynaba@probonolab.org – 06 09 49 04 71  
 #probono - probonolab.org

- Montants fixés  
**Démarchage « dans le dur » => Créez l'opportunité !**
- Solliciter un financement pour un projet construit
- Initier le partenariat et le co-construire
- Montants plus significatifs

### PARLEZ-VOUS BIEN « PROJET » ?

Un projet grands donateurs mobilisateur, c'est un projet :

- **D'envergure** qui a un impact réel pour votre structure
- **Ambitieux** qui contribue à apporter une solution à un besoin plus large de changement
- **Cohérent** qui illustre de façon claire vos ambitions stratégiques
- **Audacieux** mais réaliste en termes de besoins financiers au regard de vos capacités de financements publics et privés
- **Attractif** qui soit motivant pour vos donateurs par l'impact fort de leur engagement
- **Pragmatique** et à forte lisibilité pour intéresser des donateurs potentiels de tous horizons
- **Compréhensible** par tous qui doit aussi mobiliser l'interne

Un projet crowdfunding mobilisateur, c'est un projet :

- **Concis** (pas de détails superflus)
- **Lisible** (sur tous les supports)
- **Attractif** (Retient le regard et marque les esprits)
- **Immédiat** (tout doit être compréhensible)
- **Résumable** (pour être intégré et partagé facilement)

### COMMENT IDENTIFIER VOS CIBLES ?

Trois voies pour trouver vos prospects :

- Le réseau
- La recherche externe
- La veille
- 

Grands donateurs : méthodologie L-I-C

- « Lien » : degré de proximité avec votre structure, ses projets ou ses parties prenantes
- « Intérêt » : intérêt potentiel pour la cause
- « Capacité » : chiffre d'affaires significatif

Sur chaque prospect :

- Une note par critère
- Une moyenne
- Un ordre de priorité -> **un TOP 10 pour démarrer**

#### **Votre contact**

Dieynaba Sall – Responsable Conseil et Formation  
dieynaba@probonolab.org – 06 09 49 04 71  
#probono - probonolab.org

## LE DIGITAL

Les canaux digitaux : à chacun sa force :



Ne perdez pas votre temps à vouloir être partout : chaque canal a sa force, sa particularité, l'essentiel est de les faire fonctionner de façon cohérente, harmonieuse et complémentaire

## CONCLUSION

- N'oubliez pas de prendre votre temps, de bien préparer une feuille de route et un planning pour votre recherche de fonds (ex Cf. Présentation)
- Crowdfunding et Grands Donateurs = THINK GLOBAL !

## 2<sup>EME</sup> ATELIER – L'AGENCE DU SERVICE CIVIQUE.

### LE SERVICE CIVIQUE : Qu'est-ce que c'est ?

**Un dispositif de volontariat** : engagement des jeunes au service de l'intérêt général

Le contrat d'engagement EN SERVICE CIVIQUE **n'est pas un contrat aidé, un stage ou UN CONTRAT d'apprentissage**

Les organisations s'engagent pour la jeunesse quand ils embauchent des services civiques. La mission doit être au service de l'intérêt général.

Le Service Civique est universel depuis le 1<sup>er</sup> juin 2015 : tout jeune qui le souhaite doit pouvoir s'engager en mission de Service Civique.

- ➔ **L'objectif de l'Agence est de garantir la montée en charge quantitative mais aussi au plan qualitatif.**

#### Votre contact

Dieynaba Sall – Responsable Conseil et Formation  
dieynaba@probonolab.org – 06 09 49 04 71  
#probono - probonolab.org

## Pourquoi accueillir des volontaires en Service Civique ?

- Engager un organisme dans un projet de société citoyen
- Un moyen d'accueillir des jeunes de tous horizons et de les accompagner dans leur maturation
- Un moyen de renforcer la **qualité du lien avec vos publics**, d'aller à la **rencontre de nouveaux publics** en particulier les jeunes
- La possibilité d'**expérimenter des projets d'innovation sociale**
- Un **regard neuf** sur votre structure

### **Ne pas raisonner à partir d'un besoin RH**

La mission doit être sur le terrain auprès des bénéficiaires pour créer du lien

Un volontaire ne peut pas être :

- Chargé de mission, projets, financement, partenariats, diffusion ou production
- Chargé de communication / Community manager
- Soutien à la vie associative

Le Service Civique ne sert pas à :

- Remplacer un salarié en congés
- Servir de période d'essai
- Indemniser des bénévoles
- Compléter un temps partiel

### Un accompagnement dédié

À chaque étape de votre démarche, l'Agence du Service Civique peut vous **accompagner**

Les **référénts locaux** du Service Civique en Direction Départementale de la Cohésion sociale (DDCS) ou en Direction Régionale de la Jeunesse, des Sports et de la Cohésion Sociale (DRJSCS) sont vos interlocuteurs pour prendre part au **réseau local du Service Civique** : rassemblement de volontaires, formation des tuteurs, formations civiques et citoyennes...

Leurs coordonnées : <https://www.service-civique.gouv.fr/page/les-referents>

POUR EN SAVOIR PLUS : Des outils à votre disposition sur [service-civique.gouv.fr](https://www.service-civique.gouv.fr)

## **3<sup>EME</sup> ATELIER – INTERVENTION DE NATHAN STERN : L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE DANS NOS SOCIETES**

### Nathan Stern

#### **Votre contact**

Dieynaba Sall – Responsable Conseil et Formation  
dieynaba@probonolab.org – 06 09 49 04 71  
#probono - probonolab.org

Sociologue de formation, Nathan Stern se définit comme un ingénieur social. Il s'efforce de concevoir des réseaux sociaux, des jeux, des programmes – en un mot, des outils de médiation – pour faire baisser la violence dans les cours d'école, favoriser l'envie de coopérer dans les organisations, améliorer la qualité des rapports dans un foyer pour jeunes réputés déficients, rendre plus conviviaux les abribus, rendre l'administration plus tendre...

Parmi les outils de médiation qu'il a mis au point, on peut notamment citer Peuplade.fr (2003), un réseau social local pour rassembler les habitants d'un même quartier, ou bien encore Voisin-age.com (2008) qui réunit les voisins autour des personnes âgées de leur quartier (pour le compte des petits frères des Pauvres).

Avec son associée Claude Van Leeuwen, il a créé AvecNosProches, un réseau social téléphonique pour les aidants familiaux, HappyWeek (2014), un jeu collaboratif qui donne envie aux enfants d'accomplir les tâches du quotidien comme s'il s'agissait d'un jeu.

Convaincu que l'empathie a un rôle fondamental à jouer au sein de notre société, il s'intéresse aujourd'hui au développement de l'Intelligence Artificielle et son rôle à venir dans nos sociétés.

Plusieurs questions sont posées :

*A quoi occuperons-nous nos journées quand les progrès de l'Intelligence Artificielle et de la Robotique auront rendu dérisoires et vaines nos capacités à utiliser nos capacités physiques ou nos capacités cognitives pour produire des biens et des services ?*

*Notre désir de vivre ensemble peut-il résister à un monde dans lequel nous n'avons plus besoin les uns des autres pour subsister ?*

### **Qu'est-ce que l'Intelligence Artificielle ?**

Il y a deux types d'intelligence artificielle : l'intelligence artificielle générale (Artificial General Intelligence), c'est-à-dire un système informatique capable de faire tout ce qu'un humain peut faire. Elle doit être distinguée de l'intelligence artificielle étroite (Artificial Narrow Intelligence), qui fait référence aux systèmes informatiques capable de remplacer des actions humaines, mais seulement dans certaines limites étroites.

### **Intelligence artificielle // Une DYSTOPIE**

L'Intelligence artificielle peut être vue aujourd'hui comme une menace, voir une dystopie.

- L'IA permet une exploitation des données personnelles plus importante.

Nous pouvons prendre comme exemple la mobilisation en Turquie et en Chine de la reconnaissance faciale pour réduire la criminalité. Le progrès des Nouvelles Technologies va donc permettre un contrôle social plus rigoureux qui peut paraître intrusif et excessif.

- Nous ne pourrons plus travailler sans la surveillance de l'IA

Grâce à l'IA nous accédons à beaucoup plus d'information en continu et nous augmentons notre performance en surveillance et sécurité. Cela peut être perçu comme un frein pour notre liberté.

Ex : Voitures autonomes, les systèmes d'IA pouvant désormais interpréter la signalisation, différencier les divers obstacles de la route, les autres véhicules et usagers etc. et adapter le pilotage du véhicule en conséquence

Ex : Spotify est devenu un acteur incontournable dans le streaming de musique grâce à l'accumulation d'une data puissante (qui reconnaît les goûts musicaux de chaque utilisateur). Cela ne va-t-il pas à l'encontre de notre liberté à garder nos données personnelles privées ?

#### **Votre contact**

Dieynaba Sall – Responsable Conseil et Formation  
 dieynaba@probonolab.org – 06 09 49 04 71  
 #probono - probonolab.org



■ L'IA rendra notre vie plus virtuelle

Aujourd'hui nous sommes déjà très imprégnés par le digital et le virtuel est constamment présent dans nos vies quotidiennes. Cela engendre un appauvrissement du lien social et par défaut les gens vivent de plus en plus seuls.

Ex : 3h 46 de télé par jour en moyenne pour un français ; mise à disposition de jeux virtuels de plus en plus isolants (Casque virtuel etc...)

En conclusion nous pouvons dire que nos moyens sensoriels seront de plus en plus réduits et que nos échanges se modifieront. Les inquiétudes face à l'IA sont également d'ordre éthique, voire moral.

Dans le domaine de la santé par exemple, les traitements de big data permettent d'affiner les diagnostics, d'identifier les personnes les plus à risque devant les maladies, d'optimiser le développement de nouveaux médicaments, etc. Ces avancées réelles posent néanmoins de nouveaux problèmes. Comment s'assurer que les données utilisées pour créer les algorithmes ne recèlent par de biais susceptibles de fausser les conclusions ? Comment réagir si la conclusion de l'IA est de ne pas sauver un patient ?

On retrouve les mêmes problématiques dans les transports, devant l'émergence des véhicules autonomes. Comment doit réagir l'IA face à des dangers de mort ? Entre les passagers et le piéton qui traverse la route en dehors des passages protégés par exemple ? Le Media Lab de l'université MIT a lancé Moral Machine pour sonder l'opinion internationale face à ce genre de questions. Cette plateforme présente des dilemmes moraux auxquels l'internaute doit tenter de trouver des solutions acceptables, avec l'espoir que la « sagesse des foules » obtenue en crowd-sourcing permettra d'améliorer le comportement des machines.

### Intelligence artificielle // Une UTOPIE

■ L'intelligence Artificielle est nécessaire et devient accessible à tous.

Presque tout ce qui devient digitalisé devient gratuit, il y a une plus grande accessibilité au savoir. Les innovations portées par les NT peuvent avoir plus d'impact. Elles permettent plus de facilité d'accès grâce à des modèles plus scalables et moins chers.

Plusieurs expérimentations de l'utilisation de l'IA ont déjà eu lieu dans le monde. Expérimentation sur la sensibilisation des animaux ou expérimentation au sein de certaines associations.

Le Secours populaire > Réseau de mobilisation, en un clic une invitation est envoyée à plus de 500 bénévoles. Facilitation de la mobilisation des bénévoles plus importante grâce à l'IA.

■ Contrairement à la croyance populaire, l'IA va personnaliser davantage votre service client, voire les relations avec votre clientèle.

Depuis une dizaine d'années, cette technologie a réalisé des bonds de géant. Renforcée par l'augmentation de la puissance informatique, l'augmentation et la multiplication exponentielle des données, elle a permis aux ordinateurs d'apprendre et de reproduire beaucoup de choses par eux-mêmes. C'est ce qu'on appelle l'apprentissage-machine, ou *machine-learning*.

Selon le rapport de la Vision Technologique 2017 d'Accenture, plutôt que de transformer seulement votre façon de travailler, l'IA est en train de devenir le porte-parole numérique, voire l'identité de votre entreprise. Elle est désormais considérée comme un facteur de différenciation essentiel de votre marque. Prenons par exemple les chatbots. Cette technologie va continuer de s'améliorer et de promouvoir le service client.

#### Votre contact

Dieynaba Sall – Responsable Conseil et Formation  
dieynaba@probonolab.org – 06 09 49 04 71  
#probono - probonolab.org

#### ■ Création de nouveaux emplois

L'intelligence artificielle va certes détruire des emplois, mais elle va en créer d'autres. Selon une autre étude dévoilée ces derniers jours par la firme américaine Cognizant Technology Solutions Corp. relayée par le *Wall Street Journal*, [l'intelligence artificielle pourrait créer 21 millions d'emplois](#).

## CONCLUSION

Nous l'avons vu, la rapidité d'émergence de l'intelligence artificielle et le nombre de domaines qui seront bouleversés vont nécessiter la mise en place d'un nouveau cadre réglementaire. Pour pallier l'utilisation effrénée des données personnelles, pour réfléchir et répondre aux différentes inquiétudes éthiques et morales, pour s'assurer que les travailleurs aient accès aux formations et aux compétences nécessaires face à cette nouvelle révolution industrielle.

Nous nous devons cependant de reconnaître l'importance des bienfaits et l'émergence de nombreux avantages dans une multitude de domaines. Les entreprises exploitant l'intelligence artificielle comme une des solutions aux problématiques de la vie d'aujourd'hui ont certainement encore de beaux jours devant elles.

#### **Votre contact**

Dieynaba Sall – Responsable Conseil et Formation  
dieynaba@probonolab.org – 06 09 49 04 71  
#probono - probonolab.org