

**« Quels sont les pré-requis
pour créer un Comité d'Ambassadeurs ? »**

**Cas concret :
La Fondation Motrice, organisme de recherche en France
dédié à la Paralyse Cérébrale**

Ce mémoire est réservé :

aux membres du jury

Hervé Garrault, Adéma - Management Associatif
Jean Lambert, Adéma - Management Associatif
Vololona Rabearisoa - Mines Paristech

à La Fondation Motrice

Dr Alain Chatelin, Président
Pierre-Guy Audouy, Directeur général

❖ Mon parcours

Mon parcours professionnel de quinze années d'expérience s'est construit dans des fonctions de Responsable de Communication et de Partenariats Entreprises/Associations en lien avec la Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE) notamment dans les secteurs du transport et de l'énergie.

Mon projet professionnel est de travailler dans le secteur du non-profit ou en corrélation avec celui-ci.

En 2013 et 2014, j'ai fait des formations à l'AFF (Association Française des Fundraisers) sur le métier de fundraiser* (collecteur de fonds) particulièrement sur les fondamentaux de la collecte de fonds et ses différentes techniques de collecte.

Cette première approche du monde associatif m'a donné l'envie de mieux connaître et d'approfondir ce secteur du non-profit et de ses spécificités, notamment grâce à mon implication dans le bénévolat. C'est au travers de mon engagement en tant que bénévole au sein de l'association Passerelles&Compétences dans l'équipe des Partenariats et, de manière plus ponctuelle, à l'AFF que j'ai fortement apprécié cet environnement.

C'est pourquoi en 2015, pour compléter ces connaissances, j'ai décidé d'entreprendre le B.A.D.G.E** pour bénéficier d'une formation complète sur le Management Associatif à l'ADEMA-Ecole des MinesParisTech.

Célia de Sousa

*Le terme anglais « Fundraiser » est reconnu par l'APEC (Association Pour l'Emploi des Cadres). L'objectif de tout collecteur de fonds est de développer les ressources privées de son organisation pour lui permettre de mener à bien et développer ses missions sociales. Pour cela, il cherche à mobiliser des donateurs. Il s'agira, après avoir identifié de potentiels donateurs, de les sensibiliser à l'action menée et à la cause défendue par son Organisation Sans But Lucratif (OSBL).

** B.A.D.G.E : Bilan d'Aptitude Délivré par les Grandes Écoles

❖ Remerciements

Je remercie chaleureusement :

- Alain Chatelin, Président de **La Fondation Motrice** et Pierre-Guy Audouy, Directeur général qui m'ont permis de réaliser cette étude.
- Hervé Garrault, Directeur de l'**Adéma** grâce auquel j'ai pu me mettre en relation avec La Fondation Motrice.

Je remercie également les professionnels que j'ai interviewés au cours de mes investigations. Certaines interviews ont contribué spécifiquement à la réflexion du mémoire, des références à ces interviews y sont intégrées.

Les autres interviews ont été très profitables pour une meilleure compréhension des fonctionnements de ces structures et des bonnes pratiques dans ces environnements ainsi que pour ma culture personnelle (des synthèses d'interviews figurent dans la partie « Apports des interviews »).

- Béatrice de Durfort, Directrice générale
Centre Français des Fonds et des Fondations (CFF)
- Stéphanie Clément-Grandcourt, Responsable Philanthropie et Fiducie
Fondation pour la Recherche Médicale (FRM)
- Romain Gomez, Chargé de mécénat
Institut Imagine, lieu unique de recherche et de soins
- Anne-Christine Robine, intervenante à l'Adéma, Directrice
Faircom International, agence de fundraising et de communication non-profit
- Jean-Marie Destrée, intervenant à l'Adéma, Délégué général adjoint
Fondation Caritas France
- Jérôme Auriac, Directeur général
Agence BE-LINKED, cabinet de référence sur la relation ONG-Entreprises
- Céline Mathieu, Associée
CO-INFLUENCE, agence conseil en mécénat, communication et fundraising
- Héloïse Temps, Responsable de la philanthropie
ADFINITAS, agence spécialisée dans la collecte de fonds privés
- Mariella de Bausset, Secrétaire générale
Fondation A.R.C.A.D
- Ingrid Antier-Perrot, Directrice Philanthropie et Communication
Fondation Hospitalière Sainte-Marie
- Christelle Lafon-Paredes, Responsable Philanthropie, Responsable du Tiffany Circle
Croix-Rouge française

❖ Sommaire

| | | |
|---|-------------|-----------|
| Mon parcours | page | 2 |
| Remerciements | page | 3 |
| Sommaire | page | 4 |
| Expression du besoin de La Fondation Motrice | page | 7 |
| Préambule | page | 8 |
| La Paralyse Cérébrale : définition et causes | page | 9 |
| Introduction générale | page | 10 |
| Partie 1 | | |
| FONDATION, GRANDS DONATEURS, STRATEGIE "GRANDS DONATEURS" | | |
| Introduction de la partie 1 | page | 11 |
| 1.1- Fondation | page | 12 |
| 1.1.1- Emergence des fondations | page | 12 |
| 1.1.2- Définition d'une fondation | page | 13 |
| • Définition juridique | page | 13 |
| • Qu'est-ce-que le statut FRUP ? (Fondation Reconnue d'Utilité Publique) | page | 13 |
| • Fonctionnement d'une fondation | page | 14 |
| 1.1.3- Un système fiscal français avantageux | page | 14 |
| 1.1.4- Quelles sont les différences majeures entre une fondation et une association ? | page | 15 |
| 1.1.5- Que recouvre la notion de « l'intérêt général » ? | page | 15 |
| 1.2- Portrait des grands donateurs | page | 16 |
| 1.2.1- Qui sont les grands donateurs ? | page | 16 |
| 1.2.2- Les spécificités des grands donateurs | page | 16 |
| • La philanthropie traditionnelle | page | 17 |
| • Les nouveaux philanthropes | page | 18 |
| • Les entreprises | page | 18 |
| 1.2.3- Une relation sur-mesure « one to one » | page | 18 |
| 1.2.4- Une cible sur-sollicitée | page | 18 |
| 1.3- Stratégie « grands donateurs » | page | 19 |
| 1.3.1- Les grands principes des pyramides de la collecte de fonds | page | 19 |
| 1.3.2- Les trois piliers : lien, intérêt, proximité | page | 21 |
| 1.3.3- Définition d'un comité d'ambassadeurs | page | 22 |
| • Retour d'expérience au sein de l'Institut Imagine | page | 22 |
| • Retour d'expérience au sein de la Fondation pour la Recherche Médicale | page | 24 |
| Conclusion de la partie 1 | page | 26 |

Partie 2

LA FONDATION MOTRICE

| | | |
|--|-------------|-----------|
| Introduction de la partie 2 | page | 28 |
| 2.1- Présentation | page | 29 |
| • Vision | page | 29 |
| • Missions | page | 29 |
| • Valeurs | page | 29 |
| • Appels à projets | page | 30 |
| • Label IDEAS | page | 30 |
| 2.2- Gouvernance | page | 31 |
| • Conseil d'Administration | page | 31 |
| • Conseil Scientifique | page | 33 |
| 2.3- Quel projet stratégique à la Fondation ? | page | 33 |
| 2.4- Actions de collecte de fonds (fundraising) | page | 34 |
| 2.4.1- Deux dîners de gala | page | 35 |
| 2.4.2- Le don en ligne par le biais du site Internet | page | 36 |
| 2.4.3- Actions de marketing direct | page | 36 |
| 2.4.4- Des courses solidaires | page | 37 |
| 2.5- Supports de communication | page | 37 |
| 2.6- Actions presse | page | 37 |
| 2.7- Partenariats | page | 38 |
| 2.8- Événements | page | 38 |
| 2.9- Analyse de la matrice SWOT | page | 39 |
| Conclusion de la partie 2 | page | 44 |

Partie 3

RECOMMANDATIONS, GRANDS PRINCIPES METHODOLOGIQUES, PROPOSITIONS

| | | |
|--|-------------|-----------|
| Introduction de la partie 3 | page | 45 |
| 3.1- Recommandations, grands principes méthodologiques, propositions | page | 46 |
| 3.1.1- Formaliser un projet stratégique : le socle d'une organisation non-profit | page | 46 |
| 3.1.2- Effectuer un benchmark | page | 47 |
| 3.1.3- Identifier le projet pour les potentiels grands donateurs | page | 48 |
| 3.1.4- Réfléchir aux contreparties pour les grands donateurs | page | 49 |
| 3.1.5- Rédiger l'argumentaire (le case for support) | page | 49 |
| 3.1.6- Définir qui sont les « grands donateurs » pour la Fondation | page | 52 |
| 3.1.7- Se faire connaître et développer une communication dynamique | page | 52 |
| • Le logo | page | 53 |
| • Le Label IDEAS | page | 53 |
| • Refondre le site Internet | page | 54 |
| • Développer les relations presse | page | 56 |
| 3.1.8- Renforcer les liens avec les associations fondatrices | page | 56 |
| 3.1.9- Recruter un Responsable de la Communication et de la Collecte de fonds | page | 57 |

| | |
|--|----------------|
| 3.2- Des conseils complémentaires | page 57 |
| 3.2.1- Rédiger un plaidoyer | page 58 |
| 3.2.2- Etudier la possibilité de faire un encart publicitaire | page 58 |
| 3.2.3- Adhérer au CFF, Centre Français des Fonds et des Fondations | page 59 |
| 3.2.4- Réaliser un benchmark de potentielles entreprises mécènes | page 59 |
| Conclusion de la partie 3 | page 60 |
| Conclusion générale | page 61 |
| Apports des interviews | page 63 |
| Bibliographie | page 67 |
| Participation : forum, colloque, conférences | page 67 |
| Annexes | page 68 |
| Annexe 1 - Les statuts de La Fondation Motrice | page 69 |
| Annexe 2 - La charte de déontologie de La Fondation Motrice | page 77 |
| Annexe 3 - Le Conseil d'Administration de la Fondation Motrice | page 81 |
| Annexe 4 - Le Conseil Scientifique de La Fondation Motrice | page 82 |

❖ Expression du besoin de La Fondation Motrice

Pierre-Guy Audouy, Directeur général de la Fondation, m'a fait part du besoin de La Fondation Motrice :

« Développer un cercle de grands donateurs doit nous permettre de passer à la “vitesse supérieure” en termes de levée de fonds et donc d'investissement de recherche.

Il ne s'agit donc pas de financer un seul projet ou un seul groupe de projets, mais bien d'avoir un accompagnement “récurrent” de nos actions.

Créer ce groupe de grands donateurs “entreprises” et “particuliers” peut également nous donner accès à des solutions “patrimoniales” qui nous donneront de la visibilité financière. Des legs et donations “défiscalisantes ” peuvent être envisagés avec l'aide et le conseil d'une étude Notariale.

Ce qui doit nous permettre de faire travailler des équipes sur des projets peut être plus cher en investissement mais aussi de nous renforcer en interne avec des compétences en communication (multi-canal) par exemple pour faire mieux connaître la pathologie... ».

❖ **Préambule**

La Fondation Motrice sur la recherche de la Paralyse Cérébrale a été créée en 2005 par trois associations déjà présentes dans le domaine du handicap : ENVOLUDIA¹ – SESEP² – CDF³.

La Fondation dédiée à la recherche sur la Paralyse Cérébrale, et souhaite créer un cercle de grands donateurs. Je suis intervenue pour l'élaboration de mon mémoire dans le cadre de cette recherche afin de répondre à la question suivante :

⇒ **Comment créer un cercle de « grands donateurs » au sein de La Fondation Motrice ?**

Au cours de mes premiers questionnements auprès du Directeur général de la Fondation, Pierre-Guy Audouy, sur l'hypothèse de la création d'un cercle de grands donateurs, les réflexions que j'ai menées ont mis en exergue le fait que ce projet ne pouvait pas se mettre en place, faute d'avoir été défini au moment où je suis intervenue.

En effet, le nouveau Conseil Scientifique de la Fondation se réunira en mars 2016 alors que j'ai commencé à travailler sur cette étude en octobre 2015. C'est à l'occasion de cette future réunion que le Conseil Scientifique abordera la thématique du projet stratégique de la Fondation, à partir duquel je devais travailler au départ.

Au vu de l'impossibilité de répondre à cette question, j'ai proposé au Directeur général de la Fondation, Pierre-Guy Audouy, de faire évoluer le sujet à traiter sur le thème suivant :

↳ **Quels sont les pré-requis pour créer un Comité d'Ambassadeurs ?**

Aussi, ce thème s'inscrit en amont de la création d'un comité d'ambassadeurs.

A ce titre, il m'a été nécessaire d'élaborer une analyse de la Fondation afin d'avoir une vision globale de l'existant et d'en dégager les points forts et les points faibles.

J'ai rédigé ce mémoire sur la base :

- de deux réunions à La Fondation Motrice avec le Directeur général de la Fondation et d'échanges complémentaires avec celui-ci,
- de recherches personnelles,
- d'interviews.

La posture que j'ai adoptée auprès de La Fondation Motrice est celle d'une consultante qui porte un regard externe sur les pré-requis nécessaires pour créer un comité d'ambassadeurs.

Au long de ce mémoire, plusieurs termes synonymes seront employés représentant la même signification : comité d'ambassadeurs, comité de soutien, comité de campagne, comité de développement. Chaque organisation utilise l'une de ces terminologies.

¹Envoludia : association au service de la personne IMC (Infirmité Motrice Cérébrale) et polyhandicapée <http://www.envoludia.org/> (association précédemment nommée APETREIMC en référence aux statuts - Annexe 1)

²Société d'Études et de Soins pour les Enfants Paralysés et Malformés

³ Cercle de Documentation et d'Information pour la rééducation des infirmes moteurs cérébraux <http://cdi-infirmitemotricecerebrale.org/>

❖ Définition de la Paralyse Cérébrale

La Paralyse Cérébrale résulte de lésions survenues sur le cerveau en développement du fœtus ou du nourrisson.

Cette pathologie décrit le handicap des personnes qui ont souffert de lésions cérébrales au tout premier âge de la vie, fœtus ou nourrisson (conséquences de la prématurité, infections, accidents vasculaires cérébraux, accidents de la grossesse, de la naissance ou des premiers mois de vie).

Ces lésions, non progressives, provoquent un ensemble de troubles permanents du mouvement et de la posture, responsables de limitations d'activités. Ces troubles sont souvent accompagnés de troubles sensoriels, perceptifs, cognitifs, de la communication et du comportement, par une épilepsie et/ou par des problèmes musculo-squelettiques secondaires.

❖ De multiples causes pour les mêmes symptômes

L'origine de ces lésions est le plus souvent liée à une diminution voire un arrêt de l'apport de sang ou d'oxygène dans certaines parties du cerveau (anoxie-ischémie) ou une hémorragie cérébrale.

- **Avant la naissance**, un accident vasculaire cérébral, une malformation du système nerveux central, une infection ou intoxication maternelle (rubéole, toxoplasmose, cytomegalovirus, certains médicaments, drogues, etc.), une anomalie du placenta ou du cordon, etc., peuvent détruire des cellules du cerveau du fœtus. La prématurité est une cause importante, les petits poids de naissance et les grossesses multiples en sont des facteurs favorisants.
- **Autour de la naissance** au terme normal, peuvent être mis en cause un accouchement difficile (lequel peut être dû à une baisse de tonus de l'enfant à une souffrance fœtale), une jaunisse, un trouble circulatoire du fœtus lié à une mauvaise position du cordon ombilical...
- **Après la naissance**, une infection (méningite, encéphalite...), un traumatisme physique (accident, sévices corporels...), le traitement d'une tumeur, des convulsions sévères, un arrêt cardiaque, une mort subite du nourrisson après réanimation... toutes circonstances qui entraînent la baisse ou l'arrêt de l'irrigation du cerveau peuvent expliquer une Paralyse Cérébrale.

Sources :

Définition : La Fondation Motrice (<http://www.lafondationmotrice.org>) - association Envoludia (<http://www.envoludia.org/>)

Causes : La Fondation Motrice (<http://www.lafondationmotrice.org>)

❖ Introduction générale

Je rappelle que La Fondation Motrice sur la recherche de la Paralyse Cérébrale a été créée en 2005 par trois associations déjà présentes dans le domaine du handicap (ENVOLUDIA - SESEP - CDI). Elle est reconnue d'utilité publique depuis 2006. Cette Fondation est la seule structure en France à être spécifiquement dédiée à la Paralyse Cérébrale et à toutes ses conséquences en termes de handicap.

La Paralyse Cérébrale est une cause de santé publique. En France, cette pathologie concerne une naissance sur 450, soit un bébé toutes les 5 heures, 1800 nouveau-nés chaque année. 125 000 enfants et adultes vivent avec une Paralyse Cérébrale en France et 650 000 en Europe. Cette pathologie est la première cause de handicap moteur chez l'enfant.

La Paralyse Cérébrale est méconnue du grand public, des journalistes et de potentiels grands donateurs. Il s'avère que La Fondation Motrice se heurte à un déficit d'image et de notoriété et qu'elle est connue seulement par la communauté scientifique concernée par la Paralyse Cérébrale.

Le mémoire que j'ai rédigé a pour vocation de répondre à la question suivante :

↳ **Quels sont les pré-requis pour créer un Comité d'Ambassadeurs ?**

Pour répondre à cette question, il était nécessaire de procéder en trois phases.

❶ **Fondation, grands donateurs, stratégie « grands donateurs »**

Cette première partie présente ce qu'est une fondation, le portrait des grands donateurs et la stratégie « grands donateurs » appuyée sur deux exemples de comités d'ambassadeurs concrets au sein de l'Institut Imagine et de la Fondation pour la Recherche Médicale.

❷ **La Fondation Motrice**

Cette deuxième partie est consacrée à la présentation de La Fondation Motrice avec une analyse de l'existant, la mise en perspective de la matrice SWOT des forces-faiblesses et des opportunités-menaces.

| |
|---|
| Ces deux premières parties interagissent entre elles : elles permettent d'appréhender globalement les pré-requis nécessaires pour la création d'un comité d'ambassadeurs et de parvenir à la mise en place de préconisations. |
|---|

❸ **Des préconisations**

Cette troisième partie présente des recommandations et des propositions sur la base des pré-requis pour guider la Fondation vers la création d'un comité d'ambassadeurs.

Ce rapport que j'ai établi peut être considéré comme un guide pratique et méthodologique pour La Fondation Motrice.

Partie 1

FONDATION GRANDS DONATEURS STRATEGIE « GRANDS DONATEURS »

Introduction de la partie 1



Cette première partie répond aux questions suivantes :

- qu'est-ce-qu'une fondation ?
- qu'est-ce-que le statut d'une Fondation Reconnue d'Utilité Publique ?
- quel est le fonctionnement d'une fondation ?
- quel est le système fiscal français lié aux dons ?
- quelles sont les différences majeures entre une fondation et une association ?
- que recouvre la notion d'intérêt général ?
- qu'est-ce-qu'une stratégie « grands donateurs » ?
- qu'est-ce-qu'un comité d'ambassadeurs ?

Par ailleurs, cette partie fait référence à deux retours d'expérience sur la création d'un comité d'ambassadeurs à l'Institut Imagine et à la Fondation pour la Recherche Médicale.



Partie 1

FONDATION

GRANDS DONATEURS

STRATEGIE « GRANDS DONATEURS »

1.1- Fondation

1.1.1- Emergence des fondations

Dans le paysage appelé communément « non-profit » ou « secteur non marchand » ou « espace privé à but non lucratif » cohabitent les **fondations**⁴ et les **associations** plus connues du grand public.

Le terme « Fondation » est apparu récemment⁵ en 1987 dans la loi française. Initialement, le droit appliqué aux fondations reposait uniquement sur la jurisprudence du Conseil d'État et des tribunaux civils, alors que les fondations et les associations reconnues d'utilité publique étaient confondues du point de vue fiscal.

Les fondations se sont développées au fil de ces années. Au cours des années 1990, plusieurs textes sont venus préciser le régime et les prérogatives de ces institutions prestigieuses.

L'année 2003 a été marquée par une étape importante : le Conseil d'État a révisé les statuts-types des fondations reconnues d'utilité publique, tandis que le législateur a renforcé significativement les incitations fiscales en faveur du mécénat.

Par la suite, l'année 2008 a constitué une année de rupture avec l'arrivée du fonds de dotation⁶, outil innovant de financement du mécénat, créé par l'article 140 de la loi n° 2008-776 du 4 août 2008 de modernisation de l'économie, qui combine les atouts de l'association loi de 1901 et de la fondation, sans leurs inconvénients.

⁴ L'observatoire de la Fondation de France : « Qui crée les fondations ? »
<http://www.fondationdefrance.org/article/etudes-de-lobservatoire> :

- les fondations d'entreprises dont les fondateurs sont exclusivement des sociétés privées,
- les Fondations Reconnues d'Utilité Publique (FRUP) rassemblent toutes les catégories de fondateurs (privé, puissance publique, secteur associatif),
- les fondations abritées sont l'outil philanthropique des particuliers (72% des cas) et dans une moindre mesure des entreprises (18%),
- les fondations spécialisées de l'enseignement supérieur et de la recherche comptent dans 28% des cas la puissance publique parmi les fondateurs, et 20% mobilisent également les entreprises

⁵ L'observatoire de la Fondation de France - <http://www.fondationdefrance.org/article/etudes-de-lobservatoire>
étude « Fonds et fondations de France 2001-2014

⁶ CFF : Centre Français des Fonds et des Fondations : <http://www.centre-francais-fondations.org>

Le fonds de dotation n'a pas l'appellation de *fondation*. Le fonds de dotation est créé :

- avec pour vocation essentielle de capitaliser des ressources dont les revenus seront utilisés,
- dans le but de mener et financer des activités d'intérêt général, et/ou de redistribuer des fonds au profit d'un organisme sans but lucratif accomplissant des œuvres et missions d'intérêt général,
- par une ou plusieurs personnes physiques ou morales, de droit privé (entreprise, particulier, association, fondation etc.) ou de droit public (État, établissement public, etc.),
- pour une durée déterminée ou indéterminée.

Il existe à ce jour, 2 229 fondations représentant 21,9 milliards d'euros d'actifs cumulés. Selon la quatrième enquête nationale réalisée par l'Observatoire de la Fondation de France, le portrait du secteur des fonds et des fondations est florissant.

Le secteur philanthropique est aujourd'hui un acteur incontournable de l'intérêt général⁷ : 7,4 milliards d'euros sont dépensés chaque année pour financer des projets et des actions utiles et solidaires⁸.

1.1.2- Définition d'une fondation

- Définition juridique

La référence de la définition d'une fondation est citée pour la première fois dans la loi n°87-571 relative au mécénat du 23 juillet 1987 :

« La fondation est l'acte par lequel une ou plusieurs personnes physiques ou morales décident l'affectation irrévocable de biens, droits ou ressources à la réalisation d'une œuvre d'intérêt général et à but non lucratif⁹ ».

- Qu'est-ce-que le statut FRUP ?

La Fondation Motrice est une FRUP (Fondation Reconnue d'Utilité Publique). C'est pourquoi nous abordons dans ce passage ce statut.

Comme pour les associations, le statut RUP (Reconnu d'Utilité Publique) est accordé après avis du Conseil d'Etat et promulgué par décret du Premier ministre et du ministre de l'Intérieur.

Cette reconnaissance d'utilité publique provenant de l'Etat est d'abord un label qui permet de donner confiance aux partenaires et aux donateurs. Les pouvoirs publics ont de ce fait un rôle de partenaire privilégié.

Cette légitimité est un gage de sérieux et de crédibilité dont la fondation peut se prévaloir vis-à-vis de ses interlocuteurs et publics.

Le principal intérêt du statut RUP est la possibilité de recevoir des dons, autres que manuels, et des legs. Le statut RUP permet la réception de dons devant notaire (donation du vivant d'une personne) et de legs (après décès par voie testamentaire).

En France, il existe huit statuts juridiques¹⁰ concernant les fonds et fondations.

⁷ La notion d'intérêt général est détaillée dans la partie 1 - point 1.1.5

⁸ L'observatoire de la Fondation de France - <http://www.fondationdefrance.org/article/etudes-de-lobservatoire>

⁹ CFF - <http://www.centre-francais-fondations.org/>

¹⁰ CFF <http://www.centre-francais-fondations.org/>

Les sept autres statuts ne sont pas détaillés dans notre sujet : Fondation Abritée, Fondation d'Entreprise, Fondation de Coopération Scientifique, Fondation Partenariale, Fondation Universitaire, Fondation Hospitalière, Fonds de dotation.

- [Fonctionnement d'une fondation](#)

Une fondation peut fonctionner selon deux modes opératoires distincts, néanmoins certaines structures peuvent mixer les deux modes :

- [les fondations distributives](#) qui se consacrent au financement de projets qui leur sont extérieurs par la distribution de subventions à des associations, des institutions ou groupes et de bourses ou de prix à des personnes physiques (chercheurs, étudiants, etc.),
- [les fondations opératrices](#) qui mettent en œuvre elles-mêmes, en direct, des activités par le biais des équipes salariées (gestion de musée, maisons de retraite, hôpitaux, etc.).

→ La Fondation Motrice est une fondation distributive.

1.1.3- [Un système fiscal français avantageux](#)

En France, la fiscalité liée aux dons (individus et entreprises) est très avantageuse si l'organisme bénéficiaire est d'intérêt général.

Dans le cadre d'une approche de donateurs potentiels, il est nécessaire de savoir répondre aux questions de ces derniers sur le système fiscal.

- [Réduction d'impôt pour les particuliers](#)

- ♦ [L'Impôt sur le Revenu \(IR\)](#)

Pour le particulier, la réduction d'impôts est égale à 66% du montant du don, dans la limite de 20% du revenu imposable.

Lorsque que le don dépasse cette limite, l'excédent est reportable sur les 5 années suivantes (cf. article 200 du Code général des Impôts).

- ♦ [L'Impôt de Solidarité sur la Fortune \(ISF\)](#)

Pour les personnes assujetties à l'impôt de solidarité, cette réduction est égale à 75% du don dans la limite de 50 000 € (cf. article 885-0 V bis A du CGI).

- [Réduction d'impôt pour les sociétés \(IS\)](#)

Les dons des entreprises sont déductibles de l'impôt des sociétés à hauteur de 60%, dans la limite de 0,5% du chiffre d'affaires annuel. Si l'entreprise offre un don en nature (par exemple : ordinateurs, compétences, prêt de matériel, etc.), le don bénéficie des mêmes avantages et doit toujours être évalué au prix de revient (cf. article 238 bis du CGI).

Le mécénat d'entreprise est un soutien en termes financiers, matériel ou de compétences apporté par une entreprise à une association, une fondation d'intérêt général ou pour des projets les concernant.

→ Il est nécessaire de bien connaître la fiscalité du don sur les réductions d'impôts pour construire l'argumentaire du projet qui sera présenté aux grands donateurs (argumentaire développé dans la partie 3 - point 3.1.5).

1.1.4- Quelles sont les différences majeures entre une fondation et une association ?

Une fondation et une association sont deux outils dédiés à l'intérêt général, mais ils ont des caractéristiques différentes.

Une **fondation** est destinée à recueillir et gérer des biens (financiers, immobiliers, etc.) consacrés de façon irrévocable de la part des fondateurs de la fondation au développement d'actions d'**intérêt général** tandis qu'une **association** représente un outil qui permet le regroupement d'au minimum deux personnes autour d'un projet commun. Une fondation reconnue d'utilité publique peut être créée par une seule personne.

La fondation n'a pas de membres cotisants et n'organise pas d'assemblée générale comme une association. Son organisation relève d'un Conseil d'Administration et d'un bureau ou d'un directoire avec un Conseil de surveillance.

→ Une fondation peut constituer un **Conseil Scientifique**, ce qui est le cas de La Fondation Motrice.

L'article 1^{er} de la loi du 1^{er} juillet 1901 définit l'association comme : « la convention par laquelle deux ou plusieurs personnes mettent en commun, d'une façon permanente, leurs connaissances ou leur activité dans un but autre que de partager des bénéfices, etc. ».

L'association donne un cadre institutionnel à l'action collective afin de fédérer des personnes autour d'une **cause**.

L'association disparaît avec la dispersion de ses membres, alors que la fondation peut survivre à son ou ses fondateurs.

Une fondation et une association sont nécessairement sans but lucratif :

- l'association peut défendre les intérêts d'un groupe restreint (une famille, un corps professionnel, etc.),
- la fondation est forcément dédiée à l'intérêt général.

1.1.5- Que recouvre la notion d'intérêt général ?

D'après le CFF (Centre Français des Fonds et des Fondations) : « l'intérêt général se situe au cœur des concepts de fondation et de fonds de dotation ».

⇒ Comment l'expression « intérêt général » est-elle définie en France ?

La notion d'intérêt général est difficile à appréhender. Elle est considérée comme évolutive et représente le miroir des enjeux économiques sociaux/sociétaux contemporains.

Son périmètre s'adapte en fonction des grandes problématiques et des représentations dominantes de la société.

Cette notion est de ce fait sujette à interprétation du juge administratif et de l'administration fiscale. Néanmoins, au fil des années, des grands principes fondamentaux demeurent pérennes.

L'administration fiscale propose une définition restrictive et reconnaît comme ayant un caractère d'intérêt général les organismes remplissant concomitamment les conditions suivantes :

- mener des actions présentant au moins l'un des caractères visés aux articles 200 et 238 bis du Code général des impôts dans lequel sont mentionnées : les activités ayant un caractère philanthropique, éducatif, scientifique, social, humanitaire, sportif, familial, culturel ou concourant à la mise en œuvre du patrimoine artistique, à la défense de l'environnement naturel ou à la diffusion de la culture, de la langue et des connaissances scientifiques ou au bénéfice d'organismes énumérés par ces articles,
- être gérés de manière désintéressée,
- exercer des activités non lucratives de manière prépondérante,
- ne pas fonctionner au profit d'un cercle restreint de personnes.

1.2- **Portrait des grands donateurs**

1.2.1- **Qui sont les « grands donateurs » ?**

Un **grand donateur** est surnommé par la profession des fundraisers (collecteurs de fonds) « grand do¹¹ ». « Il n'est pas ce richissime mécène qui dotera [la] cause de dizaines ou de centaines de milliers d'euros. Parce que le statut de « grand » ne se mesure pas tant selon un montant absolu, qu'à l'**impact du don** sur [la] structure ».

Le grand donateur est considéré comme un **donateur stratégique**. Ce terme intègre plusieurs natures de donateurs : **entreprise, fondation, individu** et ne se résume pas à la simple vision du patrimoine personnel.

Le niveau de dons d'un grand donateur est différent d'une structure à une autre, l'important étant l'impact qu'il donne à la structure.

C'est à l'organisation en interne de déterminer le montant du don de son grand donateur.

¹¹ Les clés du fundraising - AFF (Association Française des Fundraisers)

1.2.2- Les spécificités du grand donateur

Le donateur stratégique représente 20% de personnes apportant 80% des ressources (selon le principe de Pareto).

Cette représentation regroupe des individus, des fondations, des entreprises qui ont déjà des liens avec une structure ou qui peuvent être intéressés par la cause de la dite structure ou de l'intérêt général de celle-ci.

♦ La philanthropie traditionnelle

La philanthropie traditionnelle est issue de familles déjà impliquées de longue date dans des œuvres.

Le philanthrope cherche l'utilité sociale à son argent. Il s'agit souvent de personnes retraitées qui peuvent s'interroger sur leurs donations ou legs.

En France, le philanthrope est discret dans sa démarche a contrario des habitudes culturelles en outre-Atlantique.

Cette discrétion telle qu'elle existe en France n'est pas favorable à l'expansion de la collecte de fonds.

▪ Le philanthrope

Le philanthrope est une personne physique qui investit à titre personnel des sommes importantes dans les projets d'intérêt général. Cette personne cherche avant tout que ses fonds soient utilisés d'une façon efficace.

Selon Virginie Seghers¹²: « Les donateurs particuliers sont touchés par une cause qui fait écho chez eux.

Pour approcher les philanthropes, il faut donc être patient et pénétrer leurs cercles professionnels, amicaux, culturels pour gagner leur intérêt et leur confiance. Cela demande diplomatie, sincérité, discrétion, indispensables qualités pour aborder la philanthropie, qui touche souvent à des sujets très personnels pour ne pas dire intimes ».

En outre Atlantique, on parle aussi de Venture Philanthropy, c'est-à-dire l'application des méthodes de l'entrepreneuriat classique à une cause d'intérêt général : prise de risque au capital, traçabilité des fonds, évaluations de l'impact des opérations menées.

▪ Les motivations du philanthrope

« Le don est un acte volontaire¹³, indépendant. Et contrairement à une opinion répandue, la première motivation n'est pas l'avantage fiscal, certes important en France, dont ils bénéficient. L'empathie pour la cause, la volonté de « rendre à la société ce qu'elle vous a donné » (le fameux give back anglo-saxon), le désir de se rendre utile et d'apporter son expérience à des œuvres d'intérêt général, le souhait d'impliquer sa famille et ses enfants dans une aventure partagée autour de valeurs communes ».

¹²Jurisassociations - Hors Série - Se lancer dans la collecte de fonds - 2015

Virginie Seghers, experte en entrepreneuriat social, auteur de « La nouvelle philanthropie » 2009

¹³Jurisassociations - Hors Série - Se lancer dans la collecte de fonds - 2015

♦ Les nouveaux philanthropes

Ces personnes deviennent **philanthropes** grâce à leur réussite professionnelle :

- Bill Gates est souvent cité en exemple, ex-patron de Microsoft, il gère aujourd'hui sa fondation « Bill & Melinda Gates »,
- Mark Zuckerberg, PDG du réseau social Facebook et son épouse, dans une lettre adressée à leur fille (née le 1er décembre 2015), ont annoncé leur décision de céder 99% de leurs actions Facebook à la fondation « Chan Zuckerberg Initiative » portant le nom de leur fille.

Ces personnes privilégient le don de leur vivant, ce qui leur permet de pouvoir mesurer l'impact sociétal de leur générosité.

♦ Les entreprises

Le mécénat d'entreprise fait aujourd'hui partie intégrante de la stratégie de RSE (Responsabilité Sociétale des Entreprises). Il a longtemps été considéré « comme la danseuse du Président ».

Le mécénat d'entreprise est devenu un partenariat gagnant-gagnant entre l'entreprise et une organisation à but non lucratif.

Une entreprise investit en faveur de l'intérêt général à travers des dons ou la création de fondations.

1.2.3- Une relation sur-mesure « one to one »

Le niveau de personnalisation est à la mesure du don. Il est primordial de garder à l'esprit que plus le niveau de don est important, plus le haut de la **pyramide de dons** est concerné par la relation sur-mesure, plus il sera nécessaire de créer des **liens personnalisés en face à face et de pair à pair** dans la phase du recrutement du grand donateur et dans la phase de fidélisation.

L'implication de la gouvernance dans l'organisation est indispensable à ce niveau. Il est nécessaire d'apprendre à bien connaître ces grands donateurs, les comprendre et les convaincre.

La **relation** se construit dans la durée. A ce titre, il est important de prendre en considération que selon la profession représentée par l'AFF (Association Française de Fundraisers), le déclenchement d'un grand don peut se concrétiser en moyenne au bout de **18 mois**, voire sur plusieurs années.

➔ Ce travail de longue haleine nécessite au minimum une personne dédiée en interne dans une structure. En général, c'est le fundraiser qui est chargé de cette fonction (aussi appelé Responsable de développement des ressources).

➔ Le Président, le Directeur général, les membres du Conseil d'Administration doivent être convaincus et s'impliquer personnellement dans cette démarche en commençant par ouvrir le carnet d'adresses de leur réseau.

1.2.4- Une cible sur-sollicitée

Initialement, la démarche de sollicitation des grands donateurs pour financer de grands projets provenait du secteur de l'enseignement supérieur des universités anglo-saxonnes.

Le désengagement de l'Etat s'est traduit par des baisses des subventions. Avec les besoins croissants des associations et des fondations, la cible des grands donateurs s'est généralisée à tous les secteurs.

L'AFF organise chaque année des séminaires sur les quatre principaux secteurs : enseignement supérieur et recherche, culture, solidarité et confessionnel.

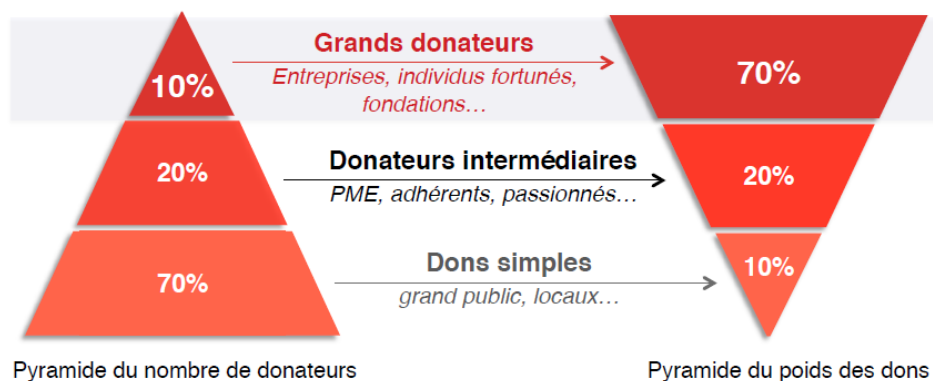
La concurrence est de plus en plus forte dans tous les domaines qui touchent l'intérêt général (protection de l'enfance, santé, [recherche médicale](#) et scientifique, actions d'urgence, défense des droits de l'homme, environnement, culture, patrimoine, aide au développement des pays en difficulté, mouvements éducatifs, mouvements religieux, etc.).

1.3- Stratégie « grands donateurs »

1.3.1- Les grands principes des pyramides de la collecte de fonds

- D'après la [pyramide du nombre des donateurs et du poids des dons](#)¹⁴, 10% des donateurs sont dénommés « grands donateurs » et financent 70% des dons.

Ces grands donateurs représentent les entreprises, les philanthropes et les fondations. Il existe une forte perméabilité entre « entreprises » et « grands donateurs » c'est-à-dire qu'un même contact peut en effet effectuer un don à titre personnel et au titre de son entreprise, par exemple.



Pour une association ou une fondation, il est nécessaire de raisonner à partir de la capacité financière du donateur à faire un don important pour adapter ces deux pyramides à son organisation.

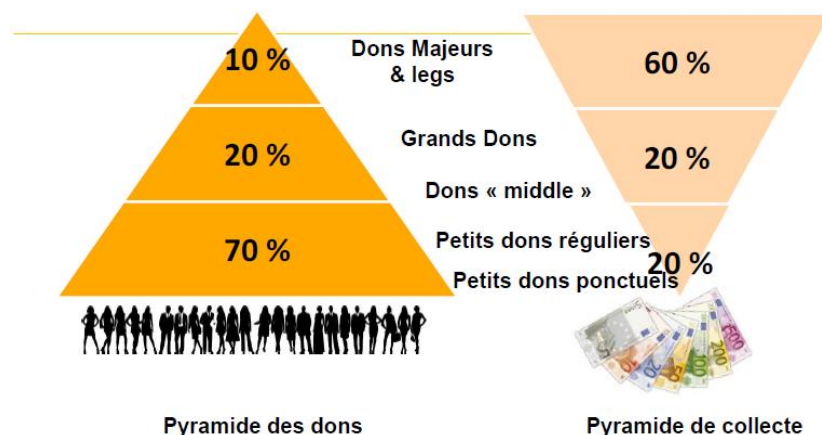
Il n'y a pas de montant « de principe » mais celui-ci doit être suffisamment important pour l'organisation pour justifier une démarche individualisée importante en termes d'investissement en moyens humains.

Céline Mathieu, associée de l'agence Co-Influence précise également : « Une pyramide de dons est un croisement entre un objectif global de campagne de levée de fonds, la qualité du réseau par typologie de donateurs et les contreparties au niveau de leurs dons ».

Par ailleurs, il est nécessaire de développer et de capitaliser sur la logique de [réseau](#) pour toucher les cibles.

¹⁴ AFF - 10^{ème} conférence du fundraising - mars 2015 - Enseignement Supérieur et Recherche - schéma des pyramides

- Selon la [pyramide des dons et de la collecte de fonds](#)¹⁵, 10% des « dons majeurs et legs » représentent 60% de la collecte.



- [La base de données « clients »](#)

La base de données « clients » est le pilier de l'action marketing en activation et fidélisation clients. Elle doit permettre de cibler les offres et de les personnaliser.

A l'association du Secours Catholique Caritas France, [Jean-Marie Destrée, Délégué général adjoint de la Fondation Caritas France](#) indique : « L'approche " grands donateurs " s'effectue grâce à l'identification de donateurs déjà présents dans la base de données « clients ». Après avoir été identifié pour sa forte capacité à donner, le donateur déjà présent dans la base de données est ensuite contacté pour un rendez-vous en face à face ».

Par ailleurs, parmi les « petits dons », il peut sommeiller un grand donateur¹⁶. C'est la logique de l'upgrade (augmentation du montant du don).



¹⁵ AFF- Stratégie grands donateurs - novembre 2015 - schéma des pyramides

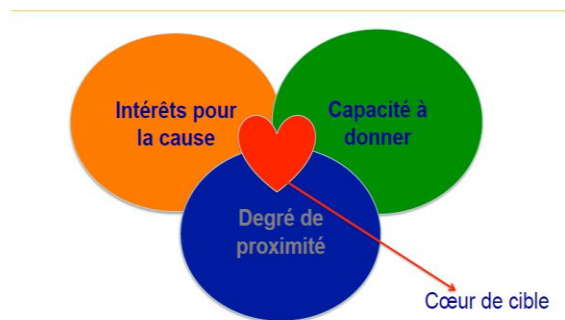
¹⁶ AFF - 6^{ème} conférence de fundraising pour la culture - novembre 2015

1.3.2- Les trois piliers

Pour atteindre le grand donateur, la **démarche personnalisée** doit impérativement intégrer l'identification et la qualification du profil du prospect¹⁷ (**individu, entreprise, fondation**).

Une stratégie « grands donateurs » se base sur trois piliers¹⁸ : l'intérêt pour la cause, la capacité à donner et le degré de proximité.

Le centre de ces trois piliers représente le **cœur de cible** de la stratégie « grands donateurs ».



Le schéma des trois piliers se traduit par trois interrogations auxquelles La Fondation Motrice devra répondre :

- le lien de proximité entre le donateur potentiel et le projet de la Fondation Motrice,
- le degré d'intérêt du prospect pour la cause défendue : la Paralyse Cérébrale,
- la capacité financière à donner du grand donateur.

Pour atteindre ce cœur de cible, il est nécessaire de créer un outil : le **comité d'ambassadeurs** appelé aussi comité de campagne, comité de soutien ou comité de développement selon l'organisation.

Par ailleurs, la stratégie « grands donateurs » implique une relation très personnalisée dans une logique de « one to one », face à face, auprès des cibles.

→ Le comité d'ambassadeurs s'inscrit dans une stratégie de « grands donateurs ».

¹⁷ personne ou entreprise ou fondation identifiée comme pouvant être philanthrope ou mécène et que la structure a décidé d'approcher

¹⁸ AFF - Agence Excel - 12^{ème} séminaire francophone de la collecte de fonds - juin 2013 - schéma

1.3.3- Définition d'un comité d'ambassadeurs

Un comité d'ambassadeurs est un groupe d'hommes et de femmes leaders dans leurs domaines, si possible proche de l'institution, acquis à la cause de la campagne et prêt à s'engager financièrement et donner du temps dans le rôle d'ambassadeur.

Son rôle est triple :

- obtenir les dons majeurs,
- utiliser leurs carnets d'adresses et leur influence pour solliciter d'autres dons majeurs,
- faire de ce groupe une équipe soudée autour de la cause, un groupe très spécifique avec une relation très privilégiée à l'institution.

Il est important de souligner que chaque membre d'un comité a le statut de bénévole.

« Est bénévole toute personne qui s'engage librement pour mener une action non salariée en direction d'autrui, en dehors de son temps professionnel et familial ».

Le bénévolat est donc un don de soi librement consenti et gratuit.

Anne-Christine Robine, Directrice de Faircom International précise qu'un « un cercle de soutien est un outil au service d'une campagne de collecte de fonds. Il est nécessaire de s'appuyer sur les membres du Conseil d'Administration et chercher des personnes proches de la cause à l'extérieur qui aient des réseaux complémentaires. Le Comité de soutien doit s'approprier le projet.

Ensuite ce comité entamera la démarche "de la canne et du chapeau" vers ses cibles. Chaque membre rencontrera les personnes les plus proches d'elles et les plus à même de soutenir les projets de l'organisation.

Le cercle de soutien est un outil majeur de la stratégie "grand do" qui doit impérativement être mise en place préalablement à toute action ».

Pour appréhender ce que représente un comité d'ambassadeurs et comprendre son fonctionnement, j'ai rencontré deux structures qui soutiennent la recherche médicale :

- l'Institut Imagine,
- la Fondation pour la Recherche Médicale.

Il m'a paru intéressant de recueillir les retours d'expériences de deux professionnels dans ces organisations.

- [Le retour d'expérience au sein de l'Institut Imagine](#)

- ♦ [Présentation de l'Institut Imagine](#)

L'Institut Imagine, lancé en juin 2014, est un lieu unique de recherche et de soins. Son objectif est de mieux comprendre les maladies génétiques pour mieux les soigner.

Pour atteindre cet objectif, l'Institut des Maladies Génétiques *Imagine* a conçu quatre missions complémentaires et interdépendantes que sont la recherche, les soins innovants, l'enseignement et la valorisation des recherches.

Les fonds collectés par le biais des philanthropes sont consacrés essentiellement à des projets transversaux de l'Institut pour l'ensemble des laboratoires ou à des projets spécifiques de l'Institut.

♦ Grands donateurs individuels

Dans un premier temps, l'Institut a prospecté des grands donateurs, puis dans un deuxième temps il les a fidélisés avec la mise en place de contreparties adaptées.

▪ **L'approche des grands donateurs avec un Comité de campagne**

Pour se mettre en relation avec les grands donateurs, il est indispensable d'approcher les cercles les plus proches de l'organisation.

L'Institut Imagine a ainsi identifié, par le biais de son Conseil d'Administration d'une part, des personnes qui ont un **réseau** et d'autre part, des personnes qui ont une **forte capacité financière à donner**.

Ensuite l'Institut Imagine a rencontré ces personnes puis, il a demandé à certaines d'entre-elles d'intégrer un **comité de campagne**.

→ L'objectif de ce comité de campagne est que les membres ouvrent leur propre carnet d'adresses pour atteindre des prospects à haut potentiel financier.

▪ **Création d'un Comité de campagne à l'Institut Imagine**

Le comité de campagne (ou comité d'ambassadeurs) est nécessaire pour approcher les philanthropes et toucher des personnes qui ont des hautes responsabilités dans les entreprises car les carnets d'adresses permettent d'ouvrir des portes.

La qualité de ce comité dépend de l'énergie des personnes impliquées.

Il est ensuite indispensable d'étudier le carnet d'adresses des membres du comité de campagne pour initier la campagne auprès de grands donateurs potentiels.

Au sein de l'Institut Imagine, le comité de campagne est constitué du Président, du Directeur, de quelques personnes importantes et d'ambassadeurs.

A ce jour, l'Institut Imagine a mis en place les contreparties suivantes :

- des remerciements personnalisés à chaque philanthrope,
- des points d'étapes sur les projets soutenus par le philanthrope,
- des invitations adressées aux philanthropes à des événements,

- l'inscription du nom du philanthrope sur « un mur de grands donateurs » dans le hall d'accueil de l'Institut.

Ce comité ne s'occupe pas de stratégie de collecte de fonds, mais l'Institut y présente ses dernières recherches et fait rencontrer des professeurs aux grands donateurs.

- ♦ La cible « entreprises »

Romain Gomez, Chargé de mécénat de l'Institut Imagine note la complexité de la cible « entreprises » pour l'Institut Imagine parce qu'il existe un service de valorisation en charge de négocier la commercialisation de leurs découvertes auprès d'entreprises.

C'est pourquoi l'Institut ne contacte pas les entreprises pour le mécénat et ce, afin d'éviter de brouiller les messages auprès des entreprises.

Néanmoins des entreprises ont proposé du mécénat pour l'agencement du bâtiment de l'Institut de 19 000 m² inauguré en 2014. Ces entreprises mécènes ont proposé des dons en nature tels que la peinture (Groupe Tollens), l'éclairage (société Zumtobel) et de l'événementiel (agence Havas).

- Le retour d'expérience au sein de la Fondation pour la Recherche Médicale

- ♦ Présentation de la FRM (Fondation pour la Recherche Médicale)

La Fondation pour la Recherche Médicale est le seul organisme à but non lucratif à intervenir dans tous les domaines de la recherche médicale.

La FRM soutient la recherche médicale dans les domaines : maladie d'Alzheimer, cancers, maladies cardiovasculaires, maladies infectieuses, leucémie, diabète, sclérose en plaques, maladie de Parkinson, maladies orphelines..., avec la volonté de combattre toutes les maladies, toutes les souffrances.

Chaque année, elle finance, en moyenne, les projets de plus de 750 chercheurs et équipes de recherche. Reconnue d'utilité publique depuis 1965, la Fondation est agréée par le Comité de la Charte du don en confiance.

Les dons reçus à la FRM peuvent être orientés vers la pathologie que le donateur souhaite s'il en fait la demande.

Pour les très grands donateurs, la FRM revient vers ceux qui ont choisi d'orienter leurs dons. Puis, la FRM peut leur proposer, s'ils le souhaitent, de soutenir une ou deux équipes de recherche dans la thématique qui les intéresse.

- ♦ Une vision globale

Stéphanie Clément-Grandcourt, Responsable Philanthropie et Fiducie, a une vision globale de la FRM. Tous les services sont en interaction sur le sujet de la philanthropie : les services communication, développement, les scientifiques, le service des appels d'offres, le service administratif, les libéralités, etc.

♦ Approche des grands donateurs avec un Comité d'Ambassadeurs

Selon Stéphanie Clément-Grandcourt : « Pour approcher les philanthropes, il est indispensable que la structure soit en ordre de marche avec une gouvernance qui soit bien impliquée et motivée dans la démarche philanthropique. En parallèle, le Comité d'Ambassadeurs va travailler dans l'optique de rendre accessible un certain nombre de personnes de leur carnet d'adresses pour permettre à la Fondation d'élargir le cercle des grands donateurs ».

L'organisation doit être claire et structurée avec des objectifs définis. La structure interne doit soutenir, avoir conscience du laps de temps qui s'écoule entre le premier rendez-vous et le déclenchement du don.

Néanmoins, la Fondation a créé un Comité d'Ambassadeurs (une dizaine de membres) sur la base d'un fichier constitué de philanthropes, présidé par Jacques Bouriez, Président du Conseil de Surveillance de la FRM. Les membres du Comité d'Ambassadeurs sont issus de tous les univers de l'économie (luxe, finance, etc.).

Ce Comité d'Ambassadeurs a vocation à ouvrir les portes grâce au carnet d'adresses de chaque membre. Le but de ce comité est de construire un réseau de grands donateurs potentiels, c'est-à-dire un réseau de prospects. Ensuite, c'est à la charge du service philanthropie de transformer ce réseau en un réseau de grands donateurs.

Stéphanie Clément-Grandcourt précise : « Il est important de mettre les membres du comité des ambassadeurs dans une démarche de sollicitation, et de construire avec eux cette démarche vers les prospects ».

Il est nécessaire de construire un discours sur la base des atouts de la structure.

Pour fidéliser et cultiver le grand donateur, la FRM propose des rencontres avec des chercheurs, envoie une lettre d'information sur l'ISF et entretient des relations personnalisées régulièrement par téléphone.

♦ Approche des entreprises par le mécénat

Au sein de la FRM, il existe une démarche très organisée vers les entreprises mécènes et des partenariats mais ces entreprises ne sont pas regroupées dans un cercle. Cette démarche sera renforcée dans les prochaines années.

Ces deux interviews mettent en exergue les deux points suivants :

- une **implication de la gouvernance** qui est indispensable pour initier le réseau grâce notamment au carnet d'adresses des membres du Conseil d'Administration,
- la **mise en place d'un comité d'ambassadeurs** (appelé aussi comité de campagne, comité de développement ou comité de soutien) pour créer un **réseau**. Le rôle de ce comité est d'**ouvrir des portes** grâce aux différents carnets d'adresses des membres vers des prospects à haut potentiel financier.

Conclusion de la partie 1

FONDATION GRANDS DONATEURS STRATEGIE « GRANDS DONATEURS »



Cette première partie présente :

- les aspects généraux d'une fondation, le système fiscal français lié aux dons et la notion d'intérêt général,
- la définition du grand donateur stratégique (philanthropes, entreprises, fondations) et ses spécificités,
- la stratégie « grands donateurs ».

Les deux retours d'expérience à l'Institut Imagine et à la Fondation pour la Recherche Médicale ont mis en exergue la nécessité de bien définir un [comité d'ambassadeurs](#) (ou [comité de soutien](#), [comité de développement](#)) qui facilitera l'ouverture de portes vers des prospects à haut potentiel financier.



Partie 2

LA FONDATION MOTRICE

Introduction de la partie 2



Cette deuxième partie met au cœur La Fondation Motrice.

La Fondation Motrice souhaite créer un comité d'ambassadeurs comme précisé dans le préambule, les questions que j'ai posées initialement ont montré que le projet à présenter aux potentiels grands donateurs n'avait pas été défini lorsque je suis intervenue pour la Fondation.

D'où la question que l'on peut se poser :

La Fondation Motrice est-elle prête aujourd'hui à créer un comité d'ambassadeurs ?

Dans cette deuxième partie, l'analyse de la Fondation met en avant des pré-requis indispensables à la création d'un comité d'ambassadeurs.

La Paralyse Cérébrale est méconnue du grand public, des journalistes et des potentiels grands donateurs. Il s'avère que La Fondation Motrice a un déficit d'image et de notoriété et qu'elle est seulement connue par la communauté scientifique concernée par la Paralyse Cérébrale.

La Fondation fonctionne avec les personnes suivantes :

- deux salariés : une personne en charge de la communication et de la comptabilité ainsi qu'une assistante,
- des bénévoles : le Directeur général et quatre autres personnes qui travaillent sur des projets scientifiques.



Partie 2

LA FONDATION MOTRICE

2-1- Présentation

La Fondation Motrice a été créée en 2005 par trois associations présentes dans le milieu du handicap (ENVOLUDIA¹⁹ – SESEP²⁰ – CDI²¹). Elle est Reconnue d'Utilité Publique depuis 2006, en conséquence elle est habilitée à recevoir des dons notamment de l'ISF et des legs.

Cette Fondation est la seule structure en France à être spécifiquement dédiée à la Paralyse Cérébrale et à toutes ses conséquences liées au handicap.

En référence aux statuts, la **dotacion** de la Fondation se compose de 1 470 000 € dont 970 000 € versés par les trois associations fondatrices : ENVOLUDIA (800 000 €), SESEP (130 000 €), CDI (40 000 €) et (500 000 €) apportés par l'Etat. (Annexe 1)

En 2014, les ressources de la Fondation ont été de 677k€ regroupant notamment deux dîners de gala, des actions de marketing et des courses solidaires.

- **Evolution de l'implication des trois associations fondatrices**

Selon Pierre-Guy Audouy, Directeur général de La Fondation Motrice : « Ces trois associations n'avaient pas d'action « financière » avec la Fondation jusqu'à présent. Leur rôle était limité à leur présence au sein du Conseil d'Administration et à la prise de décisions stratégiques. Elles n'étaient pas partie prenante sur le financement d'opérations ou d'appels à projets au sein de la Fondation ».

A titre d'exemples :

- la SESEP a participé en 2014 au financement d'une partie d'un appel à projet. Une convention de partenariat a été signée pour une durée de deux ans.
- ENVOLUDIA a été plus proactive en 2015 au niveau de la collecte de fonds notamment avec la « Course des Héros²² » organisée par l'association. Cette course rapporte chaque année à la Fondation près de 90k€.
- un partenariat est en cours avec le CDI pour un cofinancement concernant la prise en charge d'un appel à projet pour une durée d'un an.

➔ Ces associations vont pouvoir faciliter la mise en contact avec des donateurs potentiels par le biais de leurs réseaux.

¹⁹ Idem note 1- Envoludia : association au service de la personne IMC (Infirmité Motrice Cérébrale) et polyhandicapée

<http://www.envoludia.org/>

²⁰ Idem note 2 - Société d'Études et de Soins pour les Enfants Paralysés et Malformés

²¹ Idem note 3- Cercle de Documentation et d'Information pour la rééducation des infirmes moteurs cérébraux

<http://cdi-infirmitemotricecerebrale.org/>

²² La Course des Héros est le plus grand événement de collecte multi-associations en France. Elle est unique et entièrement dédiée aux associations. Depuis 6 ans, elle permet aux associations de mobiliser et de rassembler autour de leur cause mais surtout de lever des fonds. Les inscrits courent pour une cause avec des personnes atteintes. Chaque coureur achète un dossard et doit collecter de l'argent pour l'association qu'il représente. <http://www.coursedesheros.com>

- La vision de la Fondation *

La Fondation Motrice souhaite devenir le « **Référent** » sur la recherche dans la Paralyse Cérébrale en France vis-à-vis des associations, des personnes atteintes et des familles, du personnel soignant, des chercheurs, des sociétés savantes et autorité de santé/instances publiques.

- ♦ En développant la reconnaissance de la Paralyse Cérébrale en tant que cause de santé publique.
- ♦ En travaillant pour diminuer l'incidence (nouveaux cas) de la Paralyse Cérébrale en France.
- ♦ En améliorant la prise en charge des personnes atteintes que ce soit dans la qualité des soins ou dans le développement de la qualité de vie.

- Les missions de la Fondation*

- ♦ Promouvoir et soutenir la recherche et l'innovation relatives à la Paralyse Cérébrale par la prévention des causes (préserver le cerveau du nouveau-né), la prise en charge des conséquences et l'amélioration de la qualité de vie des personnes atteintes.
- ♦ Œuvrer pour l'amélioration de la qualité des soins et de l'accompagnement par la diffusion des bonnes pratiques et le développement des connaissances.

- Les valeurs de la Fondation*

- ♦ Le respect des personnes atteintes de Paralyse Cérébrale avec la prise en compte de leurs attentes et de leurs opinions.
- ♦ La capacité à traduire les progrès de la recherche sur la Paralyse Cérébrale en bénéfices pratiques dans la vie de tous les jours pour les personnes atteintes.
- ♦ Développer de hauts standards de recherche au travers de la qualité des projets soutenus.
- ♦ Travailler et atteindre un niveau d'excellence dans le cadre d'une coopération internationale pour enrichir la connaissance, bénéficier et faire bénéficier des progrès réalisés par les équipes de tous les pays.

* Charte de déontologie communiquée à l'association du Label IDEAS. (Annexe 2)

- ♦ Travailler dans le cadre d'une éthique indiscutable et dans la transparence que ce soit pour le choix des partenaires, le financement des programmes de recherche, la traçabilité des ressources et des dépenses, la rigueur scientifique ainsi que sur l'engagement à communiquer les résultats des études pour lesquelles La Fondation s'est investie.

- Les appels à projets

Dans le cadre de son fonctionnement, la Fondation travaille chaque année sur la base d'appels à projets scientifiques (AAP) sur des thématiques en lien avec la Paralyse Cérébrale. Ils sont diffusés sur le site Internet de la Fondation.

Pierre-Guy Audouy précise : « Ces appels à projets font partie intégrante de la mission de La Fondation Motrice et lui donnent sa légitimité auprès de la communauté scientifique, des autorités et bien sûr des familles et des personnes atteintes ».

Par ailleurs, après réception de plus de 50 projets, le Conseil Scientifique réalise une sélection des meilleurs projets qui sont classés et proposés au Conseil d'Administration. Une dizaine de projets sont en général sélectionnés par an et sont dotés d'un budget entre 40k€ et 60k€. La somme globale qui est allouée est répartie sur la dizaine de lauréats et s'élève à 400k€.

La Fondation a récapitulé dans une bibliographie scientifique les appels à projets (2005-2015) qui recueille 60 articles parus dans des revues scientifiques internationales. Cette bibliographie est disponible sur le site Internet de la Fondation.

Depuis dix ans, la Fondation a financé 45 appels à projets.

Pierre-Guy Audouy, Directeur général indique : « L'apport de ces financements est à la fois la reconnaissance du statut de La Fondation Motrice auprès de toute la communauté scientifique impliquée dans la Paralyse Cérébrale, les autorités, les familles et les personnes atteintes mais aussi en termes de progrès pour une meilleure prise en charge de la Paralyse Cérébrale ».

- Le Label IDEAS

La Fondation Motrice a obtenu le [Label IDEAS](#)²³ en octobre 2015. Ce label qui est délivré par le Comité Label indépendant est un vecteur de confiance pour les philanthropes.

Sa vocation est d'acquiescer la confiance des donateurs et de favoriser le développement pérenne de l'organisation labélisée. Il est à préciser que ce label est valable pour une période de trois ans.

La Fondation a dû répondre à 120 indicateurs qui permettent d'avoir une vue qualitative sur la gouvernance, la gestion, la communication, les procédures, la transparence, etc.

| |
|---|
| L'obtention de ce label représente un réel atout pour la Fondation à condition que celle-ci mette en place une stratégie de communication dynamique autour de ce label. |
|---|

²³ IDEAS a pour objectif de faire converger les attentes des donateurs et les besoins de financement des associations et fondations. Association à but non lucratif et d'intérêt général.

2.2- Gouvernance

La Fondation Motrice s'appuie sur un Conseil d'Administration constitué de personnes expérimentées et d'un Conseil Scientifique de dimension européenne regroupant des spécialistes reconnus.

- Le Conseil d'Administration

Il se compose de douze membres. (Annexe 3)

- Le collège des fondateurs :
cinq membres représentant les fondateurs dont un Professeur et deux Docteurs.
- Le collège des membres de droit :
 - ♦ le ministre de l'intérieur, de la sécurité intérieure et des libertés locales ou son représentant,
 - ♦ le ministre délégué à la recherche ou son représentant,
 - ♦ le ministre chargé de la santé ou son représentant.

Parmi ces trois membres de droit (représentants des ministères) seul le représentant du ministère de l'intérieur a toujours été présent au Conseil d'Administration.
Les représentants des ministères de la recherche et de la santé ont toujours été absents.

- Le collège des personnalités qualifiées :
trois personnalités qualifiées sont choisies en raison de leurs compétences dans les domaines d'activité de la Fondation, cooptées par les autres membres du Conseil d'Administration.
- Le collège des « Amis de La Fondation Motrice » :
un représentant de l'association des Amis de La Fondation Motrice.

Selon Pierre-Guy Audouy : « En 2016, La Fondation Motrice prévoit de modifier ses statuts, ce qui lui permettra de récupérer les deux places dormantes des deux ministères absents du Conseil d'Administration ».

Par ailleurs, cette révision des statuts offrira la possibilité, d'une part, d'augmenter le nombre d'administrateurs scientifiques et, d'autre part, de recruter des administrateurs motivés pour faire de la levée de fonds.

Sur les douze membres actuels, seulement dix membres sont présents :

- quatre membres sont médecins,
- trois membres font de la gestion financière ou sont actifs pour des opérations (par exemple un dîner de gala),
- deux membres aident à la gouvernance,
- un membre est représentant du ministère de l'intérieur.

→ Des membres du Conseil d'Administration de la Fondation sont actifs sur un plan scientifique, pour la mise en relation comme, par exemple, auprès d'un notaire spécialisé en transmission de patrimoine « défiscalisant » ou encore en donnant d'autres contacts qui peuvent amener à des avis éclairés sur certaines questions.

Néanmoins, les membres du Conseil d'Administration ne s'impliquent pas pour faire de la levée de fonds hormis M. Daniel Chastenet qui organise le dîner annuel des marques de parfumerie.

Le Président et cinq des membres de ce Conseil d'Administration ont un enfant atteint de Paralyse Cérébrale.
Cette information est essentielle car ces personnes sont personnellement touchées par la question de la Paralyse Cérébrale.

• Le Conseil Scientifique

Le Conseil Scientifique est présidé par le Professeur Tardieu et se compose de dix membres dont quatre Professeurs et quatre Docteurs européens (Paris, Londres, Genève, Tübingen).
(Annexe 4).

Il est à noter que ce Conseil Scientifique n'est pas valorisé dans le site Internet, par exemple il n'est pas fait mention de la spécialité des membres.

Les membres sont désignés par le Conseil d'Administration.

L'expertise du Conseil Scientifique est reconnue au niveau européen. Le Conseil Scientifique donne son avis sur les grandes orientations stratégiques de la Fondation et sur les appels à projets.

Pierre-Guy Audouy indique : « En 2013, la Fondation a connu une période difficile au sein de ce Conseil Scientifique car il a mal été dirigé du fait de la gouvernance à cette époque. La gouvernance a subi des entrées et des sorties de membres du Conseil d'Administration.

En mars 2016, trois des membres du Conseil Scientifique seront renouvelés dans le cadre du renouvellement de mandat. Ce renouvellement doit s'inscrire dans les axes stratégiques de la Fondation afin de recruter les compétences scientifiques en ligne avec ces dernières et définir plus clairement le projet scientifique pour les deux/trois prochaines années.

Ce renouvellement entraînera la recherche des remplaçants dans le Conseil Scientifique ayant des profils plus en adéquation avec la stratégie scientifique retenue par le Conseil d'Administration et préconisée par le Conseil Scientifique.

La volonté de la Fondation est de maintenir des profils européens ».

Le nouveau Conseil Scientifique se réunira en mars 2016 pour définir :

- les appels à projets 2017 et retenir des pistes de réflexion pour les années suivantes,
- un thème prioritaire sur lequel la Fondation pourrait se focaliser pour un grand projet en 2018 et ainsi proposer des thèmes émergents au Conseil d'Administration. Ce dernier décidera ensuite du sujet sur lequel la Fondation se basera pour créer un comité d'ambassadeurs.

2.3- Quel projet stratégique à La Fondation Motrice ?

Le **projet stratégique** est un document fondamental pour une organisation à but non lucratif car il est un véritable outil de management.

La présentation power point qui m'a été transmise était destinée à une présentation lors d'un Conseil d'Administration.

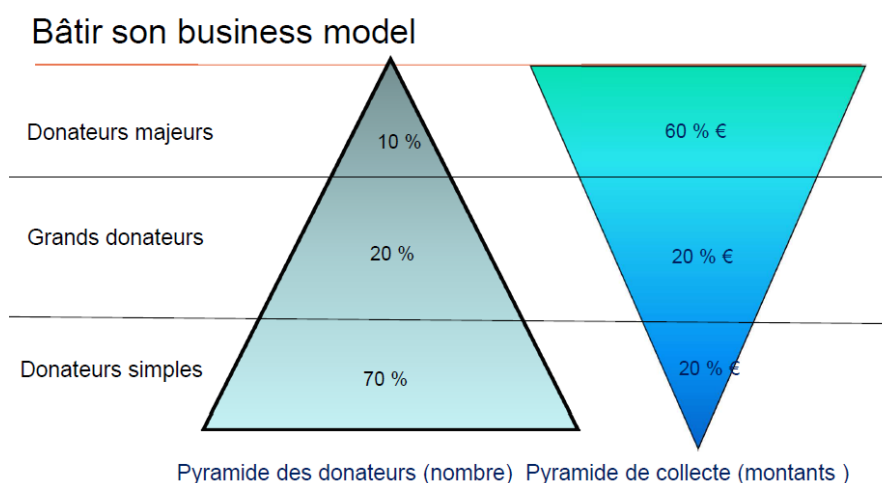
A la lecture de cette présentation, j'ai constaté que le contenu était plus en adéquation avec un plan opérationnel et un plan d'action qu'avec un plan stratégique qui doit respecter certaines règles rédactionnelles.

Ce sujet est abordé dans la partie 3 - point 3.1.1 avec des recommandations liées à l'élaboration du projet stratégique.

2.4- Actions de collecte de fonds

La **collecte de fonds**²⁴ « concerne l'ensemble des dons qu'une association ou une structure reconnue comme relevant de l'intérêt général peut obtenir de la part d'individus ou d'entreprises. Le terme anglais *fundraising* est souvent utilisé par les professionnels du secteur ».

La **base de données « clients »** de la Fondation est de 6000 contacts mais ces derniers ne sont pas qualifiés. La Fondation n'est donc pas en mesure d'analyser sa **pyramide de dons**²⁵. Or, c'est un outil essentiel de la collecte car il permet de visualiser une première pyramide qui représente le nombre des donateurs et une seconde les montants de collecte.



²⁴ Jurisassociations - Hors Série - Se lancer dans la collecte de fonds - 2015

²⁵ AFF - 8^{ème} conférence de fundraising pour l'enseignement supérieur et la recherche - janv. 2013 - schéma

A ce jour, La Fondation Motrice n'a pas de stratégie ni de structuration dans sa démarche de collecte de fonds. Néanmoins, elle réalise des actions de collecte de fonds telles que :

2.4.1 Deux dîners de gala annuels

♦ Le premier dîner de gala avec la Principauté de Monaco

Ce premier dîner de gala a été organisé jusqu'en 2014 par La Fondation Motrice elle-même en relation avec deux personnes de la Principauté de Monaco.

En 2015, le dîner a été organisé directement par M. Andrea Casiraghi et son épouse qui ont souhaité une implication plus importante. Ce dernier est le fils de la Princesse Caroline de Monaco. Il est le parrain de la Fondation depuis huit ans et ami de Mathieu Chatelin, le fils du Docteur Chatelin et Président de la Fondation. Mathieu Chatelin est atteint de Paralyse Cérébrale.

La relation entre la Principauté de Monaco et la Fondation est entretenue directement par le Président, Alain Chatelin et par son fils Mathieu.

L'objet de ce dîner est de réunir la famille, les amis et les relations importantes de la Principauté de Monaco afin de collecter des fonds pour la Fondation. Alain Chatelin, le Président de la Fondation, son fils et un représentant du Conseil Scientifique participent à ce dîner de gala.

Pierre-Guy Audouy indique : « Chaque année la Fondation présente son travail et des résultats sur ses financements. Lors de ce dîner de gala, il est possible ou non de faire un discours ».

Il est à noter que les convives monégasques ne reçoivent pas de reçu fiscal compte tenu des spécificités fiscales de la Principauté de Monaco.

Le dîner du 7 octobre a généré 240k€ de résultat grâce à la participation de 200 convives ; le coût a été de 77k€.

♦ Le second dîner de gala avec l'industrie de la parfumerie

Ce second dîner a été créé par M. Daniel Chastenet qui fait partie de l'industrie de la parfumerie. Il est, par ailleurs, membre du Conseil d'Administration. La fille de M. Chastenet est atteinte de Paralyse Cérébrale.

Ce dîner est organisé depuis huit ans par le biais d'invitations professionnelles destinées aux grandes marques de parfumerie telles que BPI²⁶, Chanel, Estée Lauder, Givaudan, Hermès Parfums, LVMH Fragrance Brands, Marionnaud, Shiseido, Takasago.

²⁶ Beauté Prestige International

Les dons collectés proviennent de ces grandes marques et génèrent des reçus fiscaux pour les entreprises mais également pour les personnes invitées à titre individuel.

Le dîner du 22 octobre 2015 a dégagé 120 k€ de bénéfice grâce à 200 convives environ réunis autour de ces grandes marques ; le coût a été de 24k€.

[Alain Chatelin, Président de la Fondation](#) précise : « Ces deux dîners sont importants dans les ressources annuelles de la Fondation car ils représentent plus de 50% de notre résultat. Les fonds récoltés ne sont pas attribués à un projet spécifique mais participent au financement global de nos projets ».

Chaque année ces deux dîners permettent de financer les appels à projets de l'année, soit une dizaine de projets pour un montant de 400k€ en 2015.

La Fondation Motrice, bien qu'organisatrice, ne peut agir directement sur les personnes présentes à ces deux dîners hormis lors d'une action de marketing direct pour les dons ISF (cf. partie 2 - point 2.4.3).

C'est pourquoi la fidélisation des convives ne peut pas être mise en place directement car ce sont :

- d'une part, pour le premier dîner, des invités de la Principauté de Monaco,
- d'autre part, pour le second dîner, des « invités » des entreprises de parfumerie.

Les marques qui sponsorisent leur table sont fidélisées par M. Daniel Chastenet, organisateur et membre du Conseil d'Administration.

Par ailleurs, les invités de ces marques sont susceptibles de changer chaque année.

2.4.2 Le don en ligne par le biais du site Internet de la Fondation

Le site Internet d'une organisation est la vitrine première qui présente l'image de la structure.

Or, le site actuel de la Fondation n'est pas actualisé à plusieurs niveaux. Des recommandations sont formulées dans la partie 3 - point 3.1.7 de ce mémoire.

♦ Le don en ligne

Le site Internet de la Fondation propose un formulaire en ligne pour faire un don. Un onglet « Faites un don » et une mention « Aidez-les à soutenir la recherche » sont bien mis en évidence dans le site dès la page de présentation.

Chaque année, il est collecté 150k€ entre les dons de fin d'année et de l'ISF.

Il est indiqué sur la partie inférieure de ce formulaire : « Sauf avis contraire de votre part, en faisant un don vous deviendrez membre des Amis de La Fondation Motrice ».

→ L'inconvénient de cette formulation est qu'elle ne précise pas directement l'objet de cette association, ni pourquoi le donateur en fera partie, notamment quels bénéfices le donateur va en tirer.

→ Il serait nécessaire de faire un lien hypertexte dans la rubrique « Amis de La Fondation Motrice » qui conduirait à la rubrique de cette association dans le site de la Fondation.

Néanmoins, Pierre-Guy Audouy précise : « Aujourd'hui l'association " Amis de La Fondation Motrice " est une coquille vide, une association dormante. Son rôle initial était d'accompagner le développement de la recherche de fonds et de gérer les bénévoles de la Fondation ».

La Fondation s'est réappropriée son rôle. Aujourd'hui, son utilité est liée au fait que M. Daniel Chastenet représente les familles au Conseil d'Administration » à travers son appartenance aux « Amis de La Fondation Motrice ».

Dans les statuts actuels, cette association permet d'avoir un représentant, M. Daniel Chastenet, des personnes atteintes de Paralyse Cérébrale au sein du Conseil d'Administration. Celui-ci fait partie de l'association des représentants des familles par le biais de l'association.

Lors de la révision des statuts courant 2016, une réflexion est prévue sur le devenir de l'association des « Amis de La Fondation Motrice » à savoir maintenir une présence des personnes atteintes de Paralyse Cérébrale ou donner un rôle différent à cette association.

2.4.3 Deux actions de marketing direct

Deux actions de marketing direct sont réalisées avec l'envoi d'une brochure aux 6000 contacts de la base de données de la Fondation une fois par an : courant novembre pour la partie dons de fin d'année et en mars/avril pour les dons ISF.

Cette brochure propose différentes tranches de montants de dons : 50 € à 5000 € et une case pour un montant libre. Il est précisé qu'un reçu fiscal sera adressé aux donateurs.

En 2014, ces deux actions ont permis de collecter 150k€.

Une lettre de remerciement avec le reçu fiscal est envoyée au donateur. Ce dernier rentre dans la base de données « clients ». Il reçoit ensuite toutes les publications de la Fondation.

2.4.4 Des courses solidaires

La Fondation Motrice est inscrite sur la plateforme en ligne Alvarum²⁷ pour des courses solidaires au profit de la cause de la Paralyse Cérébrale.

Selon Pierre-Guy Audouy : « Les retombées financières sur les événements semi-marathon, Marathon de Paris et l'épreuve du Tour de France cycliste avec la plateforme n'ont pas été suffisantes par rapport aux objectifs initiaux ».

²⁷ Alvarum a été créée en 2008 avec l'objectif de révolutionner le fundraising. Cette plateforme est le leader de la collecte de dons en ligne en France, en Allemagne, aux Pays-Bas, en Belgique, au Luxembourg et en Autriche. Plus de 1000 associations ont collecté plus de 20 millions d'euros avec Alvarum afin de financer leurs objectifs.

La Fondation propose ces courses solidaires depuis trois ans. En 2014, on constate une vingtaine de participants à ces courses et, une dizaine en 2015.

La Fondation a collecté 90k€ environ pour ces trois courses. Ce montant est inférieur aux objectifs initiaux qui étaient de 120k€ la première année, 250k€ la deuxième et 500k€ la troisième année.

2.5- Supports de communication

La Fondation Motrice n'a pas élaboré de stratégie de communication à court, moyen et long terme ni de plan de communication. Néanmoins, des supports de communication existent.

La Fondation Motrice propose trois supports d'information sur la Paralyse Cérébrale.

♦ InfoMotrice

La Lettre d'information [InfoMotrice](#) développe entre autres un ou deux sujets scientifiques, et présente un projet ou une équipe de recherche.

♦ ActuMotrice

La Lettre d'information [ActuMotrice](#) est ciblée sur « la vie » de la Fondation et ses opérations telles que l'actualité de la Fondation, les colloques auxquels elle participe, des événements, les dîners de gala, etc.

- ⇒ Ces deux Lettres sont envoyées simultanément à la base de données (6000 contacts) et sont accompagnées en avril, d'un document sur les dons ISF et en novembre, d'une information sur les dons de l'année fiscale.

♦ Science Info PC

La Lettre d'information [Science Info PC](#) est un mensuel réalisé par un bénévole qui est envoyé à 3100 personnes de la communauté scientifique concernée par la Paralyse Cérébrale.

Par ailleurs, la Fondation réalise chaque année un [rapport annuel](#) disponible sur son site Internet.

2.6- Les actions presse

Les deux derniers communiqués de presse sur le Colloque de La Fondation Motrice (mars 2015) et sur la Journée Mondiale de la Paralyse Cérébrale (octobre 2015) ont été envoyés à 240 journalistes.

La Fondation n'a pas eu de retombées presse sur ces deux opérations et ses actions en général auprès de la presse.

→ Il est regrettable que ces deux communiqués de presse n'apparaissent pas dans la rubrique presse de la Fondation, d'autant que les derniers communiqués presse affichés datent de 2010.

→ Un lien de confiance est à instaurer avec les journalistes afin de susciter leur intérêt envers la cause de la Paralyse Cérébrale.

→ Des recommandations sont proposées dans la partie 3 - point 3.1.7

2.7- Les partenariats

Le terme « Partenaires » apparaît sur le site Internet de la Fondation tout en bas de la page et en petits caractères. Ce lien mène à une page qui comporte 21 logos représentant des partenaires.

L'inconvénient est que cette rubrique n'est pas du tout visible de l'internaute. Il faut aller jusqu'en bas de la page du site pour apercevoir le lien vers cette rubrique.

→ Par ailleurs, on peut regretter que la page où les logos des partenaires sont indiqués ne les valorise pas. En effet, il serait utile d'expliquer le type de partenariat afin d'en démontrer la pertinence, d'autant plus si La Fondation Motrice souhaite cibler de potentielles entreprises mécènes.

Le partenaire FFAIMC

Il est engagé un partenariat pour une enquête sur les pratiques autour de la rééducation auprès des personnes atteintes de Paralyse Cérébrale avec la [FFAIMC](#) (Fédération Française des Associations des Infirmités Motrices Cérébrales).

Il s'avère que cette enquête sera plus difficile à réaliser que prévu car la Fédération n'est pas en mesure, à ce jour, de répertorier les personnes atteintes de Paralyse Cérébrale dans leurs 38 établissements. Il faudra trouver la population concernée afin d'avoir un nombre statistiquement évaluable.

2.8- Deux événements

- [14/15 mars 2015 - Journées de La Fondation Motrice, un événement triennal](#)

Les journées d'information et d'échange organisées par la Fondation ont permis de faire un point sur les avancées de la recherche sur la Paralyse Cérébrale depuis dix ans et de dresser des perspectives pour les prochaines années.

Ce sont 200 personnes venues de toute l'Europe, chercheurs, praticiens, institutionnels, mais aussi des familles et des personnes touchées par la Paralyse Cérébrale qui ont participé à cet événement.

En clôture de la journée du 13 mars, le parrain de La Fondation Motrice, M. Andrea Casiraghi, a remis leur bourse de recherche aux huit lauréats de l'appel à projets de recherche 2015.

De ces journées, est sorti un consensus sur la nécessité de travailler sur l'évaluation de la rééducation.

- [7 octobre 2015 - Journée mondiale de la Paralysie Cérébrale, un événement annuel](#)

Cette journée, organisée dans plus de 30 pays, a pour but d'informer et de sensibiliser le grand public, ainsi que les professionnels, à cette pathologie et à ses conséquences sur les personnes atteintes.

La Fondation Motrice a relayé l'information par le biais de son communiqué de presse en partenariat avec la FFAIMC auprès d'associations au niveau régional.

Pour symboliser cette journée, la Fondation a créé des rubans verts à porter à la boutonnière.

Par ailleurs, dans le prolongement de cette journée, la Fondation a participé à l'opération micro DON les 9 et 10 octobre 2015.

La Fondation était présente au magasin Monoprix Avenue d'Italie dont le but est de faire connaître la Paralysie Cérébrale aux parisiens et de soutenir la recherche sur cette pathologie sous la forme d'un don de 2€ ou plus lors de leur passage en caisse.

Cette analyse m'a permis de mieux connaître La Fondation Motrice et d'en appréhender son fonctionnement. Je me suis basée sur cette analyse pour élaborer la matrice SWOT²⁸. Celle-ci synthétise les forces-faiblesses et les opportunités-menaces de la Fondation afin de distinguer, d'une part, l'environnement interne et, d'autre part, l'environnement externe de La Fondation Motrice.

2.9 [Analyse de la matrice SWOT de La Fondation Motrice](#)

Le tableau de la matrice (cf. page 41), que j'ai réalisé, est une proposition que j'ai faite à Pierre-Guy Audouy, Directeur général de la Fondation.

Cette photographie des forces-faiblesses et des opportunités-menaces m'a permis de visualiser de manière synthétique l'environnement tant interne qu'externe de la Fondation.

J'ai pu faire, à partir de ce tableau, une analyse qui porte sur les axes prioritaires d'amélioration que La Fondation Motrice pourrait entreprendre.

²⁸ Strengths/Weaknesses (Forces - Faiblesses) - Opportunities/Threats (Opportunités - Menaces)

Sur la base des éléments de cette réflexion, je conseille à la Fondation de s'interroger sur quatre questions inhérentes à la matrice SWOT :

- ♦ comment préserver ou améliorer les **forces** ?
- ♦ comment transformer ou éliminer les **faiblesses** ?
- ♦ comment tirer parti des **opportunités** ?
- ♦ comment neutraliser les **menaces** ou les retourner à son avantage ?

Par ailleurs, je conseille d'interroger les parties prenantes de la Fondation sur cette synthèse de la matrice SWOT :

- en interne par le Conseil d'Administration, l'équipe salariée, les bénévoles,
- en externe par les bénéficiaires, les partenaires, etc.

dans l'objectif de recueillir leur avis et de l'optimiser.

(cf. tableau de la matrice SWOT - page suivante)

| FORCES | FAIBLESSES |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • La Fondation Motrice - Reconnue d'Utilité Publique depuis 2006 - « unique » en France dédiée à la Paralyse Cérébrale • Légitimité sur le sujet de la Paralyse Cérébrale • Un Conseil Scientifique européen reconnu • Un parrain, Andréa Casiraghi, fils de la Princesse Caroline de Monaco, ami de Mathieu Chatelin atteint de Paralyse Cérébrale • Deux dîners de gala par an (collecte de fonds d'environ 400k€) • Appels à projets annuel pour financer des projets de recherche sur la Paralyse Cérébrale (45 projets financés en 10 ans) • Reconnaissance auprès de la communauté scientifique impliquée dans la Paralyse Cérébrale, des familles, des personnes atteintes, des autorités : 60 articles parus dans des revues scientifiques internationales depuis 10 ans • Un membre du CA actif qui a créé un dîner de gala auprès de la l'industrie de la parfumerie (depuis 8 ans) • Le Président et 5 membres du CA ont un enfant atteint de Paralyse Cérébrale (implication et excellente connaissance de la pathologie) • Des bénévoles ayant des compétences spécifiques (notamment scientifiques) | <ul style="list-style-type: none"> • Absence de plan stratégique selon une démarche méthodologique • Déficit d'image et de notoriété de la Fondation auprès du grand public, des medias, des grands donateurs • Méconnaissance de la Paralyse Cérébrale auprès des journalistes, du grand public, de potentiels donateurs • Absence de retombées presse • Les « Amis de la Fondation » qualifiée d'« association dormante » • La Fondation n'a pas la maîtrise des 2 dîners de gala • Conseil d'Administration : <ul style="list-style-type: none"> - 2 postes « dormants » de 2 ministères (absence au CA) - peu d'implication des membres pour la collecte de fonds • Pas de rôle du Conseil Scientifique au niveau stratégique • Les 6 personnes qui ont un enfant atteint de Paralyse Cérébrale ont peut-être des difficultés à prendre du recul par rapport à la stratégie à mettre en place • Site Internet de la Fondation non actualisé • Ressources humaines limitées au sein de l'équipe permanente |
| OPPORTUNITES | MENACES |
| <ul style="list-style-type: none"> • Obtention du Label IDEAS en octobre 2015 • Renouvellement du : <ul style="list-style-type: none"> - Conseil Scientifique en mars 2016 - Conseil d'Administration en décembre 2016 • Evolution des statuts courant 2016 • Pertinence et impact des projets scientifiques sélectionnés et financés • Mars : 2 journées de La Fondation Motrice (événement triennal) • Octobre : journée mondiale de la Paralyse Cérébrale (événement annuel) • Evolution de l'implication des 3 associations fondatrices au sein de la Fondation • Partenariat avec la FFAIMC • Coopération avec l'Australie et les Etats-Unis | <ul style="list-style-type: none"> • Ne plus collecter suffisamment de dons pour financer les appels projets • Le parrain M. Andrea Casiraghi peut décider d'arrêter de soutenir la cause • Départ massif de l'équipe scientifique bénévole (3 personnes sur 4) • Des structures qui collectent des fonds et connues du grand public et des médias (cf. développement page 42) : <ul style="list-style-type: none"> - APF (Association des Paralysés de France), - AFM-Téléthon (Association Française Contre les Myopathies), - Neurodon de la FRC (Fédération de la Recherche sur le Cerveau), - ICM (Institut du Cerveau et de la Moelle Epinière) - FRM (Fondation pour la Recherche Médicale) - ELA (Association Européenne contre les Leucodystrophies) |

→ Développement du point sur les « menaces » de la matrice SWOT :
des structures qui collectent des fonds et connues du grand public et des médias

Dans le point sur les « Menaces » de la matrice SWOT, j'intègre des structures qui me semblent pertinentes à considérer car, d'une part, elles collectent des fonds dans des domaines périphériques à la Paralyse Cérébrale, d'autre part, elles sont connues du grand public et des médias.

- Structures liées au handicap moteur

- ♦ L'APF, (Association des Paralysés de France), labélisée « Don en confiance » est reconnue d'utilité publique. L'association est un mouvement associatif national de défense et de représentation des personnes atteintes de déficiences motrices ou polyhandicapées et de leur famille ; elle rassemble 26 000 adhérents, 30 000 usagers, 25 000 bénévoles et 13 500 salariés.
- ♦ L'AFM-Téléthon, (Association Française Contre les Myopathies), est une association de parents et de malades qui mène un combat contre des maladies génétiques, rares et lourdement invalidantes.
Depuis 1987, l'opération annuelle Téléthon offre à l'AFM-Téléthon les moyens de mener leur combat : 80 251 183€ ont été collectés lors de cet événement en décembre 2015.

- Structures liées au domaine du cerveau

- ♦ Neurodon de la Fédération de Recherche sur le Cerveau, (FRC)

Le neurodon est le label de la collecte de fonds au profit de la recherche sur le cerveau organisée chaque année depuis 2001, en mars, par la Fédération pour la Recherche sur le Cerveau (FRC).

La recherche concerne les principales maladies neurologiques suivantes : sclérose en plaques, maladie de Parkinson, maladie d'Alzheimer, épilepsie, sclérose latérale amyotrophique, accidents vasculaires cérébraux, tumeurs cérébrales, dystonies, maladie de Huntington, paralysie cérébrale, atrophie multisystématisée et les maladies psychiques.

- ♦ ICM, (Institut du Cerveau et de la Moelle Epinière)

L'ICM est un centre de recherche de dimension internationale. Fondation privée reconnue d'utilité publique (décret du 13 septembre 2006), elle est implantée dans un domaine public, l'hôpital de la Pitié-Salpêtrière. Soutenu financièrement par des partenaires institutionnels, l'ICM bénéficie également de fonds privés.

A titre d'exemple, le groupe KLESIA²⁹ soutient financièrement des projets de recherche de l'ICM depuis 2008.

Il est à noter que M. Christian Schmidt de la Brélie, Directeur général de Klésia, est membre du Conseil d'Administration de La Fondation Motrice. A ce jour, le groupe KLESIA n'a pas de partenariat avec La Fondation Motrice.

²⁹ <http://icm-institute.org/fr/documents-dedication/> Lettre aux donateurs - quatrième trimestre 2015

- [Structure liée à la maladie rare](#)

Créée en 1992, [ELA](#), (Association Européenne contre les Leucodystrophies) est une association de parents et de patients atteints de leucodystrophies. Cette association combat contre les leucodystrophies. Elle est reconnue d'utilité publique par décret du 13 novembre 1996.

L'association a créé en 2005 une fondation de recherche regroupant les meilleurs spécialistes du monde entier. La Fondation ELA concentre son activité sur la [recherche médicale](#) relative aux leucodystrophies d'origine génétique et à la réparation de la myéline.

La Fondation est conseillée par de grands chefs d'entreprises et des personnalités comme Franck Riboud (PDG du groupe Danone), François-Henri Pinault (PDG du groupe Kering), Jacques Bungert (PDG de Courrèges) et Florent Pagny et Zinédine Zidane qui font partie du conseil de surveillance de la Fondation.

- [FRM, \(Fondation pour la Recherche Médicale\)](#)

La Fondation pour la Recherche Médicale a été présentée dans la partie 1- point 1.3.3.

→ [La matrice SWOT](#)

La matrice SWOT proposée à la Fondation doit se décliner en un plan d'action dont l'objectif est de mettre en œuvre la stratégie la plus adaptée aux choix de la Fondation.

Quatre stratégies découlent de cette analyse :

- ⇒ la stratégie « [Forces-Opportunités](#) » qui consiste à exploiter les forces internes de la Fondation pour poursuivre les opportunités.
- ⇒ la stratégie « [Faiblesses-Opportunités](#) » qui vise à améliorer les faiblesses internes de la Fondation afin d'exploiter les opportunités de l'environnement.
- ⇒ la stratégie « [Forces-Menaces](#) » dont l'objectif est d'utiliser au mieux les forces internes pour se protéger ou atténuer les menaces de l'environnement.
- ⇒ la stratégie « [Faiblesses-Menaces](#) » qui minimise les faiblesses internes pour la rendre moins vulnérable aux menaces extérieures.

Conclusion de la partie 2

LA FONDATION MOTRICE



L'analyse que j'ai réalisée sur La Fondation Motrice m'a permis de :

- découvrir et appréhender son mode de fonctionnement,
- mettre en perspective la matrice SWOT sur l'environnement interne (forces-faiblesses) et l'environnement externe (opportunités-menaces).

Pour réaliser cette analyse, j'ai porté un regard externe neutre afin de m'inscrire dans une démarche constructive.

De cette réflexion, il en découle des recommandations, des principes méthodologiques et des propositions d'actions qui sont présentés dans la troisième partie.

Ces aspects abordés regroupent des axes qu'il me semble importants de traiter avant de prendre la décision de créer un comité d'ambassadeurs.



Partie 3

RECOMMANDATIONS GRANDS PRINCIPES METHODOLOGIQUES PROPOSITIONS À LA FONDATION MOTRICE

Introduction de la partie 3



La création d'un comité d'ambassadeurs implique une réflexion en amont fondée sur des pré-requis, une étape indispensable avant toute réalisation. Ce comité d'ambassadeurs s'intègre dans une stratégie de « grands donateurs ».

Il est important de ne pas négliger cette étape et de lui consacrer le temps à sa réflexion afin d'établir les bases fondamentales.

Il est impératif d'avoir une vision globale de sa structure, de bien connaître son projet et ses objectifs financiers.

Dans cette troisième partie, je recommande à La Fondation Motrice d'examiner neuf axes de recommandations, à commencer une formalisation plus méthodique de son plan stratégique.

Je propose également certains grands principes méthodologiques sur lesquels Alain Chatelin, Président de la Fondation, et Pierre-Guy Audouy, Directeur général peuvent s'appuyer.



Partie 3

RECOMMANDATIONS

GRANDS PRINCIPES METHODOLOGIQUES

PROPOSITIONS À LA FONDATION MOTRICE

L'analyse de La Fondation Motrice et l'élaboration de la matrice SWOT m'ont permis de constater que la Fondation possède des **atouts majeurs** pour créer un comité d'ambassadeurs afin de toucher les donateurs stratégiques (philanthropes, entreprises, fondations).

Néanmoins, avant de se lancer dans cette dynamique de création d'un comité d'ambassadeurs :

- je préconise neuf grands axes de recommandations,
- j'aborde également certains grands principes méthodologiques,
- j'apporte des propositions à la Fondation.

Cette dernière partie s'attache, dans un premier temps, à présenter les neuf recommandations sur les pré-requis à la création d'un comité d'ambassadeurs et, dans un second temps, à apporter des conseils complémentaires d'ordre général qui pourraient être pertinents pour la Fondation.

3.1 Recommandations, grands principes méthodologiques, propositions

3.1.1- Formaliser un projet stratégique : le socle d'une organisation non-profit

La formalisation du projet stratégique écrit est indispensable à tout projet associatif. Son contenu est présenté dans un document au format Word d'une dizaine de pages.

Le projet stratégique de la Fondation m'a été transmis sous la forme d'une présentation PowerPoint. A la lecture de ce document, j'ai constaté que cette présentation correspondait plus à un plan opérationnel 2015-2017 et qu'il se rapprochait davantage d'un plan d'action.

Il est à noter que le contenu n'intègre pas les points majeurs préconisés par l'ADEMA et qui devraient être abordés dans la rédaction d'un plan stratégique.

Le plan stratégique représente le processus d'élaboration des éléments de pilotage pour réaliser la mission de la Fondation.

Cet outil de management a pour but d'aider la Fondation à être plus efficace. L'objectif de cette planification est la prise de décisions fondamentales, qui devront se transformer en actions.

Méthodologie conseillée

Le plan stratégique doit identifier :

- la mission,
- la vision,
- les valeurs de l'organisation,
- les enjeux décisifs,
- les stratégies,
- les objectifs.

Dans sa rédaction, il est nécessaire qu'il se structure en neuf thématiques :

- l'introduction du Président de La Fondation Motrice avec les réponses aux trois questions suivantes :
 - **finalité** : pourquoi la Fondation existe ?
 - **moyens** : comment la Fondation arrive à ses buts ?
 - **valeurs** : quels sont les principes qui guident la Fondation ?
- le résumé,
- l'énoncé de la mission, de la vision et des valeurs de la Fondation,
- le contexte,
- les enjeux décisifs et les stratégies,
- les buts et objectifs,
- le plan d'action.

Des annexes peuvent compléter son contenu (par exemple : prévisions budgétaires à long terme, composition du Conseil d'Administration et du Comité Scientifique, etc.).

Ce document est élaboré pour une durée de trois à quatre ans.

**Créer les bases fondamentales du plan stratégique solidifiera
le projet stratégique de la Fondation.**

3.1.2- Effectuer un benchmark

La Fondation Motrice est dédiée à la recherche sur la Paralyse Cérébrale. Je recommande à la Fondation de faire un benchmark sur :

- sa « concurrence » (structures en lien avec la Paralyse Cérébrale) bien que la Fondation soit un organisme « unique » dédié à la Paralyse Cérébrale en France,
- le périmètre proche de la Paralyse Cérébrale et du handicap (pathologies périphériques).

Cette démarche d'observation et d'analyse des pratiques des autres structures permettra à la Fondation de :

- s'auto-évaluer,
- d'appréhender le fonctionnement des structures « concurrentes » ou d'organisations qui sont amenées à gérer des problématiques proches.

Il faut considérer que cette ouverture d'esprit sur des environnements plus larges apporte des éclairages sur le plan décisionnel et alerte sur d'éventuels risques.

L'objectif, par la suite, est de s'appropriier les **meilleures pratiques** qui auront pu être détectées au cours de ce benchmark afin de les appliquer au sein de la Fondation.

Dans le cadre de ce champ d'investigation, de nombreuses informations peuvent être analysées telles que :

- la communication de la structure dont le site Internet, sa présence sur les réseaux sociaux,
- ses relations avec les médias et sa présence dans la presse,
- ses relations avec les bénéficiaires,
- les lettres d'information,
- le formulaire du don en ligne, la présentation de l'approche du don ISF,
- le rapport d'activité, etc.

3.1.3- Identifier le projet pour les potentiels grands donateurs (prospects)

Comme précisé précédemment, le Conseil Scientifique se réunira en mars 2016 pour aborder le thème du projet qui n'est pas encore défini à ce jour.

Dans un second temps, je recommande au Conseil d'Administration de déterminer dans ce projet des points tels que :

- le contexte du projet,
- l'importance du projet,
- la problématique du sujet,
- les solutions afférentes,
- la légitimité de la Fondation pour mener à bien le sujet,
- les bénéficiaires,
- les impacts attendus,
- les chiffres clés.

Par ailleurs, il est nécessaire de :

- mettre en évidence les bénéfices de ces recherches ainsi que des témoignages de personnes atteintes de Paralyse Cérébrale, de leur famille et de chercheurs,
- se fixer et réaliser des objectifs financiers clairs et réalistes sur une durée déterminée.

Ces objectifs permettront de déterminer les moyens à mobiliser pour les atteindre. Les objectifs choisis entraîneront certainement une évolution de La Fondation Motrice, au niveau du recrutement, de la qualification de la base de données, une très forte optimisation de la communication, et du développement des relations presse, etc.

Ensuite, la Fondation pourra construire son modèle économique pour créer sa pyramide de dons.

Dans la présentation du projet, il est également nécessaire d'évoquer les contreparties à proposer aux donateurs philanthropes et aux entreprises mécènes.

3.1.4- Réfléchir aux contreparties pour les potentiels grands donateurs

La contrepartie commence par le remerciement personnalisé à chaque grand donateur.

Dans le milieu de la recherche médicale, le sujet des contreparties est difficile car souvent le projet s'applique à des études cliniques ou à des appels à projets qui portent sur la recherche médicale. En conséquence, ils s'inscrivent dans la durée, donc le « retour sur investissement » ne peut être immédiat et mesuré.

Compte tenu de ces contraintes, la Fondation pourrait proposer des contreparties aux grands donateurs telles que :

- un reporting pour informer de l'avancement du projet,
- proposer de participer à une conférence présentant des résultats en avant-première,
- rencontrer des chercheurs qui travaillent sur les appels à projets ou autres projets,
- faire des rencontres avec les bénéficiaires atteints de Paralyse Cérébrale (enfants/adultes),
- valoriser le donateur par une mention de son nom dans le rapport annuel,
- présenter le rapport annuel aux grands donateurs,
- intégrer le grand donateur dans les statuts comme membre bienfaiteur,
- proposer un titre honorifique.

3.1.5- Rédiger l'argumentaire (le case for support)

L'argumentaire³⁰ est un document stratégique incontournable qui explique aux prospects les raisons pour lesquelles ces derniers pourraient soutenir la cause de La Fondation Motrice.

Il est vivement recommandé que la rédaction de l'argumentaire soit précise (quatre à cinq pages).

L'argumentaire devra s'inscrire dans la stratégie de développement de la Fondation qui lui sera nécessaire de mettre en place préalablement.

Il doit raconter l'histoire de la Fondation et du projet afin de susciter l'intérêt du grand donateur et son adhésion aux ambitions décrites par la Fondation.

C'est un document évolutif qui pourra ensuite être conçu comme une plaquette de présentation du projet.

→ L'argumentaire doit amener les preuves de la légitimité du bien fondé de la demande de dons. Le Label IDEAS, obtenu en octobre 2015 par la Fondation, est un atout à mettre en exergue dans ce document.

³⁰ Nathalie Levallois-Midière - Marie-Stéphane Maradeix
Fundraising – stratégies pour la recherche et l'enseignement supérieur dans les secteurs public et privé

L'argumentaire permet d'anticiper les questions des potentiels donateurs sur le projet. Il est important d'avoir conscience que ce premier document doit répondre à des questions susceptibles d'être posées par le potentiel grand donateur telles que :

- ♦ quel est l'aspect **unique** de La Fondation Motrice qui peut montrer un intérêt ?
- ♦ comment **la vision**, les **ambitions** et le(s) **projet(s)** s'intègrent dans son environnement ?
- ♦ à quels **enjeux** et à quels **besoins** répondent-ils ?
- ♦ pourquoi est-il essentiel de **soutenir maintenant** La Fondation Motrice dans son/ses projets ?
- ♦ pourquoi le donateur potentiel ferait-il un **don** à la Fondation ?
- ♦ quels **impacts** l'accomplissement du/des projets et des ambitions de la Fondation auront sur la recherche de la Paralyse Cérébrale, le grand donateur, la Fondation elle-même ?

➔ Les clés d'un bon argumentaire

Un donateur fait un don pour agir sur des sujets qui lui tiennent à cœur. L'argumentaire doit déclencher chez le donateur potentiel **l'envie** de contribuer au(x) projet(s) de la Fondation.

L'argumentaire de La Fondation Motrice doit respecter plusieurs étapes pour assurer la cohérence de l'ensemble du document.

- **Présentation de La Fondation Motrice :**
 - ♦ un historique de sa création,
 - ♦ expliquer ce qu'est la Fondation, ce qu'elle a déjà accompli,
 - ♦ ses missions,
 - ♦ ses valeurs,
 - ♦ ses forces et ses expertises scientifiques,
 - ♦ des chiffres clés,
 - ♦ tous ses accomplissements passés et reconnus au plan national,
 - ♦ les personnalités qui ont marqué ou qui marquent son histoire,
 - ♦ son implication dans la société et son environnement immédiat,
 - ♦ ses axes différenciateurs par rapport à d'autres structures (fondations, associations, organismes, etc.).
- **Sa vision pour l'avenir et ses ambitions :**
 - ♦ que veut devenir la Fondation dans 3 ans, 5 ans, 10 ans ?
 - ♦ que souhaite accomplir la Fondation ? Pourquoi ? Pour qui ?
 - ♦ que va apporter la recherche médicale sur la Paralyse Cérébrale ?
 - ♦ comment la recherche médicale va-t-elle contribuer à apporter des résultats ?
- **La présentation du/des projets** de la Fondation de manière concrète pour lequel le comité d'ambassadeurs est essentiel pour ouvrir des portes de son réseau.
- **L'équilibre entre le rationnel et l'émotionnel**

Il est important de penser à l'équilibre entre ces deux notions sachant que chaque donateur est différent et qu'il a ses propres convictions et valeurs.

Le contenu de l'argumentaire doit donc faire appel à la fois à une décision rationnelle (donner pour concrétiser un projet) et une décision émotionnelle (donner car ce projet

précis correspond en ce qu'il croit) d'autant que la Paralyse Cérébrale peut toucher un de leur proche.

- [La relation au donateur](#)

Après avoir inscrit les objectifs de collecte de fonds dans le projet, cette partie explique la place que la Fondation souhaite proposer aux grands donateurs selon leur niveau de contribution à l'offre et les contreparties associées.

Dans le contenu, il est expliqué pourquoi la Fondation a besoin de ce soutien financier :

- quelles formes de soutien la Fondation attend-elle ?
- quelles relations la Fondation entend entretenir avec les donateurs qui apportent un soutien ?

Pour avancer sur cet argumentaire, il est nécessaire que toutes les personnes clés de la Fondation se réunissent pour échanger et répondre à l'ensemble de ces questions.

L'implication de chaque personne permet de [fédérer](#) et de [mobiliser](#) l'équipe interne. Cet argumentaire est un document évolutif qui est amené à être optimisé par les personnes impliquées de la Fondation (Président du Conseil d'Administration, le Directeur général, des membres du Conseil d'Administration, bénévoles impliqués dans des projets, etc.).

Ensuite, ce document pourra être testé auprès de personnes externes et des parties prenantes proches de la Fondation. C'est à ce moment là que La Fondation pourra solliciter ces personnes pour intégrer le [comité d'ambassadeurs](#).

Après avoir validé le contenu de cet argumentaire, puis défini le [programme des contreparties](#), et le comité d'ambassadeurs, il est conseillé de transformer cet argumentaire en plaquette de présentation du projet. Ce support peut être réalisé avec des photos, des témoignages, des citations pour renforcer le message et les arguments déployés.

Par ailleurs, l'argumentaire serait encore plus pertinent si le nom des premiers donateurs était précisé avec des [témoignages](#) quant à [leurs motivations](#).

De plus, il serait utile de préciser dans cette plaquette les différentes façons de contribuer au projet ainsi que les conditions fiscales liées aux dons.

Cet argumentaire peut être aussi accompagné de [vidéos courtes](#) avec des [interviews](#), des [témoignages](#), des [photos](#) pour donner un impact fort aux messages transmis.

➔ Dans cet argumentaire, il faudra indiquer tous les éléments pour [rassurer le potentiel grand donateur du bon usage qu'il sera fait de son don](#).

Cet argumentaire servira de base pour être décliné sous différents formats tels que :

- **une phrase d'accroche** qui explique l'objet de la Fondation et pourquoi elle a besoin de fonds,
- **une version courte** sous forme de quelques paragraphes destinée aux partenaires entre autres. Celle-ci pourrait être utilisée dans leur site Internet, leurs brochures, en bas d'un communiqué ou d'un dossier de presse et tout support de communication,
- **une page** qui devra être maîtrisée par les porte-paroles, ambassadeurs, Conseil d'Administration, Conseil Scientifique, bénévoles.

3.1.6- Définir qui sont les « grands donateurs » pour la Fondation

La notion de « grand donateur » est très relative. La Fondation devra préciser quels grands donateurs elle vise pour adapter son plan d'approche auprès de ses cibles.

Elle devra définir :

- le montant du don qui se basera sur les objectifs de collecte et du modèle de développement de la pyramide de dons,
- le montant moyen de grand don que la Fondation ambitionne,
- la définition du panel de grands dons nécessaires pour financer son projet,
- le cœur de cible où se trouvent la capacité financière du donateur, l'intérêt pour la cause, la proximité du grand donateur potentiel.

En d'autres termes, la Fondation devra réfléchir à ses cibles :

- quels philanthropes ?
- quelles entreprises mécènes ?
- quelles fondations ?

3.1.7- Se faire connaître et développer une communication dynamique

La Fondation Motrice et la pathologie de la Paralyse Cérébrale sont peu connues du grand public, des médias, des donateurs, des entreprises. Pour cibler des entreprises mécènes dans le cadre de leur politique RSE (Responsabilité Sociétale des Entreprises), la Fondation devra se faire connaître et développer une communication dynamique.

- ♦ Le logo de La Fondation Motrice



Le logo et la base line représentent les premiers éléments de l'identité visuelle d'une structure. Il est censé refléter les valeurs de l'organisation qui permet à ses différents publics (bénéficiaires, bénévoles, donateurs, partenaires, médias, grand public...) de l'identifier immédiatement.

Un bon logo est un logo efficace. Il doit être visible, clair, simple et compréhensible, mémorisable, attribuable, valorisant, cohérent, exportable, moderne et non détournable par de potentiels « concurrents » ou des structures approchantes. Par ailleurs, il doit traduire la personnalité de la Fondation.

Le logo de la Fondation regroupe deux cercles pouvant représenter « une grande roue et une petite roue », il peut faire l'objet d'interprétation quant à sa symbolique : un cerveau et un fauteuil roulant. Il ne reflète pas spontanément l'objet de la Fondation pour les personnes qui ne la connaissent pas.

A ce titre, pour faciliter de manière instantanée la compréhension de l'objet de la Fondation, je propose d'ajouter à côté du logo, dès la page d'accueil du site Internet, une phrase qui peut éclaircir l'objet de La Fondation Motrice.

A titre d'exemples :

→ La Fondation Motrice agit pour le développement de la recherche médicale sur la Paralyse Cérébrale.

→ La Fondation Motrice finance des projets pour faire progresser la recherche médicale sur la Paralyse Cérébrale.

- ♦ Le Label IDEAS obtenu en octobre 2015 peut donner une impulsion aux actions de communication si la Fondation utilise cet atout.

Dans la Lettre « ActuMotrice » du mois de novembre 2015, figure un article sur l'obtention du Label IDEAS. Néanmoins, il est regrettable que le logo du Label IDEAS ne soit pas affiché sur la page d'accueil du site Internet.

Néanmoins, je conseille vivement :

- de mettre le logo du Label IDEAS dans le site Internet de la Fondation dès la page d'accueil,
- d'actualiser l'ensemble des supports de communication on et off-line avec le Label IDEAS,
- d'envoyer aux journalistes un communiqué de presse sur l'obtention de ce label, de relancer chaque journaliste pertinent afin de le convaincre de réaliser un article sur la Fondation pour faire connaître la pathologie de la Paralyse Cérébrale.

- ♦ Refondre le site Internet : <http://www.lafondationmotrice.org/>

Un internaute passe en moyenne 45 secondes sur un site Internet. En testant le site de la Fondation, j'ai constaté que la Fondation **ne donne pas une image positive et dynamique** alors qu'elle est très impliquée dans ses actions.

➔ Je recommande une refonte complète du site Internet. Toutefois avant de passer à cette étape, il est indispensable de l'actualiser.

En effet, un site Internet reflète d'emblée la première image d'une structure. Pour donner une image sérieuse, dynamique et professionnelle, il est obligatoire de respecter certaines règles, la première étant d'actualiser son site Internet.

Quelques conseils pour valoriser La Fondation Motrice dans le site Internet :

- Rédiger un **story telling**

Sur la page d'accueil (Home page), il serait pertinent de **raconter la « belle histoire »** de La Fondation Motrice, le « story telling » pour créer une communication personnalisée sur la Paralyse Cérébrale. Cette technique de communication est un moyen qui doit être efficace pour communiquer avec le public en développant une relation de confiance.

C'est un véritable vecteur de communication pour mettre en valeur les atouts, les démarches et les projets de la Fondation.

Ce contenu doit dégager de **l'émotion** en lien avec d'une part, l'enfant atteint de Paralyse Cérébrale et son évolution en tant qu'adulte, son intégration en milieu scolaire et d'autre part, sa famille.

Néanmoins, le contenu ne doit pas comporter de tonalité dramatique. Un juste équilibre est à trouver dans l'émotionnel à transmettre.


Par ailleurs, je recommande de compléter ce story telling en mettant en avant les témoignages existants dans le site Internet, d'enfants et de leur famille. Il pourrait aussi intégrer des témoignages de chercheurs qui ont contribué à des recherches par le biais des appels d'offres.

Si le story telling était placé dès la page d'accueil, l'internaute pourrait comprendre l'objet de la Fondation instantanément.

→ L'espoir se construit grâce à la recherche médicale : ce qui est une motivation pour le grand donateur, donne de la valeur à sa contribution bienveillante et l'incite à adhérer à la cause de la Paralyse Cérébrale.

- actualiser le site Internet

A titre d'exemples sur les aspects suivants :

- indiquer la vision et les enjeux et les objectifs de La Fondation Motrice,
- mettre le logo du Label IDEAS dès la page d'accueil et expliquer sa valeur ajoutée pour la Fondation,
- ajouter la charte de déontologie,
- faire figurer sur la plaquette institutionnelle de la Fondation (après actualisation avec le Label IDEAS) dans la rubrique « publications » et dans la rubrique « presse » pour les journalistes,
- préciser les publics destinataires des trois Lettres d'information :
 - expliquer en quelques lignes à qui est destinée chaque Lettre d'information : « InfoMotrice » ; « ActuMotrice » ; « Sciences InfoPC ».
En effet, l'internaute voit une accumulation de liens à télécharger dans ces trois publications sans aucune information sur le contenu de ces Lettres et du public visé.
 - proposer à l'internaute de s'inscrire à ces Lettres d'information en fonction de son profil (grand public, personnes atteintes de Paralyse Cérébrale, médecins, scientifiques, etc.).
-  vérifier les liens des rubriques, par exemple dans la page d'accueil, le lien de la rubrique « Relevez les défis » n'aboutit à aucune page, une page d'erreur apparaît.
De plus sans explication, les termes « Relevez les défis » portent à confusion : l'internaute peut penser aux défis auxquels la Fondation s'attache à répondre alors que ces défis correspondent aux courses solidaires.
- ajouter les derniers communiqués de presse ; ceux actuellement en ligne datent de 2010 (cf. partie ci-dessous réservée à la presse) ; il est important de faire figurer tous les communiqués de presse envoyés aux médias de ces cinq dernières années.

♦ Développer les relations presse

Les 240 contacts du fichier presse de la Fondation ne sont pas qualifiés. Il est indispensable d'identifier les journalistes de la presse généraliste et spécialisée. Un fichier presse doit être impérativement qualifié.

La cause de la Paralyse Cérébrale étant peu connue, il est nécessaire de créer des liens dans la durée avec des journalistes pour expliciter la cause de la Paralyse Cérébrale et susciter leur intérêt.

La relation avec un journaliste est fondée sur une relation de confiance et dans le long terme.

→ Il est nécessaire de créer du lien comme avec un grand donateur pour instaurer la confiance et pérenniser une relation.

Dans la rubrique « presse » du site Internet, le dernier communiqué de presse mis en ligne date de 2010 alors que deux communiqués de presse ont été envoyés en 2015.

La rubrique « presse » est ainsi figée depuis 2010. Cela interroge sur la dynamique et l'actualisation des informations qui font l'objet de communication de la part de la Fondation.

Par ailleurs, ce constat peut laisser penser à une non activité ou à une forme de passivité de la part de la Fondation.

L'absence de mise à jour de cette rubrique « presse », depuis cinq ans, peut susciter des interrogations notamment de la part des journalistes et des internautes.

Les questions suivantes peuvent être posées :

- que fait-la Fondation ?
- quels bénéfices apporte-t-elle ?
- quelles sont les avancées en matière de recherche médicale ?
- pourquoi lui faire un don ?
- etc...

De plus, un [dossier de presse](#) sur la base de la bibliographie existante des 45 appels à projets déjà financés par la Fondation serait opportun afin de vulgariser les grandes lignes sur les avancées de la recherche médicale sur la Paralyse Cérébrale.

A la lecture de cette bibliographie, il s'avère qu'il est destiné à un public très averti tels que des scientifiques et des médecins spécialisés.

L'internaute ne peut en comprendre le contenu, ce qui est regrettable car celui-ci pourrait être un donateur potentiel.

3.1.8 Renforcer les liens avec les associations fondatrices

Les associations ENVOLUDIA, SESEP et CDI sont les associations fondatrices de La Fondation Motrice et ont des sièges au Conseil d'Administration.

Il serait pertinent d'organiser des séminaires entre ces associations et la Fondation pour trouver collectivement des axes de travail communs.

ENVOLUDIA est une association de familles au service de la personne Infirmes Moteur Cérébral (IMC) et polyhandicapée. Elle favorise l'épanouissement et l'autonomie des enfants et adultes touchés par la Paralyse Cérébrale.

Le **SESEP** est la Société d'Études et de Soins pour les Enfants Paralysés et Malformés.

Le **CDI** est le Cercle de Documentation et d'Information pour la rééducation des infirmes moteurs cérébraux.

3.1.9- Recruter un Responsable / Directeur de la Communication et de la Collecte de fonds

Pour renforcer l'équipe interne, je recommande à la Fondation de recruter un/e Responsable de la Communication et de la Collecte de fonds ou de se doter de la compétence d'un collecteur de fonds en externe.

Cette personne renforcerait l'équipe interne et aurait pour mission de collaborer avec le Président et le Directeur général pour les accompagner dans la mise en place :

- d'une stratégie de la collecte de fonds : il s'agit de bâtir, entre autres, les axes stratégiques de collecte, de définir le modèle économique avec la pyramide de dons, d'identifier les cibles, de faire qualifier la base de données (6000 contacts) en lien avec un prestataire, d'aider à construire le projet avec le Conseil d'Administration qui sera présenté aux grands donateurs potentiels ;
- d'une stratégie de communication pour apporter une vraie dynamique à la communication auprès des cibles : grand public, journalistes, prospects, grands donateurs, bénéficiaires et leurs familles, etc.

3.2- Des conseils complémentaires

Les conseils ci-après sont d'ordre général et ne sont pas liés directement aux pré-requis pour créer un comité d'ambassadeurs. Cependant, il m'a paru pertinent d'en faire part à la Fondation.

3.2.1 Rédiger un plaidoyer

« Le plaidoyer est un processus continu qui a pour but le changement des attitudes, des comportements, des actions, des politiques ou des lois en faveur des personnes touchées par un problème ou une situation, en influant les décideurs (personnes, groupes ou organisations/institutions) ».

La Fondation Motrice est dédiée à la cause de la Paralyse Cérébrale, rédiger un plaidoyer pourrait être le moyen de :

- ♦ mobiliser un soutien pour la cause de la Paralyse Cérébrale,
- ♦ influencer la législation en lien avec les personnes touchées par cette pathologie,
- ♦ changer les attitudes à l'égard de la cause de la Paralyse Cérébrale,
- ♦ améliorer la vie des personnes affectées par la Paralyse Cérébrale.

3.2.2 Etudier la possibilité de faire un encart publicitaire dans « Le guide des associations & fondations »

«Le guide des associations & fondations – legs et donations » est un Hors série diffusé gratuitement à 11 000 exemplaires auprès des abonnés de la Semaine Juridique Notariale et Immobilière du notariat français, soit 9000 notaires.

Il s'agit d'un ouvrage de référence qui répertorie les associations et les fondations habilitées à recevoir des legs et des donations.

Cet outil est à la disposition des notaires pour proposer à leurs clients qui le souhaitent de faire un don ou legs à une association ou fondation pour laquelle ils auraient un intérêt.

Une fiche concernant la structure est présentée dans ce guide avec les coordonnées, le domaine d'action, les chiffres clés, les objectifs et les missions de celle-ci.

A titre d'exemple, 85 associations et fondations sont répertoriées par grand domaine d'action tel que celui de la santé : recherche médicale, soutien aux malades et à leur famille.

Parmi ces associations et fondations, nous pouvons citer :

- ♦ APF, Association des Paralysés de France,
- ♦ Alliance Maladies Rares,
- ♦ AFM Téléthon,
- ♦ FRM, Fondation pour la Recherche Médicale,
- ♦ ICM, Institut du Cerveau et de la Moelle Epinière,
- ♦ Vaincre la mucoviscidose, etc.

La Fondation pourrait être référencée dans ce guide, ce qui lui apporterait une visibilité pour se faire connaître auprès des 9000 notaires prescripteurs auprès de leurs clients.

Pour autant,

- une réflexion budgétaire est à mener sur le coût que cet investissement représente tout en prenant en compte les donations ou legs que cela pourrait rapporter,
- une enquête auprès de notaires serait utile pour connaître le réel usage de ce guide dans leur pratique professionnelle.

Les tarifs publicitaires en 2015 :

- ♦ logo de la Fondation : 300 euros HT
- ♦ 1/4 de page quadri sous présentation rédactionnelle + logo offert : 1100 euros HT
- ♦ 1/2 page quadri sous présentation rédactionnelle + logo offert : 1900 euros HT
- ♦ 1 page quadri face présentation rédactionnelle + logo offert : 2950 euros HT

3.2.3- Adhérer au CFF, Centre Français des Fonds et des Fondations

Le Centre Français des Fonds et des Fondations a pour vocation de regrouper tous les fonds de dotation et fondations. Il a pour mission d'aider à la connaissance du secteur, d'en favoriser le développement et d'en représenter les intérêts communs au bénéfice de l'intérêt général.

La Fondation Motrice pourrait rencontrer Béatrice de Durfort, Déléguée générale du CFF, et étudier la pertinence d'une adhésion.

En effet, au sein du CFF, il existe plusieurs groupes de travail dont un sur le handicap et un cercle regroupant toutes les fondations pour l'éducation qui échangent sur des problématiques d'éducation afin d'améliorer les pratiques pédagogiques pour des enfants en situation de handicap.

Adhérer au CFF permettrait à la Fondation d'être reliée à un réseau de fondations opératrices et de donateurs avec lesquels des partenariats pourraient être envisagés.

Béatrice de Durfort précise : « L'adhésion au CFF, permettrait à la Fondation Motrice d'être en visibilité et de bénéficier des retours des autres praticiens de ces champs du handicap et de l'éducation ».

3.2.4 Réaliser un benchmark de potentielles entreprises mécènes

L'ADMICAL est une association créée en 1979 qui développe le mécénat des entreprises et des entrepreneurs. Elle rassemble et représente tous les mécènes.

L'annuaire qu'elle édite répertorie les fondations (adhérentes ou non à l'ADMICAL) avec un descriptif par domaine d'interventions, politique de mécénat, budget, etc.

La Fondation Motrice pourrait se procurer cet annuaire (85 €) et réaliser un benchmark des entreprises et des fondations qui interviennent dans les domaines tels que la recherche médicale et le handicap.

Par ailleurs, **Jérôme Auriac**, Directeur général du cabinet **BE-LINKED** spécialisé sur la relation ONG-Entreprises indique : « Il est pertinent pour une organisation de s'intéresser également au monde des PME qui ouvrent des perspectives intéressantes pour créer des partenariats durables ».

Conclusion de la partie 3

RECOMMANDATIONS PRINCIPES METHODOLOGIQUES PROPOSITIONS À LA FONDATION MOTRICE



Dans cette troisième partie, j'ai proposé neuf axes de recommandations selon des grands principes méthodologiques pour les pré-requis indispensables à la création d'un comité d'ambassadeurs, puis des conseils complémentaires d'ordre général.

Ces recommandations et ces conseils ont pour but d'aider La Fondation Motrice dans sa réflexion qu'elle mènera à partir de mars 2016 pour créer un comité d'ambassadeurs.



❖ Conclusion générale

« **Quels sont les pré-requis pour créer un Comité d'Ambassadeurs ?** », j'ai tenté de répondre à ce sujet dans une démarche constructive pour apporter des éléments de réflexion à La Fondation Motrice dans le cadre de ce projet de création.

L'analyse de La Fondation Motrice et la mise en perspective de la matrice SWOT ont mis en exergue que la Fondation a des **atouts majeurs** pour créer ce comité d'ambassadeurs. Les membres de ce comité permettront, grâce à leurs carnets d'adresses, d'approcher les grands donateurs stratégiques : philanthropes, entreprises, fondations.

Un comité d'ambassadeurs s'intègre dans une stratégie « grands donateurs » que La Fondation Motrice devra mettre en place. Il sera nécessaire d'identifier l'orientation de toutes ses actions, de déterminer ses objectifs pour une durée déterminée mais, également, de se fixer les moyens et les ressources alloués pour atteindre les objectifs définis.

Il est important d'avoir conscience que créer ce comité d'ambassadeurs est une activité chronophage. En effet, il faudra aussi animer ce comité et lui donner des objectifs précis.

Les **facteurs clés de succès** d'un comité d'ambassadeurs sont **le réseau** et **la qualité de la relation** à créer qui est **au cœur de l'action** auprès des grands donateurs potentiels. Mettre à la tête de ce comité un jeune retraité à la personnalité charismatique reconnue serait idéal.

Avant d'initier ce comité, j'ai proposé à la Fondation, dans ce mémoire, neuf grands axes de recommandations qui me semblent incontournables pour atteindre son objectif :

- optimiser la rédaction de son projet stratégique,
- effectuer un benchmark de son environnement,
- identifier le projet à présenter aux potentiels grands donateurs,
- réfléchir aux contreparties pour ces grands donateurs,
- rédiger un argumentaire structuré et précis,
- définir concrètement qui sont les « grands donateurs » pour la Fondation,
- se faire connaître en donnant une impulsion à sa communication,
- renforcer ses liens avec les trois associations fondatrices pour développer le réseau,
- recruter un Responsable de la Communication et de la Collecte de fonds.

Aujourd'hui, La Fondation Motrice a certes une posture « unique » en France : elle représente le seul organisme dédié à la recherche médicale sur la Paralyse Cérébrale et a une légitimité auprès de la communauté scientifique en lien avec cette pathologie.

Néanmoins, la Fondation est face à la concurrence d'autres institutions qui collectent des fonds. Par ailleurs, le risque pour la Fondation serait qu'une structure existante développe une spécialité sur la recherche en lien avec la Paralyse Cérébrale ou qu'une structure apparaisse sur ce même sujet, auquel cas, il y aurait une concurrence directe avec La Fondation Motrice au niveau de la collecte de fonds, par exemple.

La vision de la Fondation est de devenir le « **Référent** » pour la recherche médicale sur la Paralyse Cérébrale en France vis-à-vis des associations, des personnes atteintes et des familles, du personnel soignant, des chercheurs, des sociétés savantes, des autorités de santé et des instances publiques.

Au-delà de créer un comité d'ambassadeurs, devenir « Référent » consiste aussi à avoir une communication dynamique afin de marquer son territoire pour se faire connaître du grand public, des donateurs, des entreprises et des médias.

La Fondation Motrice souhaite créer un comité d'ambassadeurs auprès de grands donateurs stratégiques. Je conseille aussi d'ouvrir des perspectives auprès des **ETI/PME³¹** et de **mutuelles**. Par ailleurs, travailler en collaboration avec d'autres secteurs de recherche périphériques à la Paralyse Cérébrale et créer des alliances avec des structures en lien avec la rééducation et des projets éducatifs innovants pour les bénéficiaires pourraient apporter de nouvelles synergies complémentaires à la Fondation.

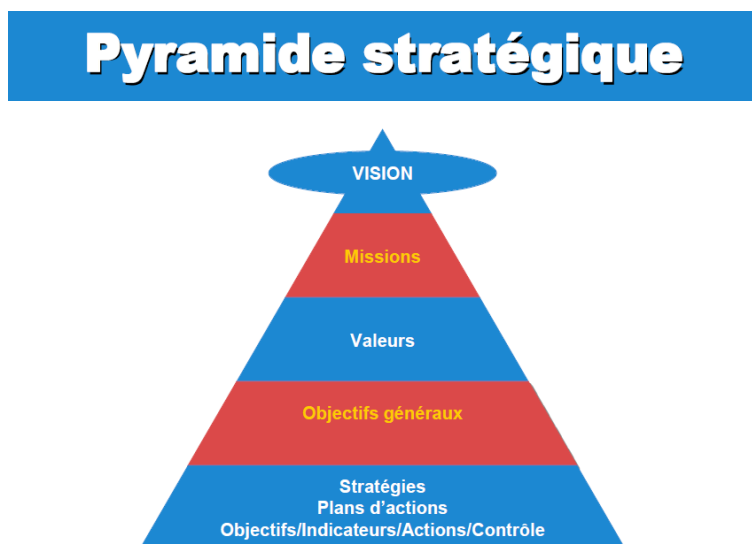
En 2016, l'évolution des statuts et le renouvellement de certains membres du Conseil d'Administration et du Conseil Scientifique pourront apporter un nouvel élan à la Fondation dans ses réflexions.

L'année 2016 sera aussi marquée par l'empreinte des dix ans de La Fondation Motrice. Cette nouvelle année et cet anniversaire pourront souligner de belles perspectives d'avenir.

Dans ce mémoire, j'ai fait état de nombreuses questions, à différents plans, auxquelles la Fondation doit apporter des réponses afin qu'elle puisse bien se positionner.

J'espère que tous ces questionnements permettront à La Fondation Motrice d'avancer sur sa vision à trois, cinq et dix ans de manière plus éclairée en se basant sur la synthèse de la pyramide stratégique ci-dessous.

Les réponses à toutes ces interrogations indiqueront à la Fondation si elle est prête à passer un cap vers une évolution de sa collecte de fonds qui amènera certainement à un accompagnement dans la conduite du changement.



³¹ ETI : Entreprises de Taille Intermédiaires - PME : Petites et Moyennes Entreprises

³² Adéma – Module DV1 – Développement du fundraising - pyramide - intervenant : Jean-Marie Destrée

❖ Appports des interviews

Les synthèses des interviews de la Fondation A.R.C.A.D, de la Fondation Hospitalière Sainte-Marie et de la Croix-Rouge française ci-dessous ont permis d'avoir une meilleure compréhension des fonctionnements de ces structures sur leurs actions de collecte de fonds.

- **Fondation A.R.C.A.D,**
Mariella de Bausset, Secrétaire générale

La Fondation A.R.C.A.D, Aide et Recherche en Cancérologie Digestive, créée à l'initiative du Professeur Aimery de Gramont, a été reconnue d'utilité publique par décret du Conseil d'Etat du 22 décembre 2006.

Elle est la seule Fondation de recherche reconnue d'utilité publique en France dédiée exclusivement à la lutte contre les cancers digestifs : œsophage, estomac, pancréas, foie, colon, rectum.

Le principe fondateur de cette Fondation est de ne pas faire de fundraising. La Fondation n'a donc pas constitué de comité de soutien. La Fondation reconnue comme spécialiste travaille énormément sur son image et sa communication, et démontre qu'elle est la seule et experte dans ses domaines.

Il est intéressant de noter que quelques grands donateurs sont venus rencontrer la Fondation spontanément et se sont organisés entre eux pour réaliser des actions de collecte de fonds au profit de la Fondation.

Les grands donateurs qui s'adressent à la Fondation, le font car la cause est identifiée grâce à ses expertises ou ils ont un proche/un collègue de travail atteint par l'une de ces maladies meurtrières ou bien décédé.

100% des dons versés sont affectés à la mission de la Fondation A.R.C.A.D ou à des études cliniques.

La Fondation commence à être connue grâce aux patients, à leurs familles et aux médecins. Ces derniers sont les « ambassadeurs » de cette cause.

La relation avec ces grands donateurs se construit par des courriers, des e-mails et des appels téléphoniques très personnalisés qui explicitent à quoi vont servir leurs dons. Créer un rapport personnalisé qualitatif afin de tisser des liens permet d'instaurer la confiance, de susciter et de mobiliser le cœur des personnes.

En savoir plus : <http://www.fondationarcad.org/>

- **Fondation Hospitalière Sainte-Marie,**
Ingrid Antier-Perrot, Directrice Philanthropie et Communication

La Fondation Hospitalière Sainte-Marie répond aux besoins spécifiques des personnes dépendantes, malades ou atteintes d'affections chroniques invalidantes, quel que soit leur âge. Elle s'engage pour la préservation d'un secteur privé à but non lucratif fort sur les territoires afin de favoriser l'accès aux soins pour tous, notamment les populations les plus démunies.

Depuis 2005, la Fondation est reconnue d'utilité publique. Par ailleurs, son statut de fondation abritante lui permet de créer sous l'égide des fondations abritées. La Fondation propose à des philanthropes qui souhaitent s'impliquer de financer des projets soit de la Fondation elle-même soit d'autres projets de structures sur le champ du handicap et de la dépendance.

La Fondation est un regroupement d'établissements sanitaires médicaux sociaux (60 établissements sanitaires médicaux sociaux en Ile-de-France) autour de six pôles métiers en lien avec le handicap et la dépendance. C'est une structure de gestionnaire d'établissements.

La mission de la Fondation est d'accompagner le handicap et la dépendance à chaque stade de la vie. Elle intervient dans trois champs de fragilité : l'enfance, la personne adulte en situation de handicap, et des personnes âgées dépendantes.

L'objectif est de leur proposer des solutions, des services de soins ou des établissements de soins pour répondre à leurs différentes problématiques

La Fondation prend en charge toutes les actions de communication des établissements, la presse et les ressources privées : dons, legs, mécénat et les fondations abritées.

Pour développer la collecte de fonds, la Fondation s'est adressée à un cercle restreint c'est-à-dire à des personnes qui passent dans les établissements et qui donnent leur accord écrit pour communiquer leurs coordonnées.

Ces personnes sont sollicitées deux fois par an au maximum et, notamment, lors de la campagne ISF.

Cette démarche a initié la relation avec ces donateurs et acculturé les établissements sur le fait de faire appel à des fonds privés sur la recherche de fonds. En général, les dons ne sont pas fléchés.

Avec la somme collectée, la Fondation crée un appel à projet annuel sur des thématiques pour les établissements. En 2014, 300k€ (récoltés en majorité avec le mécénat d'entreprises et un legs) ont été redistribués aux établissements.

En savoir plus : <http://www.fondationhospitalieresaintemarie.com/>

- **Croix-Rouge française,**
Christelle Lafon-Paredes, Responsable Philanthropie et Responsable du Tiffany Circle

Fondée pour soigner, la Croix-Rouge française considère son engagement sanitaire comme un devoir social. Elle est aujourd'hui le premier opérateur associatif français et gère près de 600 établissements dans les secteurs sanitaire, social et médico-social ainsi que dans le champ de la formation.

L'approche des grands donateurs à la Croix-Rouge française

Le choix de la Croix-Rouge française n'est pas dans la création d'un comité de soutien pour approcher les grands donateurs.

La stratégie est de faire une approche directe individualisée pour toucher les grands donateurs. A ce titre, la Croix-Rouge française propose trois cercles aux grands donateurs. Chaque cercle ouvre droit à une réduction d'impôt sur le revenu et/ou sur les sociétés.

En interne, l'utilisation de la base de données clients est modérée. Christelle Lafon-Paredes et sa directrice rencontrent le prospect identifié par le biais du réseau de la Croix-Rouge française et selon la cible, elles proposent l'un des trois cercles ci-dessous.

- Le fonds Ready

Le fonds Ready permet de renforcer les actions de prévention et de préparation des communautés à la catastrophe, d'anticiper et de réagir dès qu'une crise survient et finance des programmes de post-urgence pour une reconstruction des territoires sinistrés.

Ce fonds est mixte, il regroupe à la fois des grands donateurs et des entreprises.

Pour les entreprises, ce cercle propose une cotisation annuelle déclinée en une convention de partenariat de 500 k€, 100 k€ ou 200 k€.

Pour les mécènes philanthropes, la cotisation annuelle est de 5000 €, 10 000 € et 25 000 €.

Aujourd'hui, il est constitué de quatre entreprises : Sanofi Espoir, Fondation Total, Technip, Bolloré Logistics et de deux grands donateurs.

Le fonds Ready communique au long de l'année sur les projets soutenus par le biais d'une newsletter, le rapport annuel et des rencontres. Il organise des événements et propose aux partenaires des actions pour une mobilisation de leurs collaborateurs.

- Le Tiffany Circle

Ce cercle est réservé aux femmes philanthropes et offre le choix de soutenir cinq projets identifiés :

- la formation des collégiens et lycéens aux premiers secours,
- des bourses d'études en soins infirmiers,
- l'assainissement et l'accès à l'eau au Vietnam,
- une maison de parents pour l'hôpital d'enfants de Margency dans le Val-d'Oise,
- des chantiers d'insertion.

Le Tiffany Circle propose trois niveaux de contribution annuelle : donatrice (5000 €), bienfaitrice (10 000 €), mécène (25 000 €). Ce cercle est composé d'une dizaine de membres. Il invite, notamment, ces femmes philanthropes à des réunions autour des actions soutenues, des événements en France et en Europe et au sommet annuel à Washington DC qui rassemble les membres de tous les pays.

Christelle Lafon-Paredes prospecte des femmes nommées à des fonctions importantes.

A ce jour, le succès de ce cercle féminin est modéré. En effet, la stratégie initiale a été de viser directement de grandes donatrices sans que ce cercle ait une Présidente. Aujourd'hui la Croix-Rouge française, cherche à recruter une Présidente pour développer ce cercle.

- Le Cercle Henry Dunant

Le Cercle Henry Dunant permet de soutenir indifféremment tous les projets de la Croix-Rouge française dans les champs de l'action sociale, de l'action internationale et de l'accès aux soins.

Ce cercle propose aux donateurs une invitation aux vœux du Président de la Croix Rouge française, des réunions d'information pour échanger avec les acteurs de la Croix-Rouge française, des colloques thématiques, des conférences.

L'adhésion annuelle est de 5000 € ou 10 000 € ou 25 000 € ou 100 000 €. A chaque montant la Croix-Rouge française explique à quoi va servir le don ; par exemple, la somme de 10 000 € permet à 1000 personnes d'être initiées aux gestes qui sauvent.

En savoir plus : <http://www.croix-rouge.fr/>

❖ **Bibliographie**

- Les clés du fundraising pour créer son chemin vers une collecte de fonds efficace
AFF (Association Française des Fundraisers)
Ouvrage publié avec le soutien du Ministère des Sports, de la Jeunesse, de l'Éducation populaire et de la Vie association - 2013
- Fundraising - Stratégies pour la recherche et l'enseignement supérieur dans les secteurs publics et privé
Nathalie Levallois-Midière - Marie-Stéphane Maradeix
Editions Eyrolles - 2010
- Se lancer dans la collecte de fonds privés
Perrine Daubas et Vincent Edin
Editions Dalloz Juris - Hors Série - sept 2015
- Collecte de fonds et philanthropie
Sébastien Bigot de la Touanne et Perrine Daubas
Jurisassociation - Février 2015

❖ **Mes participations : forum - colloque - conférences en 2015**

- Forum National des associations et des Fondations - 21 octobre
- AFF : conférence - Retour d'expériences de la démarche de collecte dans le secteur hospitalier - 22 octobre
- AFF : conférence - Présentation de la Fondation de Bordeaux Université pour la collecte de fonds - 19 novembre
- Colloque : « La philanthropie au XXI^{ème} : construire le bien commun » co-organisé par la Fondation Calouste Gulbenkian, le Centre Français des Fonds et Fondations (CFF) et la Fondation de France - 12 novembre
- AFF : conférence - Les causes difficiles en collecte de fonds - 10 décembre

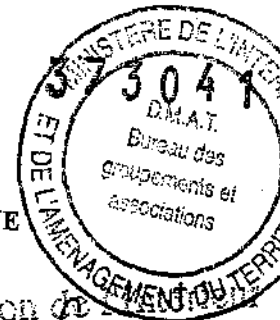
❖ **Annexes**

Annexe 1 - Les statuts de La Fondation Motrice

Annexe 2 - La Charte de déontologie de La Fondation Motrice

Annexe 3 - Le Conseil d'Administration de La Fondation Motrice

Annexe 4 - Le Conseil Scientifique de La Fondation Motrice



L'administratrice civile
chef du bureau des groupements
et associations.

Marie LOTTIER

STATUTS DE LA FONDATION RECONNUE D'UTILITE PUBLIQUE
« LA FONDATION MOTRICE
« Recherche sur la Motricité Cérébrale »

Vu à la Section de
Le 16 mai 2006
Le Rapporteur

I - But de la fondation

Article 1^{er}

LA FONDATION MOTRICE fondée en 2005 a pour but de :

1) Promouvoir et soutenir la recherche et l'innovation relatives à l'infirmité motrice cérébrale dans son acception la plus large (paralysie cérébrale).

Les champs de ces recherches concernent les sciences médicales et biomédicales, les sciences sociales et humaines, les sciences de l'éducation, la recherche technologique et les sciences de l'ingénieur et plus largement tout ce qui peut contribuer à améliorer la situation et la qualité de vie des infirmes moteurs cérébraux ou la prévention des lésions.

2) Œuvrer pour l'amélioration de la qualité des soins, la diffusion des bonnes pratiques et le développement des connaissances. La recherche n'est utile que si elle se traduit dans la vie de ceux qui en ont besoin.

3) Répondre également à des situations d'urgence dans le domaine de l'infirmité motrice cérébrale.

Elle a son siège à PARIS

Article 2

Les moyens d'action de la fondation sont notamment les suivants :

La fondation agit en finançant des projets sélectionnés lors d'appels d'offres.

Elle agit également en mobilisant les équipes constituées comme en aidant les jeunes chercheurs à se former, en suscitant de nouveaux travaux ou les conduisant elle-même, en coordonnant des moyens inter-équipes et l'accès à des financements issus d'origines multiples.

Elle finance les projets de recherche sélectionnés par ses membres fondateurs au titre de l'appel d'offre 2005/2006.

Elle organise des actions de sensibilisation pour développer l'intérêt et l'attention portés à cette pathologie et à ceux qui en sont atteints.

Elle organise ou soutien des actions de formation, en particulier dans le domaine de la recherche et de l'évaluation des pratiques.

Elle contribue à la réflexion sur les carrières et les débouchés professionnels.

Elle organise les actions de communications ou les opérations qui lui permettent de rassembler les moyens financiers et les équipes nécessaires au développement de ses projets.

De façon plus générale elle peut réaliser toute action lui permettant de réaliser son objet et se dote de l'ensemble des moyens lui permettant d'atteindre ses buts.

M.D. K



II - Administration et fonctionnement

Article 3

La fondation est administrée par un conseil composé de 12 membres dont :

- 4 au titre du collège des fondateurs (2 nommés par l'APETREIMC et 2 élus par l'Assemblée des fondateurs)
- 3 au titre du collège des membres de droit ;
- 4 au titre du collège des personnalités qualifiées ;
- 1 au titre du collège des « amis » de la fondation

Le collège des fondateurs comprend deux représentants nommés par l'APETREIMC et deux représentants désignés par l'Assemblée des fondateurs, selon les modalités prévues au règlement intérieur. En cas d'empêchement définitif des fondateurs, ils sont choisis par les autres membres du collège. En cas de désaccord au sein de ce collège, ils sont cooptés par l'ensemble du conseil d'administration.

Tout donateur pourra se voir attribuer la qualité de fondateur sur décision du Conseil d'Administration, selon les modalités prévues au règlement intérieur.

Le collège des membres de droit comprend le ministre de l'intérieur, de la sécurité intérieure et des libertés locales ou son représentant, le ministre délégué à la recherche ou son représentant, ainsi que le ministre chargé de la santé ou son représentant

Le collège des personnalités qualifiées comprend des personnes choisies en raison de leur compétence dans le domaine d'activité de la fondation. Celles-ci sont cooptées par les autres membres du conseil d'administration.

Le collège des « amis » de la fondation comprend une personne désignée par l'Association des amis de la Fondation Motrice.

A l'exception des membres de droit, les membres du conseil sont nommés pour une durée de 4 années et renouvelés par moitié tous les 2 ans. Leur mandat est renouvelable. Lors du premier renouvellement, les noms des membres sortants sont désignés par la voie du sort.

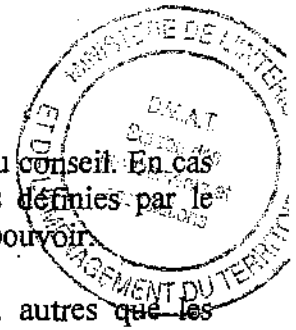
Le règlement intérieur précise les conditions dans lesquelles il est procédé au renouvellement des membres du conseil.

A l'exception des membres de droit les membres du conseil d'administration peuvent être révoqués pour juste motif par le conseil d'administration, dans le respect des droits de la défense.

En cas de décès, de démission, d'empêchement définitif ou de révocation d'un membre du conseil d'administration, il sera pourvu à son remplacement dans les deux mois. Les fonctions de ce nouveau membre prennent fin à la date à laquelle aurait normalement expiré le mandat de celui qu'il remplace.

M. D. K.

Les membres du conseil sont tenus d'assister personnellement aux séances du conseil. En cas d'empêchement, un membre peut donner son pouvoir dans les conditions définies par le règlement intérieur. Chaque membre ne peut toutefois détenir plus d'un seul pouvoir.



En cas d'absences répétées sans motif valable, les membres du conseil, autres que les membres de droit pourront être déclarés démissionnaires d'office dans les conditions définies par le règlement intérieur, dans le respect des droits de la défense.

Un conseil scientifique comprend entre 8 et 20 membres désignés par le Conseil d'administration. Il assiste le conseil d'administration selon des modalités définies par le règlement intérieur. Il donne son avis sur les grandes orientations de la Fondation et sur les appels à projets.

Article 4

Le Conseil élit parmi ses membres un Président. Il désigne également un bureau qui comprend, outre le président, un vice-président, un trésorier et un secrétaire. Le bureau est élu pour une durée de 2 années

Les membres du bureau peuvent être révoqués, collectivement ou individuellement, pour juste motif par le conseil d'administration, dans le respect des droits de la défense.

Article 5

Le conseil se réunit au moins une fois tous les six mois. Il se réunit à la demande du président ou du quart de ses membres.

Il délibère sur les questions mises à l'ordre du jour par son président et sur celles dont l'inscription est demandée par le quart au moins de ses membres

La présence de la majorité des membres en exercice du conseil d'administration est nécessaire pour la validité des délibérations. Si le quorum n'est pas atteint, il est procédé à une nouvelle convocation dans les conditions qui sont précisées par le règlement intérieur. Le conseil peut alors valablement délibérer si le tiers au moins des membres en exercice sont présents.

Sous réserve des stipulations de l'article 13 les délibérations du conseil sont prises à la majorité des suffrages exprimés. En cas de partage égal des voix, celle du président est prépondérante.

Il est tenu procès-verbal des séances, lequel est signé par le président et par le secrétaire ou, en cas d'empêchement, par un autre membre du bureau.

Les agents rétribués par la fondation ou toute autre personne dont l'avis est utile peuvent être appelés par le président à assister, avec voix consultative, aux séances du conseil.

Le bureau se réunit au moins quatre fois par an sur convocation de son président.

M. A. 



Article 6

Les fonctions de membre du conseil d'administration et du bureau sont gratuites.

Des remboursements de frais sont seuls possibles sur justificatifs, dans les conditions fixées par le conseil d'administration et selon les modalités définies par le règlement intérieur.

III - Attributions

Article 7

Le conseil d'administration règle, par ses délibérations, les affaires de la fondation.

Notamment :

- 1° Il arrête le programme d'action de la fondation ;
- 2° Il adopte le rapport qui lui est présenté annuellement par le bureau sur la situation morale et financière de l'établissement ;
- 3° Il vote, sur proposition du bureau, le budget et ses modifications ainsi que les prévisions en matière de personnel ;
- 4° Il reçoit, discute et approuve les comptes de l'exercice clos qui lui sont présentés par le trésorier avec pièces justificatives à l'appui ;
- 5° Il adopte, sur proposition du bureau, le règlement intérieur ;
- 6° Il accepte les dons et les legs et autorise, en dehors de la gestion courante, les acquisitions et cessions de biens mobiliers et immobiliers, les marchés, les baux et les contrats de location, la constitution d'hypothèques et les emprunts ainsi que les cautions et garanties accordées au nom de la fondation ;
- 7° Il désigne un ou plusieurs commissaires aux comptes choisis sur la liste mentionnée à l'article L..822-1 ;
- 8° Il fixe les conditions de recrutement et de rémunération du personnel ;
- 9° Il est tenu informé par le président de tout projet de convention engageant la fondation et délibère sur les conventions entrant dans le champ de l'article L. 612-5 du code de commerce ; dans ce cas, il se prononce hors la présence de la personne intéressée.

Le conseil d'administration peut créer un ou plusieurs comités chargés de l'assister dans toutes les actions menées par la fondation. Leurs attributions, leur organisation et leurs règles de fonctionnement sont fixées par le règlement intérieur.

Il peut accorder au bureau, en deçà d'un montant qu'il détermine, une délégation permanente pour les cessions et acquisitions de biens mobiliers et immobiliers ainsi que pour l'acceptation des donations et des legs, à charge pour ce dernier de lui en rendre compte à chaque réunion du conseil.

Le bureau instruit toutes les affaires soumises au conseil d'administration et pourvoit à l'exécution de ses délibérations

M.A.



Article 8

Le président représente la fondation dans tous les actes de la vie civile. Il ordonnance les dépenses. Il peut donner délégation dans les conditions définies par le règlement intérieur.

Le président ne peut être représenté en justice que par un mandataire agissant en vertu d'une procuration spéciale. Toutefois, le président peut consentir au directeur une procuration générale pour représenter la fondation dans les litiges qui touchent à la gestion courante dans des conditions définies par le règlement intérieur.

Après avis du conseil d'administration, le président nomme le directeur de la fondation. Il met fin à ses fonctions dans les mêmes conditions.

Le directeur de la fondation dirige les services de la fondation et en assure le fonctionnement. Il dispose des pouvoirs nécessaires à l'exercice de sa mission, par délégation du président. Il assiste de plein droit, avec voix consultative, aux réunions du conseil d'administration et du bureau.

Le trésorier encaisse les recettes et acquitte les dépenses.

Les représentants de la fondation doivent jouir du plein exercice de leurs droits civils.

Article 9

A l'exception des opérations de gestion courante des fonds composant la dotation, les délibérations du conseil d'administration relatives aux aliénations de biens mobiliers et immobiliers composant la dotation ne sont valables qu'après approbation administrative. Il en va de même pour les délibérations de ce conseil portant sur la constitution d'hypothèques ou sur les emprunts.

Les délibérations du conseil d'administration relatives à l'acceptation des dons et legs ne sont valables qu'après approbation administrative donnée dans les conditions prévues par l'article 910 du code civil, par l'article 7 de la loi du 4 février 1901 et le décret n° 66-388 du 13 juin 1966 modifié.

M. A. H.



IV - Dotation et ressources

Article 10

La dotation comprend une somme de 1.470.000 € (un million quatre cent soixante dix mille euros), dont 470 000€ (quatre cent soixante dix mille euros) susceptibles d'être consommables, faisant l'objet des apports suivants :

- 970 000 euros par les fondateurs, à savoir :
- 800 000 euros versés par l'APETREIMC
- 130 000 euros versés par la SESEP
- 40 000 euros versés par le CDI

le tout faisant l'objet d'un acte notarié fait en l'étude de Maître Bruno Vincent, en vue de la reconnaissance d'utilité publique de la fondation

- 500 000 euros apportés par l'Etat dans le cadre du compte d'affectation spéciale

Les versements constitutifs de la dotation seront effectués par les fondateurs selon le calendrier suivant :

- 310 000 euros (260.000 € versés par l'APETREIMC, 40.000 € versés par la SESEP et 10 000€ versés par le CDI) dans les deux mois suivant la date de reconnaissance d'utilité publique de la fondation
- 290.000 euros (250 000 € versés par l'APETREIMC, 30.000 € versés par la SESEP et 10 000 € versés par le CDI) dans les douze mois suivant leur premier versement ;
- 120.000 euros (80 000 € versés par l'APETREIMC, 30.000 € versés par la SESEP et 10 000 € par le CDI) dans les douze mois suivant leur précédent versement ;
- 140.000 euros (100 000 € versés par l'APETREIMC, 30.000 € versés par la SESEP et 10 000 € par le CDI) dans les douze mois suivant leur précédent versement ;
- 110.000 € versés par l'APETREIMC dans les douze mois suivant son précédent versement.

Elle peut être accrue en valeur absolue par décision du conseil.

La fondation dispose des biens constituant la dotation pour l'accomplissement de son objet. Elle peut procéder à leur aliénation dans les conditions prévues aux articles 7 et 9 des présents statuts.

Article 11

Le fonds de dotation est placé en valeurs mobilières, cotées ou non cotées à une bourse officielle française ou étrangère, en titres de créances négociables, en obligations assimilables du Trésor, en immeubles nécessaires au but poursuivi ou en immeubles de rapport.

M.A. B.



Article 12

Les ressources annuelles de la fondation se composent :

- 1° Du revenu de la dotation et de la partie de cette dernière consacrée au financement des actions de la fondation ;
- 2° Des subventions qui peuvent lui être accordées ;
- 3° Du produit des libéralités dont l'emploi est autorisé ;
- 4° Du produit des ressources créées à titre exceptionnel et, s'il y a lieu, avec l'agrément de l'autorité compétente ;
- 5° Du produit des ventes et des rétributions perçues pour service rendu ;
- 6° Des sommes provenant du fonds de partage ou tout autre produit solidaire ;
- 7° Et tous produits autorisés par la réglementation en vigueur.

La fondation établit dans les six mois qui suivent la fin de chaque exercice social des comptes annuels certifiés par un commissaire aux comptes conformément au règlement n° 99-01 du 16 février 1999 du comité de la réglementation comptable relatif aux modalités d'établissement des comptes annuels des associations et fondations, homologué par l'arrêté interministériel du 8 avril 1999.

V - Modification des statuts et dissolution

Article 13

Les présents statuts ne pourront être modifiés qu'après deux délibérations du conseil d'administration prises à deux mois d'intervalle et à la majorité des trois quarts des membres en exercice.

Toutefois, une seule délibération suffit lorsque la modification a été décidée à l'unanimité des membres en exercice.

Article 14

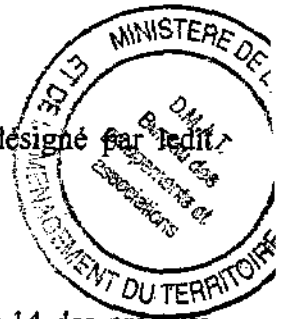
La fondation est dissoute sur décision du conseil d'administration ou en cas de retrait de la reconnaissance d'utilité publique ou, au plus tard, à la date à laquelle la dotation définie à l'article 10 est réduite à 10% de sa valeur initiale. Elle est également dissoute si les versements prévus à l'article 10 ne sont pas effectués conformément au calendrier fixé.

Le conseil d'administration désigne alors un ou plusieurs commissaires qu'il charge de procéder à la liquidation des biens de la fondation et auquel il confère tous les pouvoirs nécessaires pour mener à bien cette mission. Le conseil attribue l'actif net à un ou plusieurs établissements analogues, publics ou reconnus d'utilité publique ou à un ou plusieurs des établissements visés à l'alinéa 5 de l'article 6 de la loi du 1^{er} juillet 1901 modifiée.

Ces délibérations sont adressées sans délai au ministre de l'intérieur, de la sécurité intérieure et des libertés locales, au ministre délégué à la recherche et au ministre chargé de la santé. Dans le cas où le conseil d'administration n'aurait pas pris les mesures indiquées, un décret interviendrait pour y pourvoir. Les détenteurs de fonds, titres et archives appartenant⁷⁵ à la

M. D. AC

fondation s'en dessaisiront valablement entre les mains du commissaire désigné par décret.



Article 15

Les délibérations du conseil d'administration mentionnées aux articles 13 et 14 des présents statuts ne sont valables qu'après approbation du Gouvernement.

VI - Contrôle et règlement intérieur

Article 16

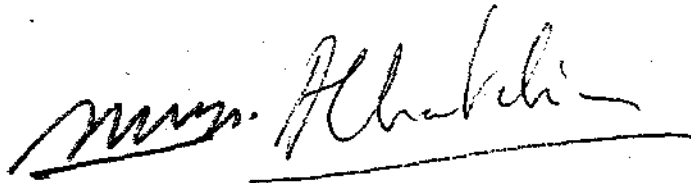
Le rapport annuel, le budget prévisionnel et les documents comptables mentionnés à l'article 12 des présents statuts sont adressés chaque année au préfet du département, au ministre de l'intérieur, de la sécurité intérieure et des libertés locales, au ministre délégué à la recherche et au ministre chargé de la santé.

Le ministre de l'intérieur, de la sécurité intérieure et des libertés locales, le ministre délégué à la recherche et le ministre chargé de la santé auront le droit de faire visiter par leurs délégués les divers services dépendant de l'établissement et de se faire rendre compte de leur fonctionnement

Article 17

Un règlement intérieur, qui précise les modalités d'application des présents statuts, est élaboré conformément à l'article 7 des présents statuts. Il ne peut entrer en vigueur qu'après approbation du ministre de l'intérieur, de la sécurité intérieure et des libertés locales. Il est modifié dans les mêmes conditions.

Ce règlement est transmis à la préfecture du département.





LA FONDATION
MOTRICE
RECHERCHE SUR LA
PARALYSIE CÉRÉBRALE

Parrain de la Fondation
M. Andrea CASIRAGHI

Conseil d'Administration

Dr A CHATELIN
Président

Pr R RAPPAPORT
Vice-président

Mr J VAGNONI
Secrétaire Général

Mr P-E CARNOT
Trésorier

Mr D CHASTENET DE GERY

Mr Y FOURMIGUE

Mr P FRANCOIS

Dr L HERTZ-PANNIER

Mme F RACINE

Mr C SCHMIDT de La BRELIE

Dr B VALLET

Conseil Scientifique

Pr M TARDIEU
Paris Sud, Président

Dr V ACHACHE, PhD
Saint Maurice
Pr O BAUD
Paris

Mr E BERARD
Représentant des familles

Dr S BROCHARD
Brest

Dr J DE LA CRUZ
Madrid

Dr J FLUSS
Genève

Pr J-M GRACIES
Créteil

Dr E JACOTOT, PhD
Paris, Londres

Pr I KRÄGELOH-MANN
Tübingen

Charte de Déontologie

• Missions, Vision et Valeurs

La Fondation Motrice est une Fondation de Recherche reconnue d'utilité publique en 2006. Elle est la seule Fondation en France spécifiquement dédiée à la Paralyse Cérébrale

Nos Missions

1. Promouvoir et soutenir la recherche et l'innovation relatives à la Paralyse Cérébrale par la prévention des causes (préserver le cerveau du nouveau-né), la prise en charge des conséquences et l'amélioration de la qualité de vie des personnes atteintes.
2. Œuvrer pour l'amélioration de la qualité des soins et de l'accompagnement par la diffusion des bonnes pratiques et le développement des connaissances

Notre Vision

Par notre action, nous voulons devenir le « Référent » sur la recherche dans la Paralyse Cérébrale en France vis-à-vis des associations, des personnes atteintes et des familles, du personnel soignant, des chercheurs, des sociétés savantes et autorité de santé/instances publiques

En développant la reconnaissance de la Paralyse Cérébrale en tant que cause de santé publique

En travaillant pour diminuer l'incidence (nouveaux cas) de la Paralyse Cérébrale en France

En améliorant la prise en charge des personnes atteintes que ce soit dans la qualité des soins ou dans le développement de la qualité de vie.

Nos Valeurs

Nos Valeurs

- Le respect des personnes atteintes de Paralyse Cérébrale avec la prise en compte de leurs attentes et de leurs opinions
- La capacité à traduire les progrès de la recherche sur la Paralyse Cérébrale en bénéfices pratiques dans la vie de tous les jours pour les personnes atteintes.
- Développer de hauts standards de recherche au travers de la qualité des projets soutenus
- Travailler et atteindre un niveau d'excellence dans le cadre d'une coopération internationale pour enrichir la connaissance, bénéficier et faire bénéficier des progrès réalisés par les équipes de tous les pays.
- Travailler dans le cadre d'une éthique indiscutable et dans la transparence que ce soit pour le choix de nos partenaires, le financement de nos programmes de recherche, la traçabilité de nos ressources et de nos dépenses, la rigueur scientifique ainsi que sur notre engagement à communiquer les résultats des études pour lesquelles La Fondation s'est investie.
- **Relations entre La Fondation Motrice et ses parties prenantes**

Les personnes atteintes et les familles

La Fondation Motrice s'engage à respecter les objectifs qu'elle s'est fixée dans ses statuts. Elle mettra en œuvre, dans la mesure de ses moyens, toutes actions permettant de faire progresser la recherche et l'innovation et plus largement tout ce qui peut contribuer à améliorer la situation et la qualité de vie des personnes atteintes de Paralyse Cérébrale ou la prévention des lésions. Elle travaillera également à l'amélioration de la qualité des soins, la diffusion des bonnes pratiques et le développement des connaissances. L'écoute des personnes atteintes et des familles est un élément structurant de la réflexion et de la stratégie de La Fondation.

Les salariés

Dans le cadre de ses fonctions, tout salarié se voit remettre, en sus de son contrat de travail et de sa définition de poste, le règlement intérieur de La Fondation Motrice ainsi que la présente Charte de Déontologie à laquelle il doit adhérer.

Les Bénévoles

La Fondation Motrice s'assure le concours de bénévoles qualifiés qui contribuent à son action et à son développement. Tout bénévole accueilli et intégré à La Fondation Motrice se voit remettre

une Charte du Bénévolat. Elle définit le cadre des relations et des règles de fonctionnement qui doivent s'instituer entre les responsables, les salariés de La Fondation Motrice et les bénévoles.

La Fondation Motrice s'engage vis à vis des salariés et des bénévoles à :

- Leur donner une information claire sur La Fondation, ses objectifs et son fonctionnement
- Assurer leur formation et leur accompagnement sur l'évolution de ces éléments par un responsable compétent
- Les aider à s'impliquer et à s'épanouir au sein de l'équipe de La Fondation

Les donateurs

La Fondation Motrice s'engage auprès des donateurs à les accompagner dans leur démarche de don afin de les aider à répondre à leurs objectifs en leur apportant sécurité et transparence.

La Fondation Motrice s'engage à communiquer à travers ses lettres et son site internet, sur l'utilisation des fonds mis à sa disposition par les donateurs.

Les équipes de recherche

La Fondation Motrice est le seul acteur Français à travailler avec une vue globale sur la Paralyse Cérébrale.

Elle se donne pour mission de financer à travers notamment des Appels à projets, des programmes de recherche autour de ses priorités. Elle est aidée dans ses décisions par un Conseil Scientifique indépendant qui évalue les projets à financer et conseille La Fondation Motrice sur ses choix d'orientation scientifique.

Elle développe des relations éthiques et transparentes avec l'ensemble des partenaires scientifiques qui travaillent dans le domaine de la Paralyse Cérébrale en France ou à l'étranger.

Les Partenariats de La Fondation Motrice

1. La Fondation Motrice suscite et accueille des partenariats avec des organismes poursuivant les mêmes buts ou dont les objectifs sont complémentaires de ceux de La Fondation. Ces partenariats sont, soit généraux à l'ensemble des activités, soit thématiques et en lien avec les priorités de La Fondation.

Les priorités thématiques de La Fondation Motrice sont à ce jour :

- La prévention des lésions cérébrales
- La prise en charge des principaux troubles de la Paralyse Cérébrale (douleur, motricité, langage et leur relation avec la cognition)
- Le parcours de vie de l'enfant et de l'adulte

2. La Fondation Motrice assure une visibilité totale de ses partenaires: libellé du Prix/Bourse mentionnant conjointement le partenaire et La Fondation, communication et organisation de remise du Prix/Bourse comportant toujours le nom du partenaire concerné...
3. Tous les projets scientifiques sont évalués par le Conseil Scientifique de La Fondation Motrice. La réflexion pour la sélection finale d'un projet peut associer le partenaire à la décision mais uniquement dans le cadre de projets validés par le Conseil Scientifique.
4. En fonction des moyens alloués par le partenaire et de l'objectif visé, on étudiera avec le partenaire la possibilité et l'utilité d'un appel à projet spécifique avec participation possible à la définition de la thématique, ou de s'inscrire dans un appel à projet existant, ou d'opter pour d'autres formes d'attribution des moyens à une action.
5. Pour donner plus d'impact à une démarche, s'il s'agit d'une de ses priorités les plus fortes, La Fondation Motrice peut décider d'abonder un financement ou de rechercher d'autres partenaires sur le même thème afin d'atteindre une taille critique sur un projet thématique. Cette décision se prend en accord avec l'ensemble des partenaires.
6. Les risques de conflits d'intérêts sont déclarés par les parties prenantes, soumis au Conseil d'Administration de La Fondation Motrice et mentionnés dans un document accessible à toutes les parties permettant d'en assurer la transparence.
7. Les moyens alloués à un projet prennent en compte une quote part des frais de La Fondation Motrice.

Mise à jour le 25 mars 2015

Annexe 3 Le Conseil d'Administration de La Fondation Motrice

Le Conseil d'Administration est composé de 12 membres nommés pour 4 ans renouvelables dont

- **5 membres représentant les fondateurs** (2 nommés par l'APETREIMC et 3 élus par l'Assemblée des fondateurs) :

Dr Alain Chatelin, Président de La Fondation Motrice, administrateur de l'APETREIMC et de l'Institut Motricité Cérébrale, gérant d'une société de conseil.

Pr Raphaël Rappaport, Vice-Président de La Fondation Motrice, Administrateur et Président du Conseil Scientifique de la Sesepe, Professeur émérite de Pédiatrie à Paris V.

M. Jacky Vagnoni, Secrétaire Général de La Fondation Motrice, Vice-Président de la FFAIMC, Président d'honneur de l'ARIMC de Haute Savoie.

M. Pierre-Elie Carnot, Trésorier de La Fondation Motrice.

Dr Lucie Hertz-Pannier, administratrice de l'APETREIMC, médecin-chercheur en neurosciences cliniques à NeuroSpin (CEA), et à l'INSERM (Hôpital Necker-Enfants malades).

- **3 membres de droit, représentants des ministères :**

Mme Florence Racine, Représentant du Ministère de l'Intérieur.

Représentant du Ministère de l'Enseignement supérieur et de la Recherche.

Dr J-Y Grall, Directeur Général de la Santé, Ministère de la Santé, Administrateur civil.

- **3 personnalités qualifiées, choisies en raison de leur compétence dans les domaines d'activité de la Fondation, cooptées par les autres membres du CA :**

M. Christian Schmidt de la Brélie

M. Pierre François

M. Yves Fourmigué

- **1 représentant de l'association des Amis de La Fondation Motrice :**

M. Daniel Chastenet de Géry

Annexe 4
Le Conseil Scientifique de La Fondation Motrice

Le Conseil Scientifique, composé de 10 membres donne son avis sur les grandes orientations de la Fondation et sur les appels à projets.

Mme Valérie ACHACHE
Saint-Maurice

Pr Olivier BAUD
Paris

Mr Eric Bérard
Représentant des familles

Dr Sylvain BROCHARD
Brest

Dr Javier DE LA CRUZ
Madrid

Dr Joël FLUSS
Genève

Pr Jean-Michel GRACIES
Créteil

Dr Etienne JACOTOT, PhD
Paris, Londres

Pr Ingeborg KRÄGELOH-MANN
Tübingen

Pr Marc TARDIEU
Paris Sud