

FORMATION MOBILISATION DES RESSOURCES

Manuel de formation Module II :
Cartographie des donateurs.





FORMATION OPLEIDING

Pour les ASBL

Voor VZW



Formation “Mobilisation
des ressources”

Récapitulatif de la dernière formation (module 1)

La dernière formation c'est focalisé sur la compréhension du concept de mobilisation des ressources, sur les quatre catégories principales (humaine, organisationnelle, financières, infrastructurelles), son cycle et les outils utilisés ainsi que l'identification des différents types de ressources (locales et externes), en déterminer des catégories, identifier les fournisseurs de ressources et leur paysage.

Pour préparer une stratégie spécifique de mobilisation des ressources, voici quelques questions :

- De combien de ressources avez-vous besoin ?
- A quoi serviront ces ressources ?
- À qui allez-vous demander des ressources ?
- Dans quel cadre avez-vous besoin de ressources ? *pour les opérations, les projets ou le capital ?*
- Combien cela coûtera-t-il pour obtenir le soutien de chaque ressource (organisation, individu, etc.) en fonction de chaque méthode ?
- Qui a la responsabilité de mobiliser les ressources avec chaque méthode ?
- Enfin, comment mesurerez-vous les résultats des recettes et des dépenses ?
- Comment attirer des donateurs ?

Module 2 : Cartographie des donateurs

- **SESSION 1** : COMPRÉHENSION DES DONATEURS DE RESSOURCES ET CONCEPT DE CARTOGRAPHIE DES DONATEURS ; PROFILS DE DONATEURS ; EXPÉRIENCES
- **SESSION 2** : CARTOGRAPHIER LES EXPÉRIENCES /FONDS DISPONIBLES
- **SESSION 3**:CARTOGRAPHIE DES RESSOURCES ET PAYSAGE DE FINANCEMENT
- **SESSION 4** : PAYSAGE DES FONDS ET DONATEURS ; EXERCISES

Résultats du module II

Les résultats d'apprentissage de cette formation sont de pouvoir maîtriser le processus nécessaire pour identifier les différents niveaux de fournisseurs de ressources dans les régions cibles. Ensuite, être en mesure de savoir faire la cartographie des donateurs, et cibler les potentiels concernés à qui nous allons envoyer les notes conceptuelles.

Il faut aussi pouvoir comprendre les étapes nécessaires pour fixer des objectifs. L'importance de connaître le profil du donateur, le portefeuille, son domaine d'intérêt pour la ressource ainsi que l'importance de son expérience (bonne ou mauvaise) afin d'adopter une stratégie adéquate.

INTRODUCTION

Afin d'identifier les donateurs potentiels, il est important que les réseaux rencontrent diverses ONG locales, nationales ou internationales, secteurs privés, agences, institutions, ambassades et agences multilatérales. Il faut pouvoir identifier les donateurs qui ont un mandat commun et sont prêts à financer les programmes des réseaux-OSC, c'est ce qu'on appelle : **la cartographie des donateurs**.

Grâce à un examen de suivi des activités passées, en cours et à un examen du programme de pays, **l'intérêt des donateurs peut être découvert**, ce qui aidera à définir et à développer le nouveau programme avec une forte probabilité d'être financé.

Une fois les nouveaux programmes/projets développés et les **donateurs potentiels identifiés**, les ONG peuvent envoyer des **notes conceptuelles** aux donateurs qui ont manifesté leur intérêt pour l'exercice de cartographie des donateurs

Objectifs

session 1

- Maîtriser le processus de cartographie, les fournisseurs et la mobilisation des ressources
- Présenter certains des outils et processus impliqués dans ces exercices
- Identifier différents niveaux de fournisseurs de ressources dans les régions cibles
- Discuter des avantages d'un exercice de cartographie des donateurs et des différentes étapes impliquées

■ Définitions

Ressources

Sont les compétences sociales, les connaissances, les concepts, l'argent, les matériaux, les informations et l'énergie. Elles sont essentielles pour atteindre les objectifs de l'organisation ou des individus.

Cartographie

Consiste à identifier comment chacun d'entre vous, en tant qu'individu, se connecte pour avoir besoin de ressources. Elle guide les organisations dans un processus d'exploration active et de connexion avec les personnes de la communauté qui ont divers degrés d'affinité avec leurs programmes. Il est principalement utilisé pour **identifier** les domaines sur lesquels l'organisation doit concentrer ses efforts de mise en réseau et mobilisation de ressources.

3 étapes à suivre

1. Déterminer les ressources dont l'organisation a besoin.
2. Dresser un inventaire des ressources actuelles, projetées, possédées ou contrôlées.
3. Faire une évaluation des ressources potentielles disponibles dans le paysage du financement.

3 principes de bases

- **Où** est le lieu de mise en œuvre du projet où se concentrent les donateurs ?
- **Quand**. Quel est le bon moment pour approcher les donateurs ?
- **Comment** les demandeurs vont procéder pour soumettre leurs propositions ?
les demandeurs vont procéder pour soumettre leurs propositions ?

Objectifs

session 2

L'objectif est de fournir des informations aux ONG's du Réseau sur les opportunités dans le pays et sur la manière dont leurs stratégies actuelles de mobilisation des ressources pourraient être améliorées. Les résultats issus de cette recherche amélioreront les portefeuilles de financement, réduisant ainsi la dépendance financière.

■ **Processus**

Le processus de cartographie peut être réalisé de plusieurs manières différentes, mais nous pouvons le diviser en deux catégories principales : **recherche et correspondance/classement**.

■ **Comment identifier le Profil d'un Bon Donateur ?**

Les indicateurs d'un bon donateur sont sa photo de profil, son identifiant, son adresse mail et la date à laquelle il est devenu donateur, ses dons récents ainsi que le portefeuille. (Le portefeuille est le budget estimé pour la période de programmation, qui correspond généralement au plan stratégique du bailleur aligné sur celui du pays).

■ Processus

Le processus de cartographie peut être réalisé de plusieurs manières différentes, mais nous pouvons le diviser en deux catégories principales : **recherche et correspondance/classement**.

■ Comment identifier le Profil d'un Bon Donateur ?

Les indicateurs d'un bon donateur sont sa photo de profil, son identifiant, son adresse mail et la date à laquelle il est devenu donateur, ses dons récents ainsi que le portefeuille. (Le portefeuille est le budget estimé pour la période de programmation, qui correspond généralement au plan stratégique du bailleur aligné sur celui du pays).

Conseils pour le Facilitateur

Il faut être en mesure de comprendre de quelle manière le donateur réalise le portefeuille et comment il détermine la zone d'intérêt. Dans chaque pays, ils ont leurs domaines d'intérêt dans lesquels ils fourniront des fonds pour la mise en œuvre de leurs programmes (avec ou sans restriction). Aussi, les portefeuilles sont basés sur le cadre de développement stratégique développé par le pays hôte. De plus, il est utile de collecter et stocker les données du donateur dans un tableau avec plusieurs catégories comme : Donateur/type/catégorie, Nom, Domaine d'activité, Domaines d'intérêt du donateur, Fond/subsides, par exemple.

Programme de développement organisationnel

en s'appuyant sur le travail réalisé dans la région, le soutien aux communautés permettra de remédier à certaines de leurs vulnérabilités réelles.

Santé et éducation.

La vision d'un donateur se concentre davantage sur l'amélioration de la santé et de l'éducation, celle du réseau concentrera ses actions sur le plaidoyer au niveau local au national.

La plupart du temps, des fonds sont disponibles dans les domaines critiques suivants du soutien au développement :

Gestion des ressources naturelles, résilience, moyens de subsistance.

La vision des donateurs peut se concentrer davantage sur la résilience en augmentant, améliorant et protégeant les moyens de subsistance et en réduisant les vulnérabilités des familles à faible revenu dans les zones ciblées du projet.

Plaidoyer

pour la gestion des ressources naturelles ou la bonne gouvernance.

Le droit à l'équité

axé sur l'intégration du genre et inclusion sociale en donnant aux femmes les moyens d'obtenir un rôle significatif dans la société et d'accroître leur pouvoir de décision.

■ Centres d'intérêts

Cela concerne les secteurs dans lesquels le donateur souhaite ou a prévu d'investir (action). Normalement, chaque donateur doit fixer la priorité aux secteurs dans lesquels il souhaite investir en fonction de son programme, vision et mission.

■ Contexte de financement

Il fait référence à l'analyse de la situation financière de chaque donateur dans chaque pays. À partir du fonds existant, le réseau peut accéder au type de donateur. Il saura également comment mobiliser le fonds (stratégie de mobilisation des ressources). Il convient aussi d'identifier les donateurs dans chaque domaine d'intérêt. *Par exemple, en RDC, les principaux donateurs sont l'UE, Ambassades, l'ONU, ONGI, etc.*

Objectifs

session 3

- Cartographier les expériences des donateurs pour mobiliser des ressources
- Comment créer une approche axée sur les donateurs
- Maîtriser les étapes pour faire vivre l'expérience donateur
- *Une connaissance approfondie de l'expérience des donateurs dans les zones où réseaux et les ONG opèrent. (Stockage des données cartographiques).*

Mise en place

- *Conception de description cartographie des engagements, interactions et activités d'un donateur avec une organisation ou un réseau.*
- Une carte décrit les étapes que l'organisation suivra pour approfondir sa relation avec un donateur.
- Le donateur est un client de l'organisation et que pour qu'il s'engage (échange du temps, argent, connaissances, etc.), le donateur doit comprendre ce qu'il y gagne. (Intérêt).
- Il est donc essentiel de comprendre quelle est leur valeur, qui ils sont, ce qui les motive et ce qui pourrait les motiver à donner davantage.
- Aussi important de savoir que l'expérience spécifique du donateur permet d'en savoir plus sur sa satisfaction ou sa déception passée, ses préférences, sa capacité financière et ses investissements passés.
- Ces informations peuvent être recueillies à partir de la base de données des donateurs/recherches sur Internet.

4 raisons principales sur l'importance de cartographier l'expérience des donateurs :

Contrôle opérationnel → performance de gestion → axé sur les donateurs → stratégique et intentionnel.

Contrôle opérationnel :

- La cartographie de l'expérience des donateurs fournit aux services de collecte de fonds du réseau et *organisations de la société civile des procédures pour interagir avec eux.*

Pourquoi :

- Cela maintiendra des processus cohérents et garantira que les réseaux d'ONG assureront le suivi après chaque action.
- Pour créer un contrôle opérationnel et éliminera toute ambiguïté dans le processus de collecte de fonds.
- Avec une telle carte, tous les membres du réseau des NGos et du comité du réseau sauront quelles sont les prochaines étapes et pourquoi elles sont importantes.

Gérer les performances → carte d'expérience du donateur:

C'est un repère procédural, chaque étape de son expérience est définie, les OSC et son réseau peuvent supprimer activités/stratégies qui ne fonctionnent pas, et en promouvant ce qui fonctionne.

Axé sur les donateurs :

- Agir en fonction de ses besoins, désirs, goûts, aversions, attentes, comportements et motivations du donateur.
- Oblige l'organisation à examiner l'expérience du donateur à travers les yeux du donateur (c'est-à-dire axés sur le donateur).
- Vu que l'expérience des donateurs est visuelle et tangible, les réseaux d'OSC concentreront leurs demandes sur ceux ayant de l'expérience et intérêt dans leurs domaines.
- Une approche de collecte de fonds centrée sur les donateurs les incite à rester fidèles plus longtemps et à donner plus généreusement.

Objectifs session 4

Objectifs de la session :

- Améliorer les compétences des participants sur ce sujet
- Améliorer les connaissances sur la cartographie des ressources (niveaux géographiques)
- Améliorer les connaissances sur le paysage et affrètement du financement
- Fixer des objectifs de ressources et effectuer une analyse des lacunes

■ Présentation de la cartographie des ressources :

- Elle guide les organisations en se connectant avec les personnes qui ont divers degrés d'affinité avec leurs programmes.
- Principalement utilisé pour identifier les domaines où l'organisation doit concentrer ses efforts de mise en réseau et mobilisation de ressources.

→ *Comprend souvent au moins **trois éléments**:*

- Une **compréhension** des ressources (besoins)
- Un **inventaire** des ressources actuelles possédées/contrôlées par l'organisation (actifs)
- Une **évaluation** des ressources potentielles disponibles dans le paysage du financement.

■ Définition du paysage de financement :

- Fait référence à la collecte de donateurs potentiels disponibles pour fournir des ressources.
- Cela inclut toute entité qui offre son financement ou agit en tant que distributeur secondaire de fonds (subventions secondaires)
- Il inclura probablement des donateurs ayant un bureau dans leur région géographique.
- Il peut également s'étendre à ceux uniquement disponibles via Internet.

■ Stratégie sur le paysage:

- **Analyser le paysage** de la mobilisation des ressources en posant les questions : où est l'argent et comment l'obtenir ?
- **Planification de la croissance et diversification** des revenus pour les ONGS
- Construire des actifs ou des **réserves** à long terme
- Tirer parti des ressources pour et avec les autres membres des réseaux
- Mettre en place une **stratégie sur la façon de s'engager et de communiquer** avec les donateurs

Différents niveaux :

- **Gouvernement national**
- **Partenaires de développement bilatéraux**
- **Partenaires multilatéraux de développement**
- **Fondation**
- **ONG internationales**
- **ONG locales**
- **Organisations/réseaux confessionnels**

❖ Gouvernement national

Souvent une source de fonds de développement, soit directement, soit comme canal pour les donateurs bilatéraux et multilatéraux.

- Il est important d'établir des relations étroites avec les ministères dépensiers concernés afin de comprendre leurs priorités et leurs procédures de passation de marchés.

❖ Partenaires de développement bilatéraux

- Ils fournissent des fonds **directement aux gouvernements nationaux ou ONG par le biais de programmes de financement compétitifs**, ce qui en fait l'un des acteurs les plus importants dans le paysage du financement.
- Les donateurs bilatéraux disposent souvent d'un bureau dans le pays hôte, ce qui en fait une excellente cible pour un réseautage en face à face. (***Ambassades et agences de coopération au développement telles que DFID, USAID, CIDA, SIDA, JAICA, KOICA, AFD, etc.***)

❖ Partenaires multilatéraux de développement

- Le travail passe souvent par les **systemes du pays hôte**, tels que les ministères concernés, ou directement par les lignes de crédit et les services financiers des gouvernements nationaux.
- Certains proposent un financement de projets compétitif aux ONG et aux entreprises du secteur privé, ce qui en fait des contacts utiles pour les ONG locales.
- Les donateurs multilatéraux sont souvent également une source essentielle de recherche primaire sur le contexte et la situation d'un pays local, **comme la Banque mondiale, la Banque Africaine de développement, l'UE et diverses agences des Nations Unies.**

❖ Fondation

- Les fondations et sources privées de financement deviennent de plus en plus importantes à l'échelle mondiale.
- Une lecture attentive de leurs exigences publiées, combinée aux principes généraux que vous avez appris ici, peut jeter les bases **d'un dialogue utile avec eux.**
- *Il s'agit notamment de la Fondation Clinton, de la Fondation Bill & Melinda Gates, de la Fondation Asie, etc.*

❖ ONG internationales

- Les ONGI jouent un double rôle dans le paysage du financement. Ils peuvent servir de donateur potentiel en accordant des subventions ou sous-traitances ou être partenaire. Elles ont généralement leur siège dans un autre pays mais peuvent avoir un bureau local.

❖ ONG locales

- Certaines ONG locales pourraient également accorder des subventions secondaires avec des fonds provenant de partenaires de développement nationaux ou internationaux. Les ONG locales qui reçoivent des subventions secondaires peuvent rechercher des partenaires des activités ou elles n'ont pas la capacité ou l'expérience.

❖ Organisations/réseaux confessionnels

- Les partenariats avec des entreprises peuvent être plus flexibles que la collaboration directe avec des donateurs bilatéraux ou multilatéraux.
- Le soutien peut être en espèces ou en nature et s'accompagner de moins d'exigences de conformité.
- Les partenariats réussis avec des entreprises ont souvent un lien entre la mission de l'organisation et le cœur de métier de l'entreprise.

CONCLUSION - Conversation orale

- Le paysage du financement est un outil que l'organisation doit utiliser pour décrire le paysage des donateurs.
- Le paysage des donateurs changera inévitablement avec le temps.
- Il peut y avoir des changements dans les politiques, les pratiques et même le personnel. Pour être prêtes, les organisations doivent suivre les tendances politiques et pratiques pertinentes pour leur travail. (Rappel des domaines d'intérêt et de l'expérience des donateurs).
- Le formateur conclut comme suit : le paysage du financement n'est pas stagnant, il est dynamique.
- Les donateurs et les priorités de financement des programmes changent au fil du temps, influencés par divers facteurs internes et externes.
- **Il est donc important pour l'organisation de rester informée de ces tendances et de pouvoir réagir à temps.**