
Compte Rendu

Echange de bonnes pratiques Crise sanitaire

#4

Réunion du Mercredi 20 mai 2020 - Julie

Participants :

- Doriane Mouly – Association La Source
- François Louvard – Association La Source
- Léa Dhalluin – Médecins du Monde
- Joanna Hayot – Médecins du Monde
- Hilde Deschoemaeker – HEC
- Marion Baudin – Admical
- Julie Bourdel – Admical

NOUVELLE PROPOSITION POUR NOS ADHERENTS

En ce temps de crise sanitaire, Admical vous propose des temps d'échanges d'une heure via visio-conférence sur les bonnes pratiques, les enjeux, les freins rencontrés au fur et à mesure de cette période de crise. D'autres rendez-vous vous seront proposés régulièrement pour favoriser la circulation de l'information et la réflexion collective.

ENJEUX ET BESOINS FACE A LA CRISE ET EN SORTIE DE CRISE

Association La Source

- La Source des Sources accompagne les 10 antennes régionales de l'association. Mission : accompagner les enfants, les jeunes et leurs familles en difficultés (sociale, scolaire ou géographique) implantés dans des zones rurales, reculées et urbaines. L'association a été créée il y a bientôt 30 ans par Gérard Garouste et sa femme.
- Pendant le confinement, l'objectif a été de maintenir le lien à distance avec les familles. 2 principales questions : Comment réaccueillir les enfants ? Comment envisager la collecte ?
- Les antennes ont des sites en propre ou interviennent chez des partenaires (structures sociales ou socio-éducatives). Les sites en propre ont fermé et reprennent progressivement leurs activités (par groupe de 7-8 jeunes au lieu de 12). Les ateliers artistiques ne sont pas encore dans les priorités de certaines structures partenaires, d'autres sont très en demande pour que La Source vienne prochainement. Les protocoles pour faire venir des intervenants extérieurs sont en cours de validation. La Source réalise actuellement une analyse des impacts de la crise dans toutes les antennes.
- Du côté de la communication, l'impact de la crise a été raconté sur le site internet pour réinventer le lien à distance. Des appels réguliers des familles par les sites ont été mis en place. Des ateliers que les enfants et adolescents (6 à 18 ans) pouvaient faire à la maison ont été mis en place avec un relai des créations des enfants sur les réseaux sociaux. Les familles étaient contentes d'avoir des activités à faire à la maison.
- Du côté de la collecte, un appel à dons IFI va partir par voie numérique. Le bouton « Je donne » a fonctionné. Les mécènes sont principalement des entreprises et fondations, mais également des partenaires publics et quelques particuliers (via la Fondation, sous égide de la Fondation de France, qui collecte et finance des projets du Pôle Social pour les enfants vulnérables). Le pôle scolaire s'adresse à tous les enfants. Difficile de faire le point à ce jour sur le bilan de la collecte car certaines actions sont en cours. Les partenaires ont maintenu leurs engagements. Il faut maintenir l'effort de collecte et être créatif dans les approches. Certains secteurs sont complètement à l'arrêt.
- En sortie de crise : il faudra certainement chercher de nouvelles dynamiques en interne (réorganisation, accueil de nouveaux administrateurs, création de comités mécénat avec un

mécène en leader pour trouver de nouveaux réseaux). Fort besoin de développement du cercle des donateurs de la fondation pour épauler l'effort de collecte.

- Souhait de développer le mécénat de compétences sur des missions administratives, sur l'organisation des 30 ans de l'association, sur la communication.
- Côté éthique, ont signé la charte d'Admical et celle des Fundraisers.
- Ont participé à d'autres échanges de bonnes pratiques organisés par [Obole digitale](#), l'AFF, Hello Asso et Carenews
- ➔ Question sur le produit partage : Faut-il être suffisamment connu ?
- ➔ Souhaiteraient être mis en relation avec d'autres acteurs du champ de l'éducation ou de l'accompagnement des personnes vulnérables pour rencontrer de nouvelles structures travaillant avec des publics ou sur des territoires communs.

Médecins du Monde

- Toutes les activités de Médecins du Monde ont été réorientées vers le covid. Les centres de santé ont fermé leurs portes et ont réorienté leurs activités pour maintenir le lien via des maraudes, des plateformes téléphoniques et le suivi des publics vus régulièrement par des bénévoles.
- La levée de fonds se fait en France et à l'international et est gérée par deux services distincts : un service spécialisé sur la collecte (pas d'impact de la crise remarqué) et un service dédié au mécénat.
- Pour le mécénat : aucune baisse de financement, au contraire. L'engagement des partenaires prend la forme de subventions supplémentaires ou permet de flécher des fonds existants sur des actions pour lutter contre le covid. Il est parfois difficile de faire comprendre que certaines activités peuvent continuer malgré la crise et que les soutiens sont également nécessaires pour ces projets-là. Du côté des prospects, certains financements pouvaient être espérés mais n'ont pas été déclenchés. Quelques nouveaux mécènes sont venus vers Médecins du Monde car ils avaient une enveloppe.
- Typologie des mécènes : de grandes entreprises principalement ou des produits-partage pour des PME (reverser un pourcentage de bénéfice, fonds non-affectés).
- Certains prospects sont compliqués à approcher car beaucoup d'entre eux ont créé des fonds spécifiques dédiés à la crise pour soutenir leurs partenaires en premier lieu. La plupart des prospects spontanés voulaient financer du matériel médical : toutefois, c'est problématique s'il n'y a pas par ailleurs de financement global. Beaucoup d'acteurs voulaient financer certaines actions (masques et gel). Il a fallu travailler sur un argumentaire : Médecins du Monde n'a pas seulement besoin de matériel médical mais a aussi besoin de financer le déroulement de la mission, la coordination (poste RH). Certains ont eu du mal à le comprendre. Certains ont refusé de financer des frais de fonctionnement. Dans la négociation, l'explication du fonctionnement de Médecins du Monde a porté ses fruits pour certains.
- Problématique fiscale rencontrée en lien avec la demande de produits-partage : Médecins du Monde est limité à 70 000 euros par an (du fait de la TVA). La difficulté est de ne pas basculer vers du parrainage. Il a fallu réfléchir en interne et tenter d'orienter les mécènes sur du mécénat financier.
- Post-covid : le retour à la normal du jour au lendemain n'est pas possible. Médecins du Monde traite encore l'urgence. Auprès des mécènes, il s'agit toujours de lever des fonds pour lutter contre la crise et permettre l'accès au soin pour tous. Certains mécènes commencent à faire le point sur leurs budgets en sortie de crise, les budgets spécialement débloqués pour la crise sont dépensés.
- Le mécénat surperforme cette année mais l'inquiétude demeure pour l'année prochaine.
- Plus de mécénat pour la santé ? A court terme, c'est possible. Certains mécènes sont sortis de leurs axes pour contacter Médecins du Monde : surtout des acteurs locaux qui se sont tournés vers la santé. Ces entreprises régionales ont indiqué revenir vers eux en fin d'année pour leur faire de nouveaux dons s'il reste du budget.
- L'avantage de la crise, un élan de solidarité et des partenariats très innovants avec beaucoup d'idées apportées par d'autres (ex : appel à dons relayé par le Réseau d'alumni d'HEC ; collecte via une plateforme de concert en ligne). L'objectif est d'être ouvert d'esprit et de sortir du mécénat classique. « La crise pousse à se réinventer. » « Ensemble, réinventons les formes de solidarité et trouvons de nouveaux modes d'interventions. »
- ➔ Question sur le cadre éthique : refusez-vous des mécènes ?

HEC

- Recherche de financements auprès des anciens élèves d'HEC et auprès des entreprises. L'objectif est de mettre en place des partenariats avec les entreprises pour soutenir les chaires et la recherche. En soutenant HEC, les entreprises deviennent membre de la Fondation.
- La Fondation HEC s'occupe du mécénat auprès des anciens de l'école et des individuels. Les dons passent par la Fondation pour être fléchés vers les projets.
- Avec la crise, les élèves ont quitté les salles de classe, HEC a basculé sur des cours en ligne. 1500 étudiants sont rentrés chez eux et 500 élèves sont restés sur le campus. Il a fallu s'adapter aux besoins des étudiants. Une problématique récurrente : l'annulation des stages, le passage au télétravail et les soucis financiers des étudiants. En réponse, la Fondation a créé un fonds d'urgence pour soutenir les étudiants en difficulté (logement, nourriture) par un grand appel à dons auprès des anciens. Cette communication va continuer au-delà de la crise.
- Du côté du mécénat, c'est plus compliqué. Les gros montants de mécénat nécessaires pour développer la recherche sont en stand-by. HEC a 43 partenaires corporate qui s'engagent sur 3 ou 5 ans (projet à long terme).
- Face à la crise, HEC a créé une newsletter pour les entreprises avec les actualités d'HEC : des informations sur la nouvelle organisation des stages, le dispositif du gouvernement avec le chômage partiel favorisant les formations et un questionnaire pour essayer de comprendre les tendances de recrutement à venir en vue de transmettre des informations utiles aux étudiants. Le mécénat n'a pas été abordé dans cette newsletter.
- HEC envisage 3 scénarios financiers : crise jusqu'à l'été / jusqu'à la fin d'année / au-delà. Ils espèrent rester sur le *middle case*. Certains projets sont en standby car si aucun financement externe n'est possible, les projets ne seront pas lancés. L'objectif est d'essayer de trouver de nouvelles entreprises : créer un nouveau pipeline avec des entreprises non-approchées jusqu'ici. Raison pour laquelle HEC est très intéressée par les résultats de l'enquête d'Admical sur l'impact de la crise sur le mécénat.
- HEC envisage d'avancer plus vite sur des thématiques comme le climat et la santé ainsi que sur le « purpose for leadership » (développer un leadership qui a du sens, trouver du sens dans ce que l'on fait, leadership axé sur l'humain).
- Côté éthique, HEC mène une *due diligence* poussée concernant les montants de dons importants. Il est déjà arrivé qu'HEC ne prenne pas le risque de s'engager avec un mécène.
- Ont participé à d'autres échanges de bonnes pratiques avec l'AFF et CASE (Council for Advancement and Support of Education – association internationale sur les relations avec les Alumni, la communication, le développement, le marketing dans le champ de l'enseignement supérieur) qui organise des webinaires et workshops.

NEXT STEPS

- ➔ Admical : identifier les problématiques, mesurer l'impact de la crise sanitaire sur le secteur et proposer de nouveaux échanges de pratiques.
- ➔ Adhérents : nous faire remonter vos besoins et actions pour que nous puissions les valoriser/répertorier/vous apporter des solutions, diffuser le lien de l'étude ci-dessous à vos mécènes.
- ➔ Pistes pour de prochains échanges de bonnes pratiques : produit-partage, échanges thématiques éducation/social, cadre éthique.
- ➔ Organiser des échanges entre porteurs de projets et mécènes.

ETUDE SUR L'IMPACT DE LA CRISE SANITAIRE A DESTINATION DES MECENES

Nous lançons une nouvelle étude afin d'analyser la formidable mobilisation des mécènes pour lutter contre la pandémie et accompagner les populations vulnérables. Elle nous permettra également d'identifier les premiers impacts de la crise sur les entreprises et leurs politiques de mécénat.

Voici le lien :

<https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScEuBKIG1Ut-3Wp43d3c7neAz3O2jqQwVxioZJZ8yilLBXcgg/viewform>

N'hésitez pas à la diffuser autour de vous auprès des mécènes. Votre contribution nous serait très précieuse ! Les résultats seront restitués lors de notre Assemblée Générale qui aura lieu le mardi 23 juin (probablement virtuellement).