

GUIDE PRATIQUE

Améliorer sa stratégie de financement :

capitalisation et recommandations
pour les ONG et associations

Réalisé par la CSI

CITÉ
DE LA
SOLIDARITÉ
INTERNATIONALE



Sommaire



Édito	p.3
Introduction	p.4
I. Participants :	
1. Présentation des ONG & leurs positionnements de départ sur la recherche de financements	p.5
2. Synthèse	p.7
II. Cas pratiques	
1. Présentation des cas	p.8
2. Réstitution des sous-groupes	p.9
3. Méthodologie	p.12
III. Ressources – Pour aller plus loin	p.17
Remerciements	p.22

Edito



Tandis que les crises se succèdent plus vite que les COPILs, vous, acteurs de la Solidarité Internationale, vous, communauté humanitaire, vous continuez à répondre présents pour et avec les populations qui, chaque jour, font preuve d'une résilience qui nous permet de garder espoir. Ce sont elles les véritables actrices du changement : ensemble les projets atteignent leurs objectifs. Mais soyons honnêtes, sans financement, la mise en œuvre se heurte aux contraintes et parfois il faut renoncer à aider. C'est bien là le défi majeur pour les acteurs de la solidarité.

En 2025, la Cité de la Solidarité Internationale (CSI) a réuni plusieurs ONG autour d'une grande question au cœur des préoccupations de notre temps : comment trouver, diversifier et pérenniser ses ressources financières sans perdre son âme, ni sa santé mentale ? De ces échanges passionnés – parfois dépités, parfois drôlement lucides – est né le présent rapport. Il dresse un panorama de quelques pratiques actuelles, lève les freins récurrents, et partage des outils concrets pour renforcer les capacités de financement des petites et moyennes structures.

Ce rapport est à la fois une boîte à outils et un miroir. Il reflète les forces d'un secteur résilient, innovant, mais aussi parfois épuisé par la course aux financements. Il propose des repères méthodologiques pour encourager la constance et la ténacité mais surtout, il réaffirme une conviction : c'est ensemble que les ONG peuvent renforcer leur autonomie et bâtir des modèles économiques plus solides et plus cohérents.

Un mot sur la CSI qui pilote cette aventure collective : c'est une plateforme de ressources, d'accompagnement et de coopération dédiée aux acteurs de la solidarité internationale. Elle soutient, forme et met en réseau les porteurs de projets en favorisant les synergies entre ONG, collectivités, entreprises et citoyens engagés.

Alors oui, le chemin reste semé de formulaires interminables et de budgets capricieux. Mais si ce document peut contribuer à montrer la voie, alors le pari sera réussi.

La Cité de la Solidarité Internationale
Annemasse, octobre 2025



Introduction



Ce rapport s'inscrit dans le prolongement des groupes de travail organisés entre juin et septembre 2025 autour des questions de financement des organisations non gouvernementales (ONG).

Ces échanges ont réuni plusieurs ONG partenaires de tailles et de domaines d'action variés, dans le but d'identifier collectivement les principaux défis, besoins et leviers d'action liés à la mobilisation de ressources financières durables.

Ce document vise à synthétiser les enseignements tirés de ces échanges et à proposer des pistes concrètes pour renforcer les capacités des petites et moyennes ONG dans leurs démarches de recherche de fonds, de diversification de financements et de pérennisation de leurs activités.

Les groupes de travail ont mis en lumière plusieurs enjeux clés :

- La diversification des sources de financement ;
- Le renforcement des compétences internes en matière de recherche de fonds, de communication et de gestion de partenariats ;
- La visibilité et la crédibilité des ONG auprès des bailleurs, donateurs et partenaires ;
- Le partage d'expériences et de bonnes pratiques entre structures de taille similaire ;

Et enfin, la nécessité d'un accompagnement collectif pour mutualiser les ressources et renforcer la solidarité entre acteurs du secteur a été mise en lumière.

En synthétisant les contributions des participants et les enseignements tirés des échanges, ce rapport vise à soutenir les dynamiques collectives engagées par les ONG et encourager une approche plus structurée et systémique du financement au sein du secteur.

Participants



- WECF International : **44 salariés**
- WECF France : **12 salariés**
- Domaines d'action : santé environnementale, lutte contre le changement climatique, qualité de l'alimentation, accès à l'eau et à l'assainissement, lutte contre les inégalités de genre et protection des populations les plus vulnérables en France et à l'international
- Participation au groupe de travail : **1 & 2**



- Sens Solidaires : **2 salariés** et **4 services civiques** annuels
- Domaines d'action : protection de l'environnement, renforcement de la solidarité internationale et soutien des communautés locales en France et à l'international
- Participation au groupe de travail : **1 & 2**



- Protection civile : **32 000 bénévoles** en France
- l'ADPC 74 : **4 salariés**
- Domaines d'action : formation aux Premiers Secours, dispositif prévisionnel de Secours et aide aux populations sinistrées lors de catastrophes naturelles en France et à l'international
- Participation au groupe de travail : **1**



- AI-ODD : **uniquement des bénévoles - 28** en France
- Domaines d'action : action pour une meilleure prise en compte des enjeux sociaux et environnementaux au travers des ODD en France et à l'international
- Participation au groupe de travail : **1 & 2**

Participants



- P&C Handicap : **uniquement bénévoles**
- Domaines d'action : lutte pour l'inclusion des enfants et personnes en situation de handicap en France et à l'international.
- Participation au groupe de travail : **2**



- Plénitude : **uniquement bénévoles**
- Domaines d'action : développement durable, éducation, nutrition et santé en France et à l'international.
- Participation au groupe de travail : **2**



- Courte échelle : **uniquement bénévoles** - **28** en France
- Domaines d'action : action pour une meilleure prise en compte des enjeux sociaux et environnementaux au travers des ODD en France et à l'international
- Participation au groupe de travail : **1 & 2**

Synthèse

Le premier groupe de travail a permis à chaque organisation participante de partager ses pratiques en matière de recherche de financements. Le tableau ci-dessous présente une synthèse des principales stratégies identifiées, ainsi que leurs avantages et limites selon les retours des ONG.

ONG	Sens Solidaires	Protection civile	AIOOD	La courte échelle	WECF
Stratégies menées	-Obtention de subventions pour l'aide au développement (AFD) - Appui de mécènes pour certains projets	- Financements ponctuels auprès de fondations (Fondation de France) -Développement de partenariats pour interventions internationales	- Sollicitations auprès du Sénat, de missions diplomatiques et de fondations de grandes entreprises - Organisation de colloques	-Financements de la ville pour des ateliers - Activités génératrices de revenus (buffets, boutique solidaire) - Partenariat FAO pour les projets terrains	- Financements AFD et fondations privées (cofinancements WECF International) - Financements du CPAM et de l'ARS
Bénéfices	-Accès à des financements institutionnels importants	- Financements adaptés aux missions d'urgence - Bonne notoriété dans le secteur	- Diversité des interlocuteurs - Réseau de citoyens engagés mobilisé	-Diversification des sources de revenus	- Accès à financements institutionnels structurants - Expérience gestion projets cofinancés
Limites	- Difficultés à développer les financements pour projets internationaux - Changement fréquent d'interlocuteurs - Prospection de nouveaux donateurs peu structurée	- Dépendance à des financements ponctuels - Besoin d'adapter la stratégie à l'activité internationale	- Absence de financements durables - Démarches institutionnelles peu fructueuses	- Financements publics limités - Ressources humaines restreintes pour la recherche de fonds	- Réduction des financements AFD et régionaux - Montants de subventions en baisse
Tentatives d'améliorations déjà menées	- Réflexion sur la structuration de la prospection et le développement de compétences en fundraising	- Recherche de nouveaux partenariats à l'international et élargissement du réseau de bailleurs	- Renforcement de la stratégie de mécénat local et développement des partenariats privés	- Recherche de nouveaux soutiens institutionnels. - Développement d'activités économiques complémentaires	- Ciblage des structures formées pour maximiser impact - Maintien d'une charte éthique forte pour cohérence partenariats

Cas pratiques

**AU TERME DES DEUX SESSIONS DE TRAVAIL,
LES ONG ONT RETENU TROIS CAS PRATIQUES :**

1.

Votre organisation se rend à la nouvelle édition d'un salon professionnel afin de réseauter et échanger avec des bailleurs potentiels

Quelles étapes suivre et quels outils mettre en place pour avoir le plus d'impact ?

2.

Votre organisation doit trouver des fonds pour financer une mission exploratoire.

Quels leviers actionner, quelles étapes suivre et quels outils mettre en place ?

3.

Votre organisation sollicite une fondation privée afin de cofinancer un projet annuel.

Quels leviers actionner, quelles étapes suivre et quels outils mettre en place ?

Restitution

P&C HANDICAP, PLÉNITUDE ET LA CSI

Cas pratique

1.

Votre organisation se rend à la nouvelle édition d'un salon professionnel afin de réseauter et échanger avec des bailleurs potentiels

Les échanges ont mis en avant l'importance d'une **préparation rigoureuse en amont** de l'événement. L'objectif principal est de **tirer pleinement parti de la présence des bailleurs** et d'assurer un **retour sur investissement optimal**.

Avant le salon, il est essentiel de **s'informer sur les participants, d'identifier les bailleurs ou structures clés** à rencontrer et de **définir des objectifs clairs et atteignables** pour maximiser l'impact de la participation.

La préparation doit également inclure **une stratégie de communication cohérente**, appuyée par un **pitch oral concis et percutant**, garantissant un discours clair et homogène entre les membres de l'équipe. Il est aussi recommandé de **communiquer en amont** sur la présence à l'événement (réseaux sociaux, site web, newsletters) afin de **susciter des opportunités de rencontre**.

Sur place, si l'organisation dispose d'un stand, il est pertinent de **favoriser les interactions** en mettant à disposition des **supports attractifs** : brochures, rapports d'activité, kakemono, cartes de visite, ou encore fiches synthétiques sur les pays d'intervention.

Enfin, le **suivi post-événement** représente une étape déterminante. Reprendre contact avec les personnes rencontrées, entretenir la relation par des **échanges personnalisés** et **valoriser ces interactions sur les réseaux sociaux** (identifications, remerciements, publications mettant en avant les échanges) permet de **renforcer la visibilité et la crédibilité** de l'organisation.

Restitution

SENS SOLIDAIRES, AIODD ET LA CSI

Cas pratique

2.

Votre organisation doit trouver des fonds pour financer une mission exploratoire.

L'enjeu de ce cas pratique réside dans la **levée des freins récurrents liés aux missions exploratoires** et dans la **déconstruction des pensées limitantes** qui freinent leur mise en œuvre.

Les échanges ont permis d'identifier **plusieurs pistes de financement et leviers d'action**. En premier lieu, il a été proposé de **mobiliser les ressources** propres de l'organisation, notamment à travers des dispositifs tels que le **service civique**, la **collecte de dons individuels** ou encore la **vente de produits solidaires**.

Le groupe a également mis en avant l'intérêt **d'explorer de nouveaux partenariats financiers** auprès des **établissements bancaires et institutions financières**, afin d'identifier leurs dispositifs de soutien et les interlocuteurs clés. La **piste des legs** a été évoquée, avec l'accent mis sur la nécessité d'**entretenir des relations durables** avec les notaires.

Il est aussi suggéré de **cibler des fondations** susceptibles de cofinancer les projets, en **multipliant les prises de contact** et en **consolidant le réseau de partenaires** existants. Dans cette logique, **entretenir et valoriser les relations** permet de bâtir des **collaborations pérennes et mutuellement bénéfiques**.

Enfin, le groupe a recommandé de **se rapprocher des collectivités territoriales**, notamment celles engagées dans la **coopération décentralisée**, en fonction de la nature du projet.

Il a également insisté sur l'importance de **mobiliser les ressources internes** (bénévoles, communication via la newsletter, temps de l'équipe) pour **structurer la démarche** et **poser les bases d'une stratégie de financement durable**.

Restitution

WECF ET LA CSI

Cas pratique

3.

Votre organisation sollicite une fondation privée afin de cofinancer un projet annuel.

Dans le cadre d'une demande de financement institutionnel, il est souvent exigé d'apporter un **cofinancement**, dont la part peut varier selon l'institution (généralement entre 10 % et 50 %). L'enjeu consiste donc à **identifier un cofinanceur externe**, rassuré par la présence d'un bailleur principal, afin d'**éviter de puiser dans les fonds propres** de l'organisation.

Les échanges ont d'abord mis en avant l'importance pour chaque ONG de se doter d'une **charte éthique** claire et reconnue, garantissant la cohérence entre les valeurs défendues et les financements acceptés. Cette démarche, illustrée par l'exemple de **Médecins Sans Frontières** (MSF), constitue un véritable **gage de crédibilité** : en refusant les financements incompatibles avec sa charte, MSF préserve son indépendance et la confiance de ses partenaires, même en période de tension budgétaire.

Le groupe a ensuite souligné la nécessité de **présenter des projets précis et structurés**, dotés d'un budget défini et d'une **adéquation claire avec les critères d'éligibilité** de la fondation sollicitée. Le **langage utilisé** doit être adapté, appuyé sur un **cadre logique solide** intégrant des **indicateurs mesurables** pour assurer le suivi des résultats et instaurer une **relation de confiance durable** avec les bailleurs.

Enfin, la **qualité du suivi** a été identifiée comme un **facteur déterminant de fidélisation** des partenaires : la production de **rapports intermédiaires**, le **respect des délais** et la **remise de rapports finaux** complets et rigoureux contribuent à **renforcer la crédibilité et la réputation professionnelle** de l'organisation.

Méthodologie

Cette section décrit les huit étapes méthodologiques clés recommandées par la CSI pour faciliter la réflexion et la mise en œuvre d'actions favorisant une meilleure mobilisation des ressources. Elles servent de cadre d'analyse et de renforcement des démarches de recherche de financements des ONG.

Étape 1 : Définir la stratégie et identifier les objectifs

La première étape de la démarche méthodologique consiste à clarifier les objectifs de financement et à identifier les publics prioritaires. Elle vise à définir précisément les projets à soutenir, leurs besoins financiers ainsi que l'impact attendu, afin de cibler les interlocuteurs les plus pertinents.

L'identification des cibles repose sur une cartographie des bailleurs potentiels : fondations privées, agences publiques, mécènes individuels, entreprises ou autres partenaires institutionnels. Cette analyse prend en compte les intérêts, priorités et critères d'éligibilité de chaque acteur, ce qui permet de concentrer les efforts sur les contacts les plus susceptibles d'apporter un soutien concret.

Cette étape comprend également la définition d'approches différenciées selon les types de partenaires, ainsi que la priorisation des actions en fonction de leur pertinence stratégique et de leur faisabilité. L'objectif final est d'établir une feuille de route claire, servant de base à l'ensemble des démarches de prospection et de mobilisation des ressources.

Étape 2 : Transformer la stratégie en plan d'action

L'étude de marché constitue une étape clé pour appréhender le contexte dans lequel évoluent les ONG et pour identifier les opportunités de financement. Elle permet d'obtenir une vision d'ensemble des bailleurs potentiels, de leurs priorités et des types de projets qu'ils soutiennent, tout en repérant les initiatives similaires ou concurrentes.

Cette analyse repose sur la collecte d'informations concernant les domaines d'intervention des différents financeurs, les catégories de projets financés, les montants accordés, ainsi que leurs critères d'éligibilité et orientations stratégiques. Elle permet également de mettre en évidence les tendances et évolutions du financement dans le secteur de la solidarité internationale et des actions menées par les ONG.

Méthodologie

L'étude de marché fournit ainsi une base solide pour orienter les démarches de prospection, affiner le ciblage des partenaires et hiérarchiser les actions selon leur pertinence et les besoins de l'organisation. Enfin, il est essentiel de définir un plan de veille et de prospection, d'établir les différentes étapes à suivre et de répartir clairement les missions au sein de l'équipe.

Étape 3 : Mettre en place des outils

La mise en œuvre d'une stratégie de financement efficace repose sur l'utilisation d'outils structurants permettant de planifier, organiser et suivre les actions de prospection. La veille constitue un premier outil clé, permettant de rester informé des appels à projets, des tendances sectorielles et des nouvelles opportunités de financement. Les bases de données et les tableaux de prospection facilitent le suivi des contacts et des demandes, tandis que la cartographie du réseau permet de visualiser les relations existantes et d'identifier de nouveaux partenaires potentiels. Ces outils combinés offrent un cadre structuré pour optimiser la prospection et sécuriser durablement les financements de l'organisation [1].

Étape 4 : Sanctuariser du temps de prospection

La prospection constitue une étape clé pour identifier et approcher les partenaires financiers potentiels. Elle repose sur la mobilisation de sources variées, à la fois générales et spécifiques selon le type de financement visé. De manière générale, Internet permet de rechercher des informations sur les bailleurs et les dispositifs existants, tandis que le benchmarking offre un aperçu des pratiques et stratégies mises en œuvre par d'autres ONG. Les relations et réseaux existants, y compris les réseaux sociaux professionnels et les événements sectoriels, constituent également des canaux essentiels pour établir des contacts et développer des partenariats. La presse peut enfin servir à repérer des initiatives ou des appels à projets pertinents.

[1] Il est possible d'utiliser des modèles d'outils déjà existants. Par exemple les ressources d'Entrepreneurs du Monde, du Mouvement Associatif, de La Guilde et des RNMA.

Méthodologie

Pour les fonds institutionnels, la prospection inclut la recherche d'appels à projets via des mots clés, la consultation de fondations, l'abonnement à des newsletters spécialisées comme celle du Centre Français des Fonds et Fondations, et l'exploitation de listes de bailleurs classées selon les critères d'éligibilité des projets.

Pour les donateurs individuels, plusieurs méthodes permettent d'identifier et de mobiliser de nouveaux soutiens. Il est possible de racheter des listes de contacts ciblés ou de valoriser les abonnés à la newsletter existante. La production et la diffusion de contenus de connaissance, envoyés par e-mail, permettent également de générer des leads qualifiés. Des plateformes de collecte en ligne comme HelloAsso, ainsi que la participation à des événements grand public tels que Soliway, constituent des leviers supplémentaires pour élargir la base de donateurs et renforcer la visibilité de l'organisation.

Étape 5 : Choisir ses sources de financements parmi ses pistes identifiées

Les ONG peuvent mobiliser différentes sources de financements, en fonction de leurs projets et de leurs besoins. Les fonds multilatéraux constituent une ressource importante, issus d'organisations internationales telles que l'Union européenne, les Nations unies ou la Banque mondiale, qui soutiennent des initiatives de développement, d'humanitaire ou de coopération internationale à grande échelle. Les fonds gouvernementaux offrent également des opportunités, qu'il s'agisse de financements nationaux ou de soutiens provenant de gouvernements internationaux, souvent attribués dans le cadre de programmes spécifiques ou d'objectifs de coopération bilatérale.

Les fonds privés, qu'il s'agisse de fondations, d'entreprises ou de mécènes individuels, permettent de diversifier les sources de financement et d'assurer une certaine flexibilité dans le choix des projets soutenus. Les dispositifs thématiques constituent une autre piste, ciblant des enjeux précis comme la santé, l'environnement, l'éducation ou l'égalité, et sont souvent proposés par des bailleurs publics ou privés désireux de soutenir des actions correspondant à leurs priorités. Enfin, les organisations faîtières jouent un rôle de coordination et de mise en relation entre les ONG et les financeurs, facilitant l'accès aux fonds et l'orientation des projets selon les critères d'éligibilité de chaque bailleur.

Méthodologie

Étape 6 : Prendre en compte les échelons et durées de financement

Type	Fourchette	Durée
Fonds publics	< 99 000 € 100 000 - 499 000 € 500 000 - 999 999 € = /> 1 000 000 €	1 à 3 ans par projet (parfois renouvelable 1 à 2 fois)
Fondations	< 9 999 € 10 000 - 99 000 € = /> 100 000 €	1 à 3 ans par projet
Entreprises	< 9 999 € 10 000 - 49 999 € = /> 50 000 €	Court terme, actions ciblées avec forte visibilité ou thématique spécifique en lien avec le domaine Parrainage
Grands donateurs	5 000 € - 19 999 € 20 000 € - 49 999 € 50 000 € - 49 999 € = /> 100 000€	Financement "sur-mesure" Parrainage
Grand public	< 999 € = /> 1 000€	Stratégie "de masse" Campagnes annuelles Parrainage

Source : Tableau des échelons et durée de financements par la Cité de la Solidarité Internationale, 2025

À l'issue de la première mise en œuvre des 6 premières étapes, il peut être nécessaire de revoir l'étape 1 : stratégie initiale à la lumière des éléments identifiés.

Méthodologie

Étape 7 : Diversifier ses ressources

La diversification des sources de financement est essentielle pour assurer la stabilité et la résilience financière des ONG. Elle consiste à combiner différents types de bailleurs publics, privés, fondations, entreprises, grands donateurs et grand public, ainsi que différentes modalités de soutien, comme les subventions, le mécénat, le parrainage ou les activités génératrices de revenus. En multipliant les sources, l'organisation réduit sa dépendance à un seul financeur, optimise ses chances de succès et peut adapter sa stratégie en fonction des opportunités et des besoins de ses projets.

Étape 8 : Adapter ses supports de communication

Le développement d'une stratégie de recherche de fonds ne peut se concevoir sans une stratégie de communication adaptée. Chaque type de financeur nécessite des supports spécifiques. Pour les donateurs privés, cela passe par des mailings ciblés, des événements, des courriers personnalisés, des campagnes de crowdfunding, des affichages ou encore la vente de produits. Pour les fondations, ainsi que pour les gouvernements et collectivités, les principaux supports sont les appels à projets et les dossiers de demande de fonds, qui doivent être structurés et conformes aux critères des financeurs. Les entreprises peuvent être sollicitées via des conventions de sponsoring, permettant de formaliser les partenariats et d'assurer la visibilité des projets.

Parmi les supports essentiels, le site Internet occupe une place centrale. Il permet de communiquer de manière ciblée avec différents publics et sert de vitrine de l'organisation, présentant ses projets, sa mission et ses valeurs. Se démarquer des autres organisations intervenant dans le même domaine est également crucial. Cela passe par la clarification de la vision, de la mission, des objectifs et des valeurs, la définition précise des environnements et des publics prioritaires, et par l'innovation dans la manière de communiquer et de mobiliser les partenaires financiers.[1]

[1] Voir par exemple les ressources de Communication Sans Frontières

Ressources

Cette dernière partie rassemble une diversité de ressources complémentaires destinées à approfondir les notions abordées lors des groupes de travail. Elle offre des outils pratiques, des références et des pistes de réflexion pour soutenir les ONG dans le développement et la structuration de leur stratégie de financement et s'inspirer d'autres expériences.

Structures et dispositifs d'accompagnements

D'autres pistes vers des structures d'accompagnement peuvent également être explorées telles que RESACOOP, Le Mouvement Associatif, APOGEES, Coordination Sud, Puls[1] etc. Également, la Fédération Française des Fundraisers (FFF) qui constitue une référence majeure pour les professionnels de la collecte de fonds. Elle propose des formations, des études, des événements de réseautage et des outils méthodologiques pour renforcer les compétences en fundraising. Mais aussi l'Association Française des Fonds et Fondations (AFF) qui offre aussi une connaissance approfondie de l'écosystème philanthropique français. Elle met à disposition des annuaires, des actualités et des ressources sur les cadres juridiques et les tendances du secteur.

Bonnes pratiques et inspirations

Il est également possible de s'inspirer d'initiatives existantes et de bonnes pratiques partagées par d'autres organisations. Par exemple les titres associatifs d'ALIMA, le Fonds d'urgence pour les réponses aux catastrophes de l'IFRC-DREF et le livre 0,03% ! de Pierre Micheletti.

Outils et supports complémentaires

Il est également possible de consulter directement des ressources complémentaires via la chaîne YouTube de la Cité de la Solidarité Internationale (CSI), qui propose des webinaires, retransmissions de conférences et retours d'expériences, ainsi que les ateliers Rez'Up[2].

[1] www.puls-locomotive.com/les-dispositifs

[2] www.rezup.org/agenda

Pour aller plus loin

- **Associathèque** – *Comment financer son association*
- **AssoConnect** – *Guide de communication pour les associations :*
- **Bioforce** – *Formation à la recherche de fonds et à la gestion de contrats de financement*
- **Candid** – *Plateforme internationale de ressources pour les ONG et la philanthropie*
- **Causes & Co** – *Formation en collecte de fonds et communication*
- **Coordination SUD** – *Financements accessibles aux ONG françaises : enjeux et recommandations*
- **Coordination SUD** – *L'aide internationale : instrument d'émancipation ou de contrôle ?*
- **Coordination SUD** – *Page dédiée aux financements*
- **Coordination SUD** – *Programme "Analyser son modèle économique"*

Pour aller plus loin

- **EC Consulting** – *Conseil en recherche de financements et partenariats :*
ec-consulting.ch/
- **FORIM** – *Ressources sur le financement des projets de solidarité internationale*
- **IRIS** – *Nouvelles pratiques dans le financement des ONG : facilitateur d'émancipation ou effet d'aubaine ?*
- **Les Ateliers du Commun** – *Recherche de financements pour les associations*
- **Ministère de l'Europe et des Affaires étrangères** – *Guide des subventions*
- **Nicomak** – *Formation à la recherche de subventions*
- **Portail officiel du gouvernement français pour les associations :**
www.associations.gouv.fr
- **Vitamine B** – *Ressources et accompagnement pour les associations*
- **Zeffy** – *Stratégie de communication auprès des donateurs*

Retrouvez toutes les ressources ici



Glossaire

- **Veille (stratégique)**

La veille stratégique est une activité de collecte, d'analyse et de diffusion d'informations pertinentes, organisée de façon continue, afin d'anticiper les évolutions d'un environnement donné (technologique, concurrentiel, réglementaire, etc.) et d'éclairer la prise de décision.

Source : CNRTL - Centre National de Ressources Textuelles et Lexicales

- **Base de données**

Ensemble organisé de données stockées de manière à pouvoir être facilement consultées, mises à jour, et gérées, souvent à l'aide d'un système informatique spécifique appelé système de gestion de base de données (SGBD).

Source : Larousse en ligne

- **Tableau de prospection**

Outil organisé (souvent sous forme de tableau) utilisé par les commerciaux pour recenser, suivre et analyser les prospects (clients potentiels), leurs coordonnées, leurs besoins, et l'état d'avancement des démarches commerciales afin d'optimiser la stratégie de conquête client.

Source : Le guide du commercial, Dunod 2020

- **Cartographie de réseau**

Représentation visuelle organisée des relations et interactions entre différents acteurs, organisations ou systèmes au sein d'un réseau donné, permettant d'analyser la structure, les connexions et les flux d'information ou de ressources.

Source : Management des réseaux, éditions Dunod

- **Modèle économique**

Désigne la manière dont une organisation crée, délivre et capture de la valeur. Il décrit la logique selon laquelle une entreprise génère des revenus, gère ses coûts et crée un avantage concurrentiel.

Source : Le dictionnaire de l'économie et de la gestion (Larousse)

Glossaire

- **Stratégie de financement**

Planification et choix des sources de financement qu'une organisation adopte pour soutenir ses activités, ses projets ou son développement. Elle inclut l'analyse des besoins financiers, la sélection des outils financiers (fonds propres, emprunts, subventions, partenariats, etc.) et l'optimisation des ressources pour assurer la pérennité économique.

Source : Le dictionnaire de l'économie et de la gestion (Larousse)

- **Stratégie de communication**

Plan global et coordonné d'actions de communication mises en œuvre par une organisation pour atteindre ses objectifs, cibler ses publics, transmettre ses messages clés et influencer positivement son image ou ses relations.

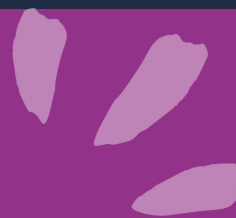
Source : Larousse en ligne

- **Segmentation des donateurs**

Processus consistant à diviser un ensemble de donateurs en groupes homogènes selon des critères spécifiques (comportement de don, profil démographique, motivations, fréquence et montant des dons, etc.), afin d'adapter les actions de communication, de fidélisation et de collecte à chaque segment pour optimiser l'efficacité des campagnes de financement.

Source : Marketing des organisations à but non lucratif, Dunod

Remerciements



La Cité de la Solidarité Internationale tient à remercier chaleureusement l'Agglomération d'Annemasse pour son soutien et sa collaboration tout au long de ce projet.

Nous adressons notre profonde gratitude à l'ensemble des ONG participantes aux groupes de travail : Sens Solidaires, l'Antenne départementale 74 de la Protection Civile, AIODD, La Courte Échelle, WECF France, P&C Handicap et Plénitude. Leur engagement, leur expertise et leur partage d'expériences ont été précieux pour enrichir les échanges et contribuer à la réussite de cette démarche.

Enfin, nous remercions toutes les personnes impliquées pour leur disponibilité, leur implication et la qualité des contributions apportées, qui ont permis de produire un rapport concret et utile pour l'ensemble des organisations du secteur.





Basée sur le territoire transfrontalier du Grand Genève, la Cité de la Solidarité Internationale est **une plateforme d'appui destinée à tous les acteurs** de la solidarité internationale :

- ONG
- Entreprises
- Organisations internationales
- Organismes de formation
- Acteurs académiques
- Acteurs de la recherche
- Collectivités territoriales
- Citoyens engagés

LA CSI PORTE 2 PROGRAMMES...



Accueil & accompagne les acteurs de la solidarité internationale

Un **espace de travail**, ouvert à tous les acteurs investis ou souhaitant développer un ou des projets de Solidarité Internationale. Chaque personne ou organisation peut être force de proposition pour organiser des **temps d'échanges** et **de partage**, ou des activités collectives. Notre équipe accompagne les porteurs de projets de développement et d'humanitaire à l'international.



Informe & oriente les professionnels de la solidarité internationale

COGIT vise à **outiller les acteurs de la solidarité internationale** d'aujourd'hui et de demain en les informant sur l'évolution du secteur de la solidarité internationale et les différents types d'engagements possibles (salariat, volontariat, bénévolat, etc.).

... ET 1 ÉVÉNEMENT





CITÉ DE LA SOLIDARITÉ INTERNATIONALE



C●HABIT
HÉBERGEMENT
& ACCOMPAGNEMENT



C●GIT
ORIENTATION
MÉTIER & FORMATIONS

SOLIWAY

CITÉ DE LA SOLIDARITÉ INTERNATIONALE

13, av. Emile Zola
74100 Annemasse - France
contact@cite-solidarite.fr



Annemasse **Agglo**



**RÉPUBLIQUE
FRANÇAISE**
*Liberté
Égalité
Fraternité*

**GENEVOIS
FRANÇAIS** Pôle
métropolitain



RESACOOP
AUVERGNE-RHÔNE-ALPES
COOPÉRATION INTERNATIONALE

Maison
de l'
ÉCO