

# Mon assoc est-elle data-driven ? 1/2 – la stratégie

**Comment piloter mon association par les données ?** (est-elle “data-driven”)

Une question toujours plus d’actualité, à l’heure du marketing digital et de l’interopérabilité des systèmes d’information. quelques questions à se poser, pour faire le point et identifier des axes d’amélioration.

Dans un second post, j’évoquerai quelques aspects plus opérationnels.

|                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|-------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|   | <p><b>Une politique de la donnée est définie et suivie</b></p> <p>Une instance en lien avec la gouvernance regroupe stratégies, utilisateurs métiers, techniciens de la donnée.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|  | <p><b>Les données sont enregistrées dans des bases de données structurées</b></p> <p>Un dictionnaire des données existe et est régulièrement mis à jour. L’architecture des données est connue. Des référentiels communs aux différents outils métiers peuvent être utilisés.</p>                                                                                                                                                                                                                             |
|  | <p><b>Les données sont exploitables par des outils d’analyse</b></p> <p>Un modèle de données est défini afin de permettre aux utilisateurs métiers de disposer et éventuellement de concevoir des tableaux de bord de suivi et de pilotage de leur activité.</p>                                                                                                                                                                                                                                              |
|  | <p><b>Les données personnelles sont hébergées de façon sécurisée et conformément au RGPD</b></p> <p>De nombreux sujets doivent être réglés, tels que la sécurité de l’hébergement (plan de reprise d’activité, disponibilité), ainsi que sa localisation (UE), le consentement des contacts, la protection des accès, l’identification des prestataires, la justification des traitements, etc.</p> <p>La mise en conformité RGPD est d’ailleurs un bon moyen de rentrer dans une démarche “data-driven”.</p> |



**Les données peuvent être partagées et sont accessibles selon l'usage**

Des règles sont définies pour permettre à chaque utilisateur autorisé un accès contrôlé aux données.

---

## **TODO Liste d'une gestion de projet CRM**

La gestion des engagements (monétaires ou non) des parties prenantes d'une association (donateurs, membres, bénévoles, abonnés, acheteurs, entreprises partenaires, etc.) est un domaine stratégique pour les associations.

Pour assurer cette gestion, le choix d'un outil de type « CRM » versus un outil « métier » peut être envisagé dans certains cas et sous certaines conditions.

Les avantages d'un outil métier sont connus, parmi lesquels notamment :

- Solution éprouvée et mutualisée, pouvant être mise en oeuvre dans des délais maîtrisés ;
- Expertise métier du prestataire ;
- Au delà de la mise en production, implication du

prestataire dans l'exploitation.

Dans le cas d'un projet CRM, l'identification des risques et la mesure de la capacité de l'organisation à les maîtriser sont des préalables indispensables au lancement d'un tel projet, qui présente un certain nombre de caractéristiques, parmi lesquelles :

- Transversalité du périmètre fonctionnel ;
- Conduite de changement pour les acteurs opérationnels ;
- Risques accrus (délais, coût, conformité) ;
- Rôles des acteurs en mode projet et en mode exploitation.

Les tableaux suivants proposent de façon très synthétique l'ensemble des sujets à aborder, regroupés en 4 chapitres.

|                                                                                     |                   |
|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|
|  | <b>1. Contenu</b> |
|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|

|                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|-----------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Définir le périmètre fonctionnel | <ul style="list-style-type: none"><li>✓ <input type="checkbox"/> Principales fonctionnalités</li><li>✓ <input type="checkbox"/> Tables, données</li><li>✓ <input type="checkbox"/> Positionner dans la cartographie du SI<ul style="list-style-type: none"><li>✓ <input type="checkbox"/> Référentiels communs avec d'autres application</li></ul></li><li>✓ <input type="checkbox"/> Echange avec des applications internes</li><li>✓ <input type="checkbox"/> Echange avec des applications externes</li></ul> |
|-----------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|                                     |  |
|-------------------------------------|--|
| □ Définir les indicateurs de succès |  |
|-------------------------------------|--|

|                                                |                                                                                                                               |
|------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| □ Fixer un budget (coûts internes et externes) | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓□ Investissement (projet, développements, etc.)</li> <li>✓□ Fonctionnement</li> </ul> |
|------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|                                   |                                                                                                         |
|-----------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| □ Arbitrer spécifique vs standard | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓□ Modèle de données</li> <li>✓□ Modules fonctionnels</li> </ul> |
|-----------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|               |                                                                                                                                                                                          |
|---------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| □ Benchmarker | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓□ Les usages (secteur marchand et non marchand)</li> <li>✓□ L'offre fonctionnelle, les modules standards</li> <li>✓□ Les intégrateurs</li> </ul> |
|---------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|                                          |                                                                                                                                                         |
|------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| □ Anticiper et programmer les évolutions | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓□ Lotissement, road map interne</li> <li>✓□ Evolution réglementaire</li> <li>✓□ Evolution de l'offre</li> </ul> |
|------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|                                    |                                                                                                                                                |
|------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| □ Définir les livraisons attendues | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓□ Qui livre (interne, intégrateur)</li> <li>✓□ Spécifications</li> <li>✓□ Cahier de recette</li> </ul> |
|------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|                                   |                                                                                                                                                                                     |
|-----------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| □ Préparer la reprise des données | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓□ Profondeur historique de la reprise</li> <li>✓□ Nettoyage et transcodification</li> <li>✓□ Indicateurs de reprise pour recette</li> </ul> |
|-----------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|



## 2. Ressources humaines à mobiliser

|                                                                                   |                                                                                                                                                                                                          |
|-----------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Identifier un sponsor niveau DG                          | <input checked="" type="checkbox"/> Relais vis à vis de la gouvernance<br><input checked="" type="checkbox"/> Arbitre les priorités<br><input checked="" type="checkbox"/> Porte les objectifs du projet |
| <input type="checkbox"/> Identifier le pilote interne pour le projet              | <input checked="" type="checkbox"/> Animation, pédagogie<br><input checked="" type="checkbox"/> Appétence pour le digital                                                                                |
| <input type="checkbox"/> Identifier les référents métiers                         | <input checked="" type="checkbox"/> Compétences<br><input checked="" type="checkbox"/> Crédibilité vis à vis de leurs pairs<br><input checked="" type="checkbox"/> Disponibilité                         |
| <input type="checkbox"/> Pro bono                                                 | <input checked="" type="checkbox"/> Périmètre<br><input checked="" type="checkbox"/> Part nécessaire<br><input checked="" type="checkbox"/> Part possible et acceptable                                  |
| <input type="checkbox"/> Identifier les parties prenantes externes et leurs rôles | <input checked="" type="checkbox"/> Editeur<br><input checked="" type="checkbox"/> Intégrateur<br><input checked="" type="checkbox"/> Consultant(s)                                                      |



### 3. Organisation du projet

□ Etablir un planning prévisionnel

Phases et jalons à positionner, en estimant le cas échéant les charges internes et externes associées :

- ✓□ Comités de pilotage
- ✓□ Expression des besoins
- ✓□ Benchmark des usages et de l'offre
  - ✓□ Choix prestataire(s), contractualisation
- ✓□ Ateliers de spécifications détaillés
- ✓□ Choix des modules standards
- ✓□ Validation du modèle de données
  - ✓□ Reprise(s) de données
- ✓□ Paramétrage et développement
  - ✓□ Formation
- ✓□ Recette(s) de la reprise des données
- ✓□ Recette(s) fonctionnelle(s)
  - ✓□ Mise en production
  - ✓□ Bilan à x mois

□ Organiser la gouvernance du projet

- ✓□ Rôles du CA et du bureau
- ✓□ Comité de pilotage
- ✓□ Equipe chargée de la gestion du projet

|                                                                 |                                                                                                                                                                                                    |
|-----------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Définir la communication sur le projet | <input checked="" type="checkbox"/> Contenus<br><input checked="" type="checkbox"/> Canaux<br><input checked="" type="checkbox"/> Périodicité<br><input checked="" type="checkbox"/> Publics visés |
|-----------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|                                                                                   |                        |
|-----------------------------------------------------------------------------------|------------------------|
|  | <b>4. Exploitation</b> |
|-----------------------------------------------------------------------------------|------------------------|

|                                                             |                                                                                                                                                                                                |
|-------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Retenir les modalités de formation | <input checked="" type="checkbox"/> Formation de l'ensemble des utilisateurs vs formation de formateurs<br><input checked="" type="checkbox"/> Conduite de changement et formation "technique" |
|-------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|                                                                      |                                                                                                                                                     |
|----------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Rédiger les guides d'utilisation, tutoriels | <input checked="" type="checkbox"/> Format (vidéo, doc en ligne, physique)<br><input checked="" type="checkbox"/> Accès (depuis SF, extranet, etc.) |
|----------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Organiser le pilotage de l'exploitation | <input checked="" type="checkbox"/> Maintenance technique<br><input checked="" type="checkbox"/> Assistance aux utilisateurs<br><input checked="" type="checkbox"/> Gestion des anomalies<br><input checked="" type="checkbox"/> Gestion des demandes d'évolution |
|------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

---

# Entretien avec Scott Harrison (fondateur de Charity:water) sur le journal du net

They came together as a community and built the road  
that would bring clean water to their village.

Watch the video and see their story.

PLAY VIDEO

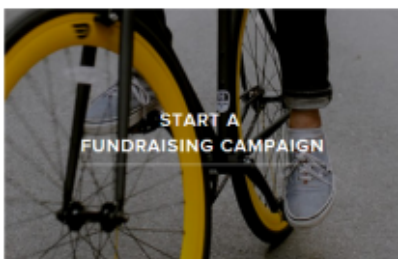
DONATE

We're a non-profit organization on a mission to bring clean and safe  
drinking water to every person on the planet. Join us.



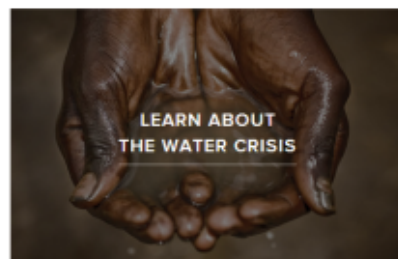
SPONSOR A  
WATER PROJECT

Sponsor a water project and give clean water  
to an entire community.



START A  
FUNDRAISING CAMPAIGN

56,659 people have started campaigns for  
clean water and you can too.



LEARN ABOUT  
THE WATER CRISIS

800 million people don't have access to clean  
drinking water. That's 1 in 9 of us.

We've funded **9,458** water projects in **20** countries.  
Here are three things that make us different.



#### 100% MODEL

Private donors fund our operating  
costs so 100% of your donations  
go straight to the field.



#### PROVING IT

We prove every water project we  
build using photos and GPS  
coordinates on Google Maps.



#### LOCAL PARTNERS

We work with strong local partners  
on the ground to build and  
maintain water projects.

LEARN ABOUT OUR WORK

l'association [Charity:water](#) a été fondée en 2006 et compte 66 salariés.

Depuis cette date, elle a récolté 100 millions de dollars, et financé 9 400 projets. Elle se concentre exclusivement sur la problématique de l'accès à l'eau dans les pays en développement.

son fondateur revient dans cet entretien sur différentes spécificités de son organisation, et notamment sur des aspects liés à la collecte.

On retrouvera [ici l'intégralité de l'entretien](#)

## **Un modèle différent**

*Dès le départ, nous avons voulu que la totalité de l'argent collecté via notre plateforme soit entièrement dédié au financement des projets que nous menons. Ainsi, chaque microdon contribue réellement au financement d'une installation. Les coûts liés à l'opérationnel sont, de leur côté, entièrement pris en charge par l'apport financier d'investisseurs privés tels que Jack Dorsey (Twitter) ou encore Sean Parker (Napster, Facebook). Autre élément important, nous souhaitons que le donateur puisse se rendre compte de manière très concrète de l'utilisation qui était faite de son argent et de son impact sur la vie des populations locales.*

## **Un reporting détaillé sur chaque projet**

*Le programme [Dollard to Project](#) permet aux donateurs de voir exactement où sont passés chaque dollar qui a été dépensé pour un projet. Nous mettons également à leur disposition les coordonnées GPS de chaque installation ainsi que des photos du travail réalisé dès que le projet arrive à son terme. Notre modèle repose sur une totale transparence.*

## **La présence sur les réseaux sociaux**



*Notre présence sur les réseaux sociaux et notre attitude très « early adopter » a fait dès le début partie intégrante de notre ADN. En effet, dès qu'un nouveau réseau social fait son apparition, nous l'essayons de manière presque systématique, avec plus ou moins de succès selon les cas. Nous avons, par exemple, été l'une des premières marques à ouvrir un compte sur Instagram. Nous sommes également l'une des rares organisations à but non-lucratif à dépasser le million de followers sur Twitter.*

---

## table ronde association et commissaires aux comptes le 26 janvier

**Commissaire aux comptes, Association et Financier : partageons la confiance. Quel rôle et quels moyens ?**

● Organisée à la Maison de la Mutualité le 26 janvier prochain (de 14h30 à 16h30), cette table ronde abordera notamment les thèmes suivants :

- la pérennité des associations dans un contexte réglementaire mouvant : exemple du secteur sanitaire et médico-social
- la sécurisation des financements publics
- la recherche de nouvelles ressources

Inscription possible en téléchargeant le [bulletin d'inscription ici](#)

---

## Retour des assises de la fiducie philanthropique

● Quelques idées ou informations, en attendant le compte rendu qui sera publié sur le site

- le discours de Christine LAGARDE, [ici](#) sur le site DailyMotion
- la présentation de l'étude du Cerphi (« la philanthropie d'aujourd'hui vue par ses acteurs »), [ici](#) sur le site [www.fiduciephilanthropique.fr](http://www.fiduciephilanthropique.fr)

● Sur **les fonds de dotation** (on pourra revoir [ici](#) à cette occasion la synthèse de la présentation faite à l'occasion du dernier forum des associations).

- Ils constituent un outil simple et efficace (plus de 110 créés à ce jour), que les acteurs doivent maintenant s'approprier en procédant à des « réglages ».

- voir également [ici des éléments d'analyse sur le site du cabinet DELSOL.](#)

### ● **Qu'attendent les philanthropes ?**

- un retour sur leur générosité ( le terme « impact giving » n'a pas été prononcé mais il s'agit bien de cela).
- la possibilité d'être partie prenante dans la gouvernance des organisations dans lesquelles ils « investissent ».
- des assurances sur le sérieux dont vont être menés les projets sur lesquels ils s'engagent.

### ● **La philanthropie n'est pas du mécénat d'entreprise**

- c'est bien souvent un projet familial.
- les confondre pourrait conduire à assimiler certaines opérations à des abus de bien sociaux.

● Une **typologie des nouveaux philanthropes** (source Cerphi, voir [ici](#) la présentation intégrale)



### ● **Un avenir incertain ?**

- Les testaments enregistrés au profit d'associations ou de fondations seraient en forte baisse (Bernard MONASSIER), phénomène dû aux récents scandales et à une insuffisante transparence des associations.

### ● **L'exemple de la Fondation pour la Recherche Médicale**

- une pré sélection des projets
- un suivi et une évaluation des projets retenus
- un retour vers les donateurs

● **Les acteurs bancaires** (BNP Paribas Wealth Management, Ecofi Investissement, Banque Transatlantique)

- Conseils, experts, sélectionneurs de projets
  - Accompagnant les associations et les fondations
  - On pourra revoir [ici](#) le billet sur la banque du Luxembourg, qui évoquait certains de ces thèmes
- 

## et tout ça sans Twitter ! (la gestion des donateurs par les oeuvres de charité au 16ème siècle)

Tous les textes en italiques sont repris directement d'un article du blog LEPARISAQUASISTAIN, visible ici dans son intégralité

### La générosité du public, source principale de revenu

*Par exemple à la Charité, les dons représentaient de 1690 à 1702, la principale source de rentrée d'argent alors que cet apport n'était plus que de 5% du total des recettes en 1751. Pour les plus petites Œuvres, ce poste des dons continua de représenter la part principale de leurs actifs, 35% pour l'œuvre des Prisons et les Insensés, et près de 75% pour le Mont de Piété.*

### Les grands donateurs

*Ainsi les fondateurs des Incurables qui avaient fait de gros dons à l'œuvre, furent considérés comme les patrons de lits particuliers, séparés des autres. Pour cela il fallait offrir 3000 livres ou plus et on devenait également recteur honoraire de l'institution.*

Avec un don de 5000 livres ou une rente apportant un bénéfice de 200 livres par an, un philanthrope gagnait en plus, le droit de choisir l'occupant de son lit, droit qui pouvait être transmis à ses héritiers à perpétuité. Ceux qui donnaient 1000 livres à la Charité avaient le droit de suspendre leurs portraits peints dans le hall d'entrée, le tout à leur charge.

### **Le street marketing**

Ceux de la Miséricorde marchaient lentement en criant d'une voix forte et intelligible « pour les pauvres », en transportant leur petit récipient propre à recevoir les dons. Ils pouvaient même faire de la monnaie à ceux qui le demandaient. Ils apparaissaient comme des gentilshommes charitables et honnêtes, qualités inséparables de leur condition d'administrateurs.

Les quêtes étaient pénibles pour eux car ils assistaient à toutes les messes du jour de quête, de la première du matin à la dernière du soir. Ils devaient alors visiter tous les recoins des églises pour débusquer les donateurs potentiels et n'en négliger aucun. Enfin ils devaient s'abstenir de boire dans les maisons des donateurs et de toute action scandaleuse ou profane.

### **La sur sollicitation**

Les quêtes étaient si fréquentes qu'il devenait impossible de les éviter pour un aixois allant à la messe le dimanche. A la porte de son église, il trouvait un recteur de la Charité, et durant le service un autre recteur de la Miséricorde l'approchait puisque seule cette institution avait le droit garanti par le Parlement, de procéder ainsi « du début de la messe à l'élévation du Saint Sacrement ».

Ainsi le croyant était-il incommodé par le passage des quêteurs et de leurs bassinets durant l'office. Les efforts des recteurs de l'œuvre des Pauvres Prisonniers pour lever des

*fonds étaient eux restreints par le Parlement, durant « le chant des Vêpres ou des Saluts ou des Bénédictions ».*

### **L'organisation des campagnes**

*On quêtait non seulement dans les églises mais chez les particuliers, pour les recteurs de l'Hôtel Dieu et à de la Charité en janvier, puis c'était le tour du Refuge en février jusqu'à la Saint Matthieu. Le Mont de Piété prenait la suite du 1<sup>o</sup> dimanche de mars jusqu'au 19, fête de Saint Joseph, puis c'était le tour des Insensés pendant la 1<sup>o</sup> semaine d'avril, puis suivaient la Propagande de la Foi, les Incurables et le Bon Pasteur.*

*Dans les années 1780, à cause de la mollesse de la vie sociale à Aix, les notables ne quittaient leurs bastides et châteaux pour rentrer en ville qu'à la fin de janvier, et les quêtes furent retardées jusqu'en février pour garder une chance de récolter des fonds substantiels.*

### **L'émotion fait donner !**

*La Charité envoyait ses enfants les plus jeunes et les plus pitoyables, quêter à domicile. On utilisait des subterfuges comme celui employé une année par la Rédemption des Chrétiens captifs des Turcs, dont les recteurs se déguisèrent et s'infiltrèrent dans les églises en prétendant représenter et collecter pour la Miséricorde !*

### **Un marché concurrentiel**

*Les Œuvres se querellaient constamment entre elles au sujet de leurs prérogatives pour lever des fonds, pour l'ordre de préséance dans les processions qui indiquait leur rang dans le prestige municipal, car plus grand était le prestige de l'institution et plus grandes seraient ses rentrées d'argent.*

---

# Assises de la philanthropie (institut Pasteur)

❏ Organisées par l'Institut Pasteur et l'agence Limite; et en partenariat avec la Tribune, le CIC, et le Crédit Coopératif; les assises de la philanthropie (le site [ici](#)) se tiendront le 18 novembre 2009.

Elle réuniront :

- des conseillers financiers et des gestionnaires de patrimoine indépendant,
- des notaires, des avocats, des fiscalistes, des consultants de cabinets d'audit et de conseil, des assureurs,
- des grands donateurs et fondateurs.

Des ateliers (voir [ici](#) le programme complet de la journée) permettront de faire avancer la réflexion sur les sujets suivants :

- La philanthropie sur le terrain
  - Comment libérer les énergies philanthropiques
  - Banque et philanthropie
  - Les nouveaux philanthropes
  - Les aspects juridiques de la philanthropie
-

# Espace européen du don : un coup d'avance pour le Luxembourg

vu dans le dernier numéro (405 daté du 1er octobre 2009) de Juris associations (voir [ici](#)) :

- Un donateur luxembourgeois peut désormais déduire de ses impôts les sommes versées à des organismes reconnus d'utilité publique dans un autre état membre de l'UE, ou de l'AELE (Islande, Liechtenstein, Norvège, Suisse).

Cette initiative se situe dans le cadre du plan visant à faire du Luxembourg une place reconnue de la philanthropie internationale.

- On lira avec intérêt ([ici](#)) à ce sujet cet entretien accordé le 22/09/2009 par Luc Frieden, ministre des finances du Luxembourg, sur la question de l'avenir de la place financière luxembourgeoise, et où il apparaît clairement que parmi les pistes de diversification pour le système financier, sont évoqués « *un certain nombre de domaines comme les investissements socialement responsables, le financement des écotechnologies, la philanthropie et la microfinance* » .

- Ces déclarations n'en restent pas au niveau des principes, et sont déjà suivies d'effets : voir [ici](#) l'exemple des actions menées par la banque de Luxembourg en direction des philanthropes.

---

# La banque du Luxembourg, acteur de la philanthropie internationale

● Dans le cadre de la diversification de la place financière luxembourgeoise (voir billet [ici](#)), la banque de Luxembourg a initié le site [philanthropie.lu](#), site présenté comme un « espace d'information ouvert sur la dynamique du don au Luxembourg ».

## **L'organisation d'un colloque**

On y trouvera par exemple l'annonce d'un colloque, nommé "Responsible leadership in times of change" (le 9/10/09), organisé en partenariat avec [Youphil](#), [Alliance](#), et [Wort](#)

L'objectif de cette journée est de donner l'opportunité aux dirigeants et aux administrateurs de fondations européennes de se réunir pour partager leurs expériences et vision du futur.

Le programme complet peut être téléchargé [ici](#)

## **La diffusion de plaquettes sur le thème de la philanthropie**

### Confidences de philanthropes

❏ Réalisées par Wise (agence conseil en philanthropie basée à Genève, site [ici](#)), les 6 entretiens permettent de dégager sinon un profil type, en tous cas des caractéristiques communes :

- jeune, voire très jeune.
- impliquant leur famille dans leur projet.
- conseillé par des professionnels (...).
- souhaitant s'impliquer de façon active dans la gestion

opérationnelle des projets financés, et l'évaluation des actions menées.

- séparant leurs actions individuelles de celles menées dans le cadre d'un éventuel mécénat d'entreprise.

On pourra retrouver [ici](#) le témoignage d'un des philanthropes interrogés.

On trouvera également à la fin de la plaquette le point de vue des fondateurs de Wise sur leur rôle de conseil dans les projets mis en oeuvre par leurs clients.

### Itinéraires du donateur

Dans ce guide sont listées les différentes questions à se poser avant de se lancer dans un projet philanthropique ou un don :

- Pourquoi donner ?
- Qui soutenir ?
- Combien donner ?
- Puis-je donner aussi de mon temps ?
- Quelles sont les tendances actuelles ? (donner de son vivant, « venture philanthropy », partenariat, investissement social)
- Quel sera l'impact de mon don ?
- Dois-je impliquer ma famille ?

### Agir au Luxembourg

Ce guide complète le document précédent, en fournissant un certain nombre de réponses sur les plans juridiques et fiscaux :

- Structurer un projet
  - participer à un projet existant
  - créer une ASBL
  - le statut d'ONGD au Luxembourg
  - La création d'une fondation

- Doter un projet
    - au Luxembourg
    - hors du Luxembourg (le mécanisme du « Transnational Giving Europe » -> détails [ici](#), du « Friends of » -> détails [ici](#))
  - Techniques et droits de donation
  - Philanthropie et entreprise
- 

## organisation 2.0 (Andrew McAfee)

Andrew McAfee est le pape ou en tout cas l'inventeur du concept d'entreprise 2.0, qui peut être étendu à celui d'organisation 2.0 pour inclure en particulier les organisations non lucratives.

Vous pourrez retrouver ses idées sur son blog, [ici](#)

Il a récemment rédigé un livre à paraître fin décembre sur ce sujet, et dont le premier chapitre (résumé ci-dessous), est disponible [ici, sur le site de Harvard Business Press](#)

Un article sera également disponible à l'automne sur le site de la Harvard Business Review, [ici](#)



### **Objectifs du livre**

1. Décrire les nouvelles technologies 2.0.
2. Montrer que ces technologies ne sont pas qu'un simple assemblage, mais dessinent une tendance lourde qui permet la collaboration et l'interaction entre les

intervenants.

3. Illustrer la manière dont les organisations peuvent utiliser ces technologies.
4. Suggérer des bonnes pratiques, en particulier sur le rôle des managers et des cadres dans les phases de déploiement.

## Résumé de la table des matières

### Partie I : l'entreprise 2.0, ses caractéristiques

#### 1. Présentation

#### 2. Etudes de cas (incluant Google et la CIA)

*Etude des problématiques rencontrées par ces entreprises*

#### 3. Les nouvelles technologies

*Description des nouvelles technologies apparues récemment sur le web, marquant une rupture avec les précédents outils.*

#### 4. Les modalités d'adoption

*Comment les entreprises décrites précédemment ont pu profiter du web 2.0.*

*Comment les collaborateurs peuvent en profiter, selon leur niveau de relation (en forte interrelation, peu reliés, potentiellement reliés, définitivement non reliés)*

#### 5. Les bénéfices de la mise en oeuvre de ces nouvelles technologies

*Ces bénéfices ne concernent pas seulement les entreprises de la nouvelle économie, et ne sont pas réservés à la « génération Y ».*

### Partie II : Comment déployer les nouveaux outils

#### 6. Les freins à l'adoption

*la mauvaise volonté des individus à abandonner les outils et pratiques collaboratives existantes, les raisons de ce manque d'enthousiasme*

## 7. Bonnes pratiques

*Eviter de mettre en place les nouveaux outils, et d'attendre qu'ils fassent effet ; le rôle d'accompagnement et d'évangélisation des managers est primordial.*

## 8. L'évolution prévisible

*« Le futur est déjà là, mais il n'est pas uniformément réparti » (William Gibson)*

L'intérêt de ce livre est en particulier d'être écrit par quelqu'un qui n'est pas un pur technophile, mais est plutôt intéressé par la manière dont les technologies peuvent être utilisées au sein des organisations.

Il estime ainsi que ces technologies favorisent le travail collaboratif et les interactions entre les personnes, sans définir à priori une organisation particulière (celle-ci se définissant en temps réel, au fur et à mesure). Loin du chaos prévisible, la mise en oeuvre des technologies du web 2.0 au sein d'entreprises 2.0 auraient la propriété merveilleuse de faire apparaître une architecture et une structure d'organisation au fil du temps, sans qu'une organisation cible ne doive être définie à priori.

Reste la question humaine :

Les acteurs impliqués dans la mise en oeuvre de ces outils au sein des organisations y trouveront-ils de réels avantages ?, sont-ils prêts à s'y impliquer ?

Un important travail d'évangélisation en perspective.

En attendant une éventuelle traduction, des extraits de ce livre vous seront proposés sur ce blog.