# Mobilisation
## des ressources pour les organisations de la société civile
dans un contexte numérique

## Séance n° 3 : Se connecter pour avoir un impact
## Les clés du succès avec des propositions

2025

AFD Agence Française de Développement
Funded by the European Union
forus Connect Support Influence
INNOVUS

# Passons maintenant du premier contact de la session n° 2 à la conviction écrite dans la session n° 3

## Approche des donateurs et propositions gagnantes

Ces sessions combinées se renforcent mutuellement

# Diapositive des sessions et où nous allons

**Session n° 1**

Financement ciblé
Critères clairs pour un « oui » stratégique

1

2/3

**Sessions n° 2 et n° 3**

Identifier les pratiques essentielles et les éléments critiques pour établir des relations fructueuses avec les donateurs et rédiger des propositions de subvention gagnantes, en appliquant au moins une stratégie clé dans le contexte du développement international

**Session n° 4**

Intelligence artificielle pour la mobilisation des ressources

4

5

**Session n° 5**

Communications décodées : comment créer un plan qui connecte, motive et inspire

6

**Session n° 6**

Stratégie en action : Élaborer un plan de mobilisation des ressources

# Objectifs de ces sessions

- Concevoir un plan d'approche stratégique pour une organisation donatrice potentielle, en justifiant le choix du donateur et la structure de la demande (« The Ask ») afin de maximiser l'alignement et les chances de succès.

- **Construire l'argument central d'une proposition de subvention, en reliant de manière convaincante le problème, la solution, les objectifs SMART et la stratégie de durabilité.**

- **Évaluer la cohérence et le potentiel de réussite d'un plan d'approche des donateurs, en jugeant comment les stratégies de relation avec le donateur et la structure de la proposition se renforcent mutuellement pour étayer une décision.**

# La ressource clé et l'inspiration du jour

YOU'RE ALREADY MAKING
A DIFFERENCE. MAKE EVEN
MORE WITH WINNING GRANTS.

JAMES RUELL NONPROFITS

# Construire le pont vers les propositions gagnantes

# Construire le pont vers les propositions gagnantes

**Quels succès (ou échecs) avez-vous rencontrés dans vos démarches auprès des donateurs ?**

**Quels succès (ou échecs) avez-vous rencontrés avec les propositions envoyées aux donateurs ?**

# Architecture de la proposition : premières impressions

- Lettre de présentation :
  - Brève (1 à 2 pages), personnalisée pour le donateur.
  - Présente l'ONG et la proposition, le lien avec les priorités de l'organisme financeur (par exemple, géographiques, sectorielles), l'impact souhaité, la passion.
- Résumé exécutif :
  - CRITIQUE ! (4-6 paragraphes concis), à rédiger à la fin.
  - Convaincre : projet vital pour le développement, ONG capable d'agir dans des contextes complexes, plan pertinent.
  - Inclure : nom du projet, contact, ONG, problème (contexte de développement), objectifs, résumé, résultats attendus, coûts.

**La porte d'entrée : lettre de présentation et résumé exécutif**

# Le défi du résumé exécutif

**Que ferons-nous ?**
Rédiger les 3 à 5 premières phrases d'un résumé exécutif, conçues pour capter immédiatement l'intérêt du bailleur de fonds.

**Travail en petits groupes :**

- En groupes, rédigez vos phrases d'introduction. Vous devez communiquer de manière convaincante :
  - Le problème URGENT.
  - Votre solution innovante.
  - L'impact clé attendu.

**Mise en commun :**
Nous partagerons les exemples afin d'analyser en plénière les éléments qui les rendent plus efficaces et pourquoi.

## Capter l'attention en 30 secondes

# Le cœur : problème, solution et impact mesurable

**Présentation du problème (contexte de développement) :**

- Description convaincante du problème (1 page idéalement).
- Données récentes (locales, nationales, mondiales), clarté, urgence mais solution possible.
- Récit : communauté (protagoniste), problème (antagoniste), ONG (guide).

**Définition du besoin et de la réponse transformatrice**

# Le cœur : problème, solution et impact mesurable

**Description du projet/programme (solution innovante) :**

- Votre solution : quoi, comment, pourquoi, qui, quand, où (dans quel pays/quelle région).
- Alignement avec la mission et le mandat du bailleur de fonds (et les ODD, le cas échéant).

**Définir le besoin et la réponse transformatrice**

# Le cœur : problème, solution et impact mesurable

**Buts et objectifs (impact SMART) :**

- Définir la réussite ! SMART (spécifiques, mesurables, atteignables, réalistes, limités dans le temps).
- Buts (larges, alignés sur le développement) - > objectifs (concrets, mesurables dans la communauté).

**Définir le besoin et sa réponse transformatrice**

# Du problème à l'objectif SMART

**Explication :**
Cette activité pratique montre comment transformer un problème général en un objectif spécifique, mesurable, atteignable, réaliste et limité dans le temps.

**Exemple :**
- **Problème :** pertes post-récolte élevées chez les petits agriculteurs.
- **Objectif SMART :** Former 50 agriculteurs de « Los Pinos » afin de réduire leurs pertes de récolte de 30 % au cours des 12 prochains mois.

**Travail individuel ou en binôme :**
- Réfléchissez à un problème courant dans votre région et rédigez 1 à 2 objectifs SMART pour y remédier, en veillant à ce qu'ils répondent aux 5 critères.

**Partage :**
Quelques volontaires partageront leur objectif afin de recevoir les commentaires du groupe sur chacun des 5 critères SMART.

Mesurer le changement

# Mise en œuvre et faisabilité : méthodes et évaluation

- **Méthodes et stratégie (le « COMMENT » sur le terrain) :**
  - Plan d'attaque détaillé : étapes logiques, calendrier, rôles (personnel local/international, bénévoles), activités clés.
  - Anticiper les risques (sécurité, logistique, politique) et disposer de stratégies d'atténuation.
- **Plan d'évaluation (mesurer le succès et l'apprentissage) :**
  - Comment mesurer les progrès et définir le succès ? Indicateurs concrets.
  - Produits (par exemple, ateliers organisés) vs résultats/impact (par exemple, amélioration des revenus, réduction de la mortalité infantile).
  - Méthodes (quantitatives/qualitatives), qui (équipe M&E), quand, comment ?

# Viabilité à long terme : durabilité et budget

- **Durabilité (impact durable) :**
  - Comment l'impact/le projet se poursuivra-t-il après la fin de la subvention ? (par exemple, renforcement des capacités locales, modèles d'entreprise sociale).
  - Stratégies : expansion, diversification des revenus, transfert aux acteurs locaux.
- **Budget (réaliste et justifié) :**
  - Détaillé, chaque dollar compte. Aligner sur l'échelle et les fourchettes du bailleur de fonds.
  - Indiquer les autres sources, les coûts de personnel (recrutement local vs expatrié), les dépenses opérationnelles sur le terrain.
- **Mention rapide :** autres éléments de soutien (lettres de soutien d'organisations partenaires locales, témoignages, CV du personnel clé).

Assurer l'avenir : durabilité et budget responsable.

# Positionnement stratégique et son personnel

- **Positionnement stratégique :**
  - L'ALIGNEMENT EST IMPORTANT ! Renseignez-vous sur l'organisation qui finance le projet (priorités géographiques, thématiques).
  - Parlez leur langage, mettez en avant vos intérêts communs.
  - Message mémorable : quelle est la SEULE chose que l'on doit retenir de votre projet de développement ?
  - Abordez les risques de manière proactive (risques administratifs, action sans préjudice, etc.).
- **Votre modèle de proposition central :**
  - Créez un document de base solide.
  - ADAPTEZ, NE COPIEZ PAS ET NE COLLEZ PAS, pour chaque bailleur de fonds.

# Conclusions clés et recommandations concrètes

- Avec les donateurs : confiance -> préparation -> demande claire -> suivi et démonstration de l'impact.

- Dans les propositions : premières impressions -> problème/solution clairs (contexte de développement) - ; impact mesurable (smart) -> viabilité et durabilité.

Stratégie gagnante : alignement et efficacité

# Conclusions clés et recommandations concrètes

Recommandations clés pour agir :

- Personnalisez sans relâche.
- Montrez, ne vous contentez pas de dire (données de terrain, témoignages des bénéficiaires).
- Planifiez la durabilité et la stratégie de sortie précoce.
- Demandez un avis externe (collègues ayant une expérience dans la région ou le secteur, et quelqu'un qui n'a aucune connaissance).

**Stratégie gagnante : alignement et efficacité.**

# Merci !

www.innovusconsulting.co

**Animateur de la session :** Camilo Forero

**Créateur du module :** Camilo Forero