



# IMPACT BEYOND OUTILS DE COLLECTE DE FONDS

RÉALISÉ EN COLLABORATION AVEC  
REMEDY, SPÉIALISTE DE LA COLLECTE  
DE FONDS DANS LE DOMAINÉ DU SPORT

REMEDY.

WORLD RUGBY  
**Impact Beyond**  
2025



# SOMMAIRE

## 1 | INTRODUCTION

- > [Introduction à la Boîte à outils pour la Collecte de fonds](#)
- > [Autonomisation des femmes et des filles dans le rugby grâce à la collecte de fonds](#)
- > [Glossaire de la Collecte de fonds](#)

## 2 | FONDATIONS

- > [Gouvernance et structures juridiques](#)
- > [Liste de contrôle de la gouvernance et du cadre juridique](#)
- > [Vérification raisonnable](#)

## 3 | PLANIFICATION STRATÉGIQUE

- > [Stratégie de Collecte de fonds](#)
- > [Recherche et cartographie des donateurs](#)
- > [Modèle de cartographie de mise en réseau](#)

## 4 | ÉTABLIR DES RELATIONS

- > [Gestion des relations](#)
- > [Communication avec les donateurs](#)
- > [Stratégies d'engagement](#)
- > [5 types de donateurs](#)

## 5 | PLAIDER VOTRE CAUSE

- > [Narration et arguments en faveur du développement du soutien](#)
- > [Cas pour le modèle de soutien](#)

## 6 | DEMANDES ET PROPOSITIONS

- > [Processus de rédaction et de demande de subvention](#)
- > [Cadre de demande de subvention](#)
- > [10 drapeaux verts pour les donateurs dans le cadre de dossier de subvention](#)
- > [10 signaux d'alarme pour les donateurs dans le cadre de dossier de subvention](#)
- > [Budget and Financial Projection Model Template](#)

## 7 | DÉMONTRER L'IMPACT

- > [Mesure et évaluation de l'impact](#)
- > [Liste de contrôle pour mesurer et évaluer l'impact](#)

# INTRODUCTION À LA BOÎTE À OUTILS DE COLLECTE DE FONDS

**Le rugby est plus qu'un simple jeu, c'est un catalyseur de changement.** En comprenant et maximisant réellement cette caractéristique, votre Fédération peut exploiter la capacité unique du rugby à susciter et à inspirer des changements significatifs et durables chez les personnes, les communautés et au-delà.

La réalisation de cette vision n'est pas une mince affaire, c'est pourquoi World Rugby a créé cette boîte à outils complète. Elle est conçue pour vous donner les informations, les stratégies et les outils nécessaires pour élaborer des programmes de collecte de fonds durables et conséquents. En équipant votre Fédération pour obtenir des investissements plus importants, la boîte à outils garantit que les fonds sont réinvestis dans le jeu, alimentant ainsi sa croissance et son impact positif sur et en dehors du terrain.

Bien que cette boîte à outils puisse servir de guide général pour tous les efforts de collecte de fonds, elle met un accent particulier sur le développement du rugby féminin et de ses participantes. En donnant la priorité à ce domaine, la boîte à outils aide non seulement les Fédérations à libérer de nouveaux potentiels de collecte de fonds, mais également à défendre l'équité et à créer de plus grandes opportunités pour toutes et tous au sein de la communauté du rugby.

## POURQUOI CETTE BOÎTE À OUTILS ?

Dans un paysage de plus en plus concurrentiel, l'obtention de financements est essentielle pour la croissance, le développement et le succès des Fédérations de rugby dans le monde entier. Qu'il s'agisse de soutenir des programmes de base, d'organiser des événements nationaux ou d'investir dans des initiatives à long terme, une collecte de fonds efficace est l'épine dorsale de la durabilité financière. La boîte à outils a été soigneusement conçue pour relever les défis uniques auxquels sont confrontées les Fédérations de rugby, en vous aidant à renforcer votre gouvernance, à établir des relations significatives avec les donateurs, à bien rédiger des demandes de subventions ou de financements et à partager des narratifs convaincants qui trouveront un écho auprès de votre public cible.

## QUE TROUVEREZ-VOUS DANS CETTE BOÎTE À OUTILS ?

La boîte à outils fournit un guide étape par étape à travers tous les aspects du processus de collecte de fonds. Voici ce à quoi vous pouvez vous attendre :

- > **Fondations pour la collecte de fonds :** Comprendre l'importance de la gouvernance, des cadres juridiques et des vérifications raisonnables dans la construction d'une base de collecte de fonds solide.
- > **Planification stratégique :** Apprendre à identifier les parties prenantes potentielles, à repérer les opportunités de financement et à élaborer une stratégie de collecte de fonds correspondant à vos objectifs.
- > **Établissement de relations :** Explorer des stratégies pour traiter et gérer efficacement les relations, en assurant des liens durables avec les donateurs et les partenaires.
- > **Raconter votre histoire :** Améliorer vos compétences en matière de narratif et élaborer un argumentaire convaincant pour obtenir du soutien qui s'aligne sur les priorités des donateurs.
- > **Rédaction de propositions :** Disposer de conseils pour rédiger facilement les demandes de subventions et planifier les budgets.
- > **Mesurer le succès :** Apprendre à mesurer et à partager les résultats de votre travail pour rester ouvert et responsable.

## À QUI S'ADRESSE CETTE BOÎTE À OUTILS ?

Cette boîte à outils est spécialement conçue pour **les Fédérations de rugby**, quelle que soit leur taille ou leur niveau d'expérience en matière de collecte de fonds. Que vous soyez novice en matière de collecte de fonds ou que vous cherchiez à améliorer ou renforcer vos processus existants, les ressources ici sont adaptables pour répondre à vos besoins particuliers.

## COMMENT UTILISER CETTE BOÎTE À OUTILS ?

- > Commencez par les **Lignes directrices** pour établir les bases.
- > Utilisez les **Modèles et Outils** pour rationaliser vos processus.

Chaque section est précisément conçue pour vous guider à travers les concepts essentiels, les étapes réalisables et les outils pratiques qui peuvent être mis en œuvre immédiatement. L'objectif est de donner à votre Fédération les moyens de récupérer des financements plus efficacement, de répondre aux attentes des donateurs et, surtout, de créer un impact durable pour le rugby et votre communauté.



# ÉMANCIPATION DES FEMMES ET DES FILLES DANS LE RUGBY GRÂCE À LA COLLECTE DE FONDS

## VALEUR SOCIALE DU RUGBY FÉMININ ET DE SES PARTICIPANTES

Le sport est l'un des agents de changement social les plus efficaces de la société, une plate-forme influente pour partager des informations, promouvoir des valeurs et conduire une transformation positive dans les communautés du monde entier. Grâce à sa large portée, le sport influence les comportements et les actions, offrant une occasion unique de créer des environnements plus diversifiés et inclusifs, sur et en dehors du terrain.

Les Fédérations de rugby, quelle que soit leur taille ou leurs ressources, ont le pouvoir de transformer la vie des femmes et des filles, qui restent sous-représentées dans l'écosystème sportif. Un cadre sportif inclusif est un environnement qui profite à toutes et à tous. Une plus grande participation conduit à un plus grand réservoir de talents, apportant de l'innovation et de nouvelles perspectives au jeu, ainsi qu'à un système sportif plus dynamique, équitable et durable.

## IMPACT DU DÉBLOCAGE DE FONDS POUR LE RUGBY FÉMININ ET SES PARTICIPANTES

L'augmentation du financement des Fédérations de rugby peut avoir un impact significatif sur le développement et la croissance du rugby féminin et des femmes dans plusieurs domaines clés.

- Soutien en faveur de l'engagement de base avec le financement d'initiatives qui initient les jeunes filles au rugby par le biais des écoles, des clubs et des programmes communautaires, créant ainsi un vivier de talents durable.
- Davantage de fonds permettent également l'expansion des compétitions, des ligues et des tournois, offrant ainsi plus d'opportunités aux joueuses de progresser, en particulier dans les régions où le rugby est moins établi. De plus, le financement qui mène à l'amélioration de l'infrastructure (par exemple, de meilleures installations, des équipements, des ressources d'entraînement, etc.) élève le niveau général et la professionnalisation du jeu.
- Enfin, un soutien financier accru en faveur du rugby féminin et des femmes garantit l'égalité d'accès aux opportunités, que ce soit sur le terrain ou en dehors, en promouvant l'égalité des sexes et en créant des filières pour que les femmes et les filles puissent exceller, du niveau local au niveau professionnel.

# 6 RAISONS

POUR LESQUELLES VOUS DEVRIEZ CIBLER LES FONDS  
POUR L'ÉGALITÉ DES SEXES :

**Promouvoir  
l'inclusion et  
la diversité**

**Renforcer  
votre impact  
social**

**Attirer  
de nouveaux  
publics et  
sponsors**

**Augmenter  
votre visibilité**

**Stimuler le  
développement  
économique  
de vos commu-  
nautés**

**Cultiver  
la croissance à  
long terme et  
la durabilité**

## POURQUOI LES DONATEURS S'INTERESSENT-ILS DE PLUS EN PLUS AU SPORT FÉMININ ET A SES PARTICIPANTES, Y COMPRIS LE RUGBY ?

L'attention croissante portée à la participation des femmes et des filles, ainsi que l'augmentation continue du nombre de participantes, offrent une opportunité attrayante pour les donateurs. Le rugby féminin offre à la fois de la visibilité et une chance d'avoir un impact social durable.

La participation des filles et des femmes dans le rugby a connu une augmentation significative ces dernières années.

Les données recueillies en 2023 ont souligné que la population mondiale de joueuses a augmenté de 7 % cette année-là, atteignant près de deux millions de pratiquantes, avec une augmentation impressionnante de 33,9 % du nombre de joueuses actives enregistrées (World Rugby, 2024). L'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE) a noté que les contributions caritatives internationales en faveur de l'égalité des sexes ont triplé en cinq ans (OCDE, 2024) et ONU Femmes (2023) affirme qu'investir dans les femmes est une opportunité.

Le financement de l'engagement des filles et des femmes dans le sport peut relever des défis sociaux critiques, tels que l'inégalité entre les sexes, les disparités en matière de santé et la cohésion communautaire. Ces résultats sont souvent très conformes à ce que les donateurs cherchent à atteindre. De plus, la popularité et la visibilité croissantes du rugby féminin en font une opportunité encore plus attrayante pour les donateurs potentiels.





## POURQUOI DEVRIEZ-VOUS CIBLER LE FINANCEMENT SÉPÉTIQUEMENT DESTINÉ AUX FEMMES ET AUX FILLES ?

La recherche de financement pour le rugby féminin et ses participantes ouvre une multitude d'opportunités pour votre Fédération de rugby. Un large éventail d'organisations s'efforcent activement de réduire l'écart entre les sexes, de faire progresser les droits des femmes et des filles et de promouvoir l'équité entre les sexes et l'inclusion dans le sport. Ces organisations offrent un soutien financier et encouragent les efforts de collaboration, notamment :

- > **Programme Erasmus+** : Initiative de l'UE en faveur de l'éducation, de la formation, de la jeunesse et du sport dans toute l'Europe, en mettant l'accent sur la promotion de l'égalité entre les femmes et les hommes dans le sport.
- > **Olympism365** : La stratégie du CIO visant à renforcer le rôle du sport en tant que catalyseur clé des objectifs de développement durable (ODD) des Nations Unies, en mettant l'accent sur l'inclusion des sexes et l'émancipation.
- > **ONU Femmes** : L'organe de l'ONU dédié à la promotion de l'égalité des sexes et de l'émancipation des femmes, avec des possibilités de financement visant à promouvoir la participation des femmes dans le sport.
- > **WomenWin** : Un fonds international multidimensionnel qui investit dans des programmes soutenant l'égalité des sexes dans le sport.
- > **Agences nationales et intergouvernementales** : De nombreux gouvernements et organisations européens ont mis en place des programmes de financement spécifiques dédiés à la promotion de l'égalité des sexes dans le sport, en soutenant des initiatives qui encouragent les femmes et les filles à participer à tous les niveaux.

En donnant la priorité au rugby féminin et aux femmes, votre Fédération de rugby peut puiser dans ces précieuses sources de financement, tout en établissant des partenariats avec des organisations influentes qui peuvent renforcer votre profil et votre visibilité. Cela permettra d'attirer de nouveaux soutiens financiers et de créer des changements durables et importants pour votre Fédération.

## DEFIS

Pour accéder efficacement et attirer des financements spécifiquement destinés au rugby féminin et aux femmes, les Fédérations de rugby doivent d'abord reconnaître et relever les défis actuels qui entravent les progrès durables, notamment les préjugés sexistes, l'accès inégal aux opportunités et à la répartition des ressources, etc.

En élaborant de manière proactive des stratégies pour surmonter ces obstacles, telles que la mise en œuvre de politiques qui promeuvent et défendent l'égalité des sexes, l'égalité des ressources et favorisent la remise en question des normes culturelles dépassées, les Fédérations de rugby peuvent se positionner comme des partenaires attrayants et responsables pour les donateurs. Faire preuve de motivation et d'un engagement à s'attaquer à ces problèmes critiques permet non seulement d'approfondir les relations avec les donateurs potentiels, mais aussi d'assurer la pérennité à long terme du rugby féminin et de ses participantes.

Cette approche collaborative créera des opportunités durables et équitables pour l'émancipation des filles et des femmes à travers l'Europe, entraînant des changements significatifs qui favorisent une communauté du rugby plus inclusive, plus percutante et plus tournée vers l'avenir.



# GLOSSAIRE DE LA COLLECTE DE FONDS

**Activités :** Tâches ou programmes spécifiques entrepris par une organisation pour atteindre ses objectifs, produire des résultats et aboutir aux résultats souhaités.

**Bénéficiaire :** Une personne ou un groupe qui bénéficie directement des activités et des résultats d'un projet ou d'un programme.

➤ Par exemple, les enfants qui participent à des activités de rugby à l'école.

**Dirigées par les bénéficiaires :** Interventions ou organisations conçues et guidées par les contributions, les besoins et les préférences de ceux qui en bénéficieront, garantissant ainsi leur pertinence et leur efficacité.

➤ Par exemple, lors de la conception d'un programme de développement de base pour les femmes et les filles, impliquer les joueuses, les entraîneur(e)s et les parties prenantes de la communauté dans le processus de conception.

- Utiliser des groupes de discussion et réaliser des enquêtes pour comprendre les défis auxquels les femmes et les filles sont confrontées pour accéder au rugby, le type de soutien dont elles ont besoin et la meilleure façon de structurer le programme.
- Élaborer le programme en fonction de ces commentaires pour s'assurer qu'il répondra à leurs besoins et qu'il a plus de chances de réussir à mobiliser et à retenir les participants.

## Argumentaire en faveur

**d'un soutien :** Un récit ou narratif convaincant qui décrit la mission d'une organisation, les besoins auxquels elle répond, l'impact de son travail et les raisons pour lesquelles un soutien ou un financement est nécessaire. Il est utilisé pour persuader des donateurs ou des donateurs potentiels de fournir un soutien financier.

**Coûts de base :** Dépenses opérationnelles essentielles qu'une organisation doit couvrir pour fonctionner efficacement,

mais qui ne sont pas directement attribuées à des projets ou programmes spécifiques.

## Collecte de fonds d'entreprise :

Pratique consistant à faire participer des entreprises et des sociétés à titre de donateurs ou de financiers.

## Financement participatif :

Pratique consistant à collecter des fonds auprès d'un grand groupe de personnes qui contribuent chacune un petit montant, généralement via Internet (crowdfunding).

**Gestion des donateurs :** Gestion continue des relations avec les donateurs, en mettant l'accent sur l'établissement de la confiance, la satisfaction des donateurs et l'encouragement d'un soutien continu.

**Financement diversifié :** Stratégie visant à obtenir un soutien financier de diverses sources (p. ex., subventions, dons, sponsoring, etc.) afin de réduire les risques financiers et d'accroître la durabilité.

## **Vérification d'éligibilité :**

Approche d'une organisation auprès d'un donneur potentiel afin de déterminer si elle répond aux critères de demande de financement. Il peut s'agir de questions sur la taille de l'organisation, le type ou les domaines d'intérêt du projet proposé.

**Évaluation :** Évaluation systématique de la conception, de la mise en œuvre et des résultats d'un projet ou d'un programme, visant à déterminer son efficacité, son impact et sa durabilité.

## **Manifestation ou expression d'intérêt :**

Soumission initiale, souvent brève, par un demandeur de subvention potentiel indiquant son intérêt à présenter une demande de financement. Le demandeur décrit le projet proposé et son alignement avec les objectifs du donneur, utilisés pour évaluer si le demandeur devrait être invité à soumettre une proposition complète.

**Collecte de fonds :** Processus d'identification et de collecte de ressources financières pour votre organisation (généralement à but non lucratif).

**Préparation à la collecte de fonds :** L'état ou la condition d'une organisation qui est entièrement préparée à entreprendre des activités de collecte de fonds de manière efficace et efficiente.

**Stratégie de collecte de fonds :** Plan qui décrit comment une organisation obtiendra les ressources financières nécessaires pour soutenir sa mission et ses activités prévues.

**Subvention :** Contribution financière fournie par un gouvernement, une entreprise, une fondation ou une institution, pour soutenir un projet ou un objectif particulier, qui n'a pas besoin d'être remboursée et est attribuée en fonction des critères d'admissibilité, des objectifs du projet et de l'impact potentiel.

## **Cycle de vie de la subvention :**

Série d'étapes par lesquelles passe une subvention, de l'identification des possibilités de financement et de la préparation des demandes à la gestion des fonds et à la communication des résultats.

**Impact :** Changements ou avantages à long terme et plus généraux résultant d'un projet, au-delà des résultats immédiats. L'impact reflète la contribution à des objectifs sociaux, environnementaux ou économiques plus larges.

► Par exemple, une initiative de rugby axée sur l'augmentation de la participation féminine peut aider à façonner une culture sportive plus diversifiée et égalitaire, tout en favorisant des communautés plus saines grâce à l'amélioration du bien-être et du sentiment d'appartenance.

**Dons individuels :** Contributions financières versées par des particuliers à des organisations à but non lucratif, à des organisations caritatives ou à des causes.

## **Financement en nature :**

Fait référence aux contributions non monétaires, généralement sous forme de biens, de services ou de ressources, plutôt que d'espèces.

## **Collecte de fonds institutionnelle :**

Terme large, souvent utilisé pour englober la collecte de fonds de fiducie, d'entreprise et statutaire.

► Par exemple, financement provenant d'organismes gouvernementaux ou du secteur public, de fondations sportives nationales ou régionales, d'entreprises, etc.

## **KPI (Key Performance Indicators) :**

Indicateurs (de performance clés) mesurables utilisés pour évaluer le succès et la progression d'une organisation ou d'un projet dans l'atteinte d'objectifs spécifiques.

**Legs :** Dons faits à un organisme de bienfaisance ou à une organisation par le biais d'un testament ou d'un plan successoral, souvent sous forme de don unique après le décès du donneur.

**Expérience vécue :** Connaissances et compréhension personnelles acquises par les individus à travers leurs propres expériences. Cela est souvent mentionné lorsqu'il s'agit d'impliquer des bénéficiaires ou des personnes ayant une expérience directe d'une question dans la conception et la mise en œuvre des programmes.

**Dons majeurs :** Dons financiers importants faits par des particuliers, des fondations ou des entreprises pour soutenir une organisation ou une cause.

## **Financement de contrepartie :**

Entente de financement selon laquelle le montant versé par un donneur est égalé par une autre source de financement, souvent utilisé pour obtenir des fonds supplémentaires et encourager le co-investissement.

**Mission :** Déclaration concise qui définit l'objectif principal d'une organisation, ce qu'elle cherche à accomplir et qui elle sert, guidant ses stratégies et ses activités.

**Suivi :** Processus continu de collecte et d'analyse de données pour évaluer l'avancement d'un projet ou d'un programme vers la réalisation de ses objectifs.

**Besoin :** Problème ou opportunité que le projet vise à résoudre, démontrant la nécessité de l'intervention ou du service proposé.

**Objectifs :** Objectifs spécifiques et mesurables qu'une organisation vise à atteindre dans un certain délai, contribuant ainsi à la réalisation de sa mission.

**Produit :** Produits, services ou résultats immédiats générés par les activités du projet. Les résultats sont mesurables et directement liés aux activités du projet.

**Frais généraux :** Dépenses opérationnelles indirectes encourues par une organisation dans le cadre de la réalisation de projets ou de programmes spécifiques.

► Par exemple, les salaires administratifs, le loyer et les services publics de bureau, les fournitures de bureau générales. Ces coûts sont nécessaires au fonctionnement global de votre Fédération, mais ne sont pas directement liés à une activité spécifique.

**Partenariat :** Relation de collaboration entre deux ou plusieurs organisations ou entités, impliquant souvent la mise en commun de ressources pour atteindre des objectifs communs.

**Philanthropie :** Donner de l'argent, des ressources ou du temps à des causes qui visent à améliorer la société ou à résoudre des problèmes sociaux.

### **Viabilité d'un programme :**

Capacité d'un programme ou d'une initiative à maintenir ses opérations et son impact à long terme, même après l'épuisement des fonds ou des ressources initiales.

**Projet :** Ensemble planifié de tâches interdépendantes à exécuter sur une période déterminée et dans les limites d'un certain coût et d'autres limites, conçu pour atteindre un objectif spécifique.

**Preuves quantitatives :** Données qui peuvent être mesurées et exprimées numériquement, offrant des informations sur l'ampleur, la fréquence ou l'étendue des résultats ou de l'impact d'un projet.

**Preuves qualitatives :** Données non numériques qui fournissent un narratif approfondi sur les caractéristiques, la dynamique et la signification des résultats d'une activité, souvent recueillies par le biais d'entretiens, d'études de cas ou d'observations.

**Dons réguliers :** Dons continus et réguliers faits par des particuliers à un organisme de bienfaisance ou à une cause, généralement sur une base mensuelle ou annuelle.

**Mobilisation des ressources :** Processus d'identification et de collecte des ressources (y compris les revenus, mais aussi les actifs non financiers) pour votre organisation.

**Fonds affectés :** Contributions financières qui sont affectées par les donateurs à des fins spécifiques, limitant la manière dont les fonds peuvent être utilisés par l'organisation bénéficiaire.

**Coûts des revenus :** Dépenses récurrentes et nécessaires au fonctionnement quotidien d'un programme ou de l'organisation, telles que salaires, services publics et fournitures de bureau.

**Génération de revenus :** Processus de création de revenus par la vente de biens, de services ou d'autres méthodes, souvent comme alternative ou complément à la collecte de fonds.

**Objectifs SMART :** Objectifs Spécifiques, Mesurables, Atteignables, Réels (pertinents) et Temporels qui aident les individus et les organisations à se fixer des objectifs clairs et réalisables pour réussir.

### **Mesure de l'impact social :**

Processus d'évaluation des effets tangibles et intangibles d'un projet ou d'une initiative sur la communauté ou le groupe cible, en particulier en ce qui concerne les résultats sociaux, environnementaux, culturels ou économiques.

**Gérance :** Processus continu de gestion des relations avec les donateurs après qu'un don a été reçu, y compris la remerciement des donateurs, la production de rapports sur l'utilisation des fonds et le maintien de l'engagement des donateurs pour favoriser le soutien futur.

**Collecte de fonds statutaire :** Pratique consistant à obtenir un soutien financier d'organismes gouvernementaux, y compris des agences gouvernementales locales, régionales, nationales ou même internationales.

**Plan stratégique de collecte de fonds :** Document complet qui décrit les objectifs, les stratégies, les tactiques et les activités qu'une organisation poursuivra pour obtenir un financement sur une période spécifique.

**Sensibilisation ciblée :** Efforts ciblés visant à mobiliser des groupes ou des communautés spécifiques, souvent en fonction de données, afin d'accroître la participation ou les dons de ceux qui sont les plus susceptibles de soutenir la cause.

**Collecte de fonds en fiducie :** Pratique consistant à collecter des fonds auprès de fiducies et de fondations privées.

**Réserves non affectées :** Fonds qu'une organisation a mis de côté sans aucune restriction de la part des donateurs sur la façon dont ils peuvent être utilisés, ce qui permet une certaine flexibilité dans l'allocation à divers besoins.

**Demandes spontanées :** Demandes de financement soumises par une organisation sans invitation préalable du donateur. Celles-ci ne sont pas en réponse à un appel de subventions spécifique, mais sont lancées par le demandeur en fonction de l'alignement perçu avec les intérêts du donateur.



**Valeurs :** Principes fondamentaux ou convictions qui guident les actions, les décisions et les interactions d'une organisation avec les autres, reflétant sa culture et ses priorités.

**Vision :** Une déclaration décrivant l'avenir à long terme souhaité ou l'objectif que l'organisation vise à atteindre, servant de guide et de source d'inspiration.

# FONDATIONS

 WORLD RUGBY  
**Impact**  
**Beyond**  
2025

# GOUVERNANCE ET STRUCTURES JURIDIQUES

La gouvernance est un aspect qui est très vaste mais fondamental pour ce qui est de l'approche que votre Fédération doit avoir en matière collecte de fonds. La gouvernance constitue le fondement de toutes les activités de votre Fédération, de la structure organisationnelle à la composition et à la représentation du bureau/comité directeur, en passant par les impératifs de sauvegarde ou protection, stabilité financière, responsabilité et transparence. La gouvernance est également un critère important dans le Questionnaire pour le Développement des Fédérations de World Rugby (UDQ). Une bonne gouvernance et le respect des règlements et lois aident votre Fédération à collecter des fonds de manière efficace, ce qui débouchera sur un impact et un succès à long terme.

## **RAISONS POUR LESQUELLES UNE GOUVERNANCE EFFICACE EST SI IMPORTANTE POUR LES EFFORTS DE COLLECTE DE FONDS DE VOTRE FÉDÉRATION :**

- Renforce la confiance et la crédibilité de l'organisation
- Favorise la transparence
- Assure la responsabilité financière
- Attire et fidélise les donateurs de fonds et partenaires
- Améliore l'efficacité organisationnelle et l'orientation stratégique
- Protège l'organisation contre les risques
- Démontre l'impact aux parties prenantes

## **GUIDE PRATIQUE POUR ÉVALUER LA GOUVERNANCE DE VOTRE FÉDÉRATION**

Cette section est conçue pour vous aider à évaluer de manière critique la structure de gouvernance de votre Fédération en répondant à trois questions clés :

- Quels sont les points forts de votre Fédération ?
- Quelles sont les lacunes de votre gouvernance ?
- Quels sont les domaines qui nécessitent un soutien supplémentaire pour améliorer votre gouvernance ?

**Pour vous guider tout au long de ce processus, nous avons décrit les principaux éléments de gouvernance et fourni des questions pour réfléchir aux pratiques actuelles de votre Fédération.**

## MISSION, VISION ET STRATÉGIE

- Est-ce que la vision, l'objectif, la mission, les valeurs et activités de votre Fédération sont clairement compris par votre personnel, vos bénévoles et vos parties prenantes ?
- Vos activités correspondent-elles à votre mission et à vos objectifs à long terme ?
- Est-ce que votre Fédération dispose des ressources appropriées pour réaliser sa mission, sa vision et sa stratégie ?
- Avez-vous en place les systèmes appropriés pour surveiller et évaluer les activités de votre Fédération et vous assurer de réaliser vos objectifs ?



## BUREAU/COMITÉ DIRECTEUR ET ADMINISTRATEURS

- Est-ce que le Bureau ou Comité directeur exerce un contrôle sur votre Fédération ?
- Avez-vous un Bureau ou Comité directeur diversifié et compétent ?
- Les membres de ce bureau sont-ils élus/nommés de manière transparente dans le respect de la Constitution et/ou des Statuts de la Fédération, et ont-ils des rôles clairs ? (p. ex. président, trésorier, etc.)
- Se réunissent-ils régulièrement et suivent-ils les bonnes pratiques modernes (p. ex. politique sur les conflits d'intérêts, durée limitée, contrôles financiers, gestion des risques) ?
- Est-ce que le Bureau ou Comité directeur est responsable devant les membres ? (par ex. il répond aux questions ou avis des membres en ce qui concerne la Fédération et la façon dont elle est régie)
- Est-ce que le Bureau ou Comité directeur officie avec intégrité ? (de manière honnête, équitable et indépendante ?)

## DIRECTION EXÉCUTIVE

- Avez-vous un DG et une équipe de direction expérimentés ?
- Votre équipe de direction est-elle compétente, diversifiée et représentative des participants et des communautés que vous servez ?
- La prise de décision est-elle transparente, inclusive et responsable ? (par ex. les administrateurs permettent aux membres d'accéder à des informations pertinentes sur les activités, les finances et la gouvernance de votre Fédération, et les membres sont périodiquement invités à donner leur avis, en particulier concernant les décisions importantes).

## POLITIQUES, PROCÉDURES ET LIGNES DIRECTRICES

- Est-ce que votre Fédération respecte toutes les obligations légales et réglementaires pertinentes stipulées par le CNO et/ou Ministère des Sports ?
- Est-ce que votre Fédération respecte tous les Critères d'affiliation de World Rugby, Statuts et Règlement Relatifs au Jeu de World Rugby ?
- Avez-vous des politiques en matière de diversité, d'inclusion, de sauvegarde, d'éthique et de transparence financière ?
- Vos opérations sont-elles conformes aux lois et réglementations nationales et internationales en matière de protection des données, et protégez-vous adéquatement les données ?

## GESTION FINANCIÈRE ET DES RISQUES

- Vos dossiers financiers sont-ils exacts et transparents ?
- Procédez-vous régulièrement à des audits et disposez-vous de réserves suffisantes pour maintenir la stabilité financière ?
- Faites-vous des prévisions financières adéquates ?
- Avez-vous identifié les risques potentiels et élaboré des stratégies pour y faire face ?

## ENGAGEMENT DES BÉNÉFICIAIRES ET DES PARTIES PRENANTES

- Êtes-vous à l'écoute active de vos participants et les impliquez-vous dans la prise de décision ?
- Disposez-vous de canaux de rétroaction clairs pour les parties prenantes et de rapports réguliers sur l'impact ?
- Reconnaissez-vous et enregistrez-vous les contributions des donateurs, et maintenez-vous une communication ouverte ?

## COMMENT LA STRUCTURE JURIDIQUE DE VOTRE FÉDÉRATION INFLUENCE-T-ELLE VOS EFFORTS DE COLLECTE DE FONDS ?

La structure juridique de votre Fédération a un impact direct sur les possibilités de collecte de fonds, par exemple, une organisation à but non lucratif ou caritative peut offrir des avantages, notamment un statut d'exonération fiscale et l'éligibilité à des subventions gouvernementales et privées. La structure affecte également la perception des bailleurs de fonds, car les donateurs peuvent souvent être plus disposés à faire des dons à des organisations ayant un statut clairement à but non lucratif qui s'engagent à servir les intérêts publics ou communautaires.

À quoi devez-vous faire attention en ce qui concerne la structure juridique de votre Fédération et la collecte de fonds ?

**> Respect des exigences légales et réglementaires :** Que votre Fédération opère en tant qu'organisation à but non lucratif, fondation ou autre entité juridique, vous devez vous conformer aux réglementations établies par les autorités gouvernementales pour éviter des sanctions légales ou une atteinte à votre réputation.

**> Exonérations fiscales et implications :** La structure juridique de votre Fédération détermine si vous pouvez bénéficier du statut d'exonération fiscale. Ce statut peut considérablement stimuler les efforts de collecte de fonds, car les donateurs sont souvent plus enclins à contribuer à des organisations qui peuvent offrir des déductions fiscales.

**> Accords contractuels :** La collecte de fonds implique souvent des accords avec des donateurs, partenaires et autres parties prenantes. La structure juridique de votre Fédération influe sur le type de contrats que vous pouvez conclure, et il est essentiel de disposer de contrats clairement définis et exécutoires pour atténuer les risques juridiques potentiels.

**> Obligations légales :** La structure juridique de votre Fédération influence vos responsabilités en matière de droit du travail, de protection des données, de droits de propriété intellectuelle, etc.

Il est essentiel de s'assurer que le personnel et les bénévoles qui participent à la collecte de fonds sont au fait de leurs obligations légales afin d'atténuer les risques et de rester en conformité avec les règles ou lois.



# LISTE DE CONTRÔLE DE LA GOUVERNANCE ET DU CADRE JURIDIQUE

1

## CONFIGURATION DE L'ENTITÉ JURIDIQUE

- **Selectionner la structure juridique :** assurez-vous que votre Fédération de rugby est constituée en tant qu'entité juridique avec le statut approprié (par exemple, une association à but non lucratif) sur la base des lois et réglementations nationales. La Fédération devrait chercher à obtenir des conseils professionnels lors de sa décision concernant la structure appropriée à adopter.
- **S'inscrire auprès des autorités compétentes :** remplissez toutes les exigences d'inscription auprès des organismes gouvernementaux ou des organismes gouvernants du sport, le cas échéant.
- **Obtenir le statut d'organisation exonérée d'impôt (le cas échéant) :** inscrivez-vous en tant qu'organisation exonérée d'impôt, si vous êtes éligible, de manière à pouvoir accéder à des sources de subventions spécifiques et à des financements de donateurs.

2

## CADRE DE GOUVERNANCE

- **Définir les documents constitutifs:** rédigez et adoptez les documents constitutifs pertinents (p. ex. constitution, règlements administratifs, etc.) qui détaillent l'objectif, la structure et les règles de votre Fédération.
- **Composition et sélection du Bureau ou Comité directeur :** assurez-vous que les membres du Bureau directeur répondent aux critères d'admissibilité et que sa composition comprend une diversité de compétences, de représentation et d'indépendance.
- **Établir les rôles et les responsabilités du Bureau ou Comité directeur :** définissez clairement les rôles, tels que président ou présidente du Bureau, président ou présidente adjoint(e) ou vice-président(e) qui appuie le président ou la présidente, trésorier (ou trésorière) qui supervise le contrôle financier, secrétaire qui assure une gouvernance efficace, ainsi que des responsabilités précises.

3

## TRANSPARENCE FINANCIÈRE

- **États financiers annuels et audits :** préparez des états financiers vérifiés chaque année afin d'assurer la transparence pour les membres, les donateurs ou bailleurs de fonds et les organismes de réglementation.
- **Utilisation transparente des fonds :** assurez-vous que les fonds sont utilisés conformément à leur objectif.

4

## GESTION DES RISQUES

- **Effectuer régulièrement des évaluations des risques :** examinez et évaluez les risques organisationnels, y compris les risques financiers, opérationnels, de réputation et de conformité.
- **Obtenir une couverture d'assurance :** obtenez des polices d'assurance appropriées (p. ex., assurance responsabilité civile, assurance des administrateurs et des dirigeants) pour protéger le Fédération et ses membres du Bureau ou Comité directeur.
- **Mettre en œuvre des politiques de santé et de sécurité :** établissez des protocoles sanitaires et de sécurité conformes aux normes légales pour protéger les joueurs, le personnel, les bénévoles, les participants et les autres parties prenantes.



5

## CONFORMITÉ EN MATIÈRE D'EMPLOI

- **Rédiger des contrats et des politiques de travail :** assurez-vous que tous les contrats de travail sont conformes aux lois nationales du travail et fournissez des conditions générales claires.
- **Créer un code de conduite pour le personnel et les bénévoles :** élaborez et appliquez un code de conduite qui s'aligne sur les valeurs et les normes juridiques de votre Fédération.

6

## PROTECTION DES DONNÉES

- **Mettre en œuvre des politiques de protection des données :** établissez une politique de protection des données conforme aux lois nationales ou internationales sur la protection de la vie privée (par exemple, RGPD si vous êtes dans l'UE).
- **Former le personnel au traitement des données :** assurez-vous que tout le personnel est formé aux bonnes pratiques de gestion des données et de confidentialité.

7

## COLLECTE DE FONDS ET RAPPORTS

- **S'inscrire pour obtenir une autorisation de collecte de fonds (si nécessaire) :** obtenez toutes les autorisations ou permis nécessaires pour collecter des fonds légalement.
- **Publier un rapport annuel :** préparez un rapport annuel détaillant les activités, les finances et l'impact afin de maintenir la transparence avec les parties prenantes.
- **Communication transparente :** informez et mettez régulièrement à jour les membres, les joueurs, les partenaires et les donateurs sur les décisions clés, les performances et tout changement majeur.

8

## ÉTHIQUE ET INTÉGRITÉ

- **Adopter un code de déontologie et d'intégrité :** mettez en œuvre des politiques applicables (et, le cas échéant, préexistantes), par ex. traiter de l'intégrité, de l'éthique, etc.
- **Tirer parti du soutien externe :** associez-vous à d'autres organisations pour gérer des questions telles que la dénonciation, la conformité antidopage ou le signalement de comportements contraires à l'éthique.
- **Simplifier la surveillance :** concentrez-vous sur l'établissement d'une culture d'intégrité grâce à une communication ouverte et en encourageant le signalement informel des préoccupations, plutôt que de créer des mécanismes d'examen formels que vous ne pouvez pas maintenir.

9

## AMÉLIORATION CONTINUE

- **Effectuer régulièrement des audits de gouvernance :** examinez périodiquement les pratiques de gouvernance, à l'aide d'auto-évaluations (par exemple, cette liste de contrôle) ou d'audits externes pour vous assurer du respect des bonnes pratiques.
- **Tenir les documents constitutifs à jour :** examinez et, si nécessaire, modifiez les documents constitutifs pour refléter les lois en vigueur et les besoins de la Fédération.
- **Formation et développement des membres du Bureau ou Comité directeur :** partagez des ressources en ligne gratuites ou peu coûteuses, telles que webinaires ou guides d'organisations de gouvernance sportive, avec les membres du Bureau ou Comité directeur et invitez des membres expérimentés de ce genre d'organes provenant d'autres Fédérations de rugby ou d'organismes sportifs à fournir des conseils informels ou un mentorat.

# VÉRIFICATION PRÉALABLE RAISONNABLE

La vérification préalable, ou diligence raisonnable, implique une série d'étapes pratiques à effectuer pour enquêter et analyser une tierce partie avant de conclure une transaction commerciale ou un partenariat. L'objectif principal est d'évaluer les risques et les opportunités potentiels, permettant ainsi de prendre en toute confiance des décisions informées et fiables.

## POURQUOI LA VÉRIFICATION PRÉALABLE EST-ELLE IMPORTANTE ?

- **Protection de la marque et de la réputation :** mener des recherches approfondies sur les donateurs, bailleurs de fonds et partenaires potentiels vous permet d'éviter une association avec des organisations susceptibles d'avoir une réputation négative ou de se livrer à des pratiques controversées.
- **Alignement sur la mission :** confirmer que les donateurs, bailleurs de fonds et partenaires potentiels partagent des valeurs, des buts et des objectifs alignés sur votre vision stratégique.
- **Atténuation des risques :** identifier les risques potentiels associés aux donateurs, bailleurs de fonds ou aux partenaires, tels que instabilité financière, problèmes juridiques ou publicité négative.
- **Partenariats durables :** faciliter l'établissement de relations fiables et durables qui soutiennent le succès à long terme du programme et la croissance stratégique.



## QUEL EST LE DEGRE DE DILIGENCE RAISONNABLE NECESSAIRE ?

La vérification préalable peut être un processus rapide, et les organisations peuvent se sentir dépassées et/ou sous-qualifiées pour mener une approche rigoureuse. Une approche à court terme basée sur le risque peut déterminer ce que vous devez faire, et dans quelle mesure, en vous posant simplement les trois questions suivantes :

- Le donneur, bailleur de fonds ou partenaire implique-t-il une sensibilité, une importance, une complexité importantes ou opère-t-il à grande échelle ?
- Le donneur, bailleur de fonds ou partenaire a-t-il une bonne réputation et une bonne image, ou ses opinions et ses activités pourraient-elles susciter des préoccupations ou réserves ?
- Quel est le potentiel pour que les choses tournent mal, et quel est le pire scénario qui pourrait arriver ?

## UNE LISTE DE CONTRÔLE SIMPLE ET RAPIDE DE LA DILIGENCE RAISONNABLE

Vous trouverez ci-dessous quelques vérifications préalables simples mais efficaces. Cette liste de contrôle n'est pas exhaustive et tous les éléments ne s'appliqueront pas : sélectionnez ceux qui correspondent le mieux à vos besoins :

### ALIGNEMENT DE LA MISSION ET DE LA VISION :

le donneur, bailleur de fonds ou partenaire potentiel dispose-t-il d'un site Web qui décrit clairement sa mission et sa vision, et qui s'aligne sur les vôtres ?

### INFORMATIONS ACCESSIBLES AU PUBLIC :

quelles informations accessibles pouvez-vous consulter à leur sujet, telles que rapports annuels, états financiers, rapports d'impact ou profils de la direction et du personnel ?

### RÉPUTATION EN LIGNE :

une recherche sur Internet révèle-t-elle une presse négative ou des informations inquiétantes sur l'organisation ?

### PERSPECTIVES DU SECTEUR D'ACTIVITÉS :

pouvez-vous parler à quelqu'un de leur réseau ou de leur secteur qui peut partager des expériences personnelles ou des idées à leur sujet ?

### IMAGE PUBLIQUE :

quelle est l'image publique actuelle de l'organisation et y a-t-il des controverses connues dans le passé ?

### RISQUES DE FINANCEMENT :

y a-t-il des risques évidents liés à l'entente de financement, tels que des obligations de paiement à long terme ou un financement conditionnel ?

# LISTE DE CONTRÔLE COMPLÈTE DE LA DILIGENCE RAISONNABLE

## CONNAÎTRE SON BAILLEUR DE FONDS : LES POINTS CLÉS A PRENDRE EN COMPTE

### HISTORIQUE

1

- Vérifier les détails d'enregistrement officiel de l'organisation, son identification fiscale et d'autres informations d'identification officielles.
- Qui est le donateur/bailleur de fonds et que sait-on à son propos ?
- Avez-vous une relation existante et bien établie avec lui ?
- Des contrôles d'identité supplémentaires doivent-ils être effectués ? Il convient d'utiliser pleinement les sites Internet, les rapports des médias et les informations accessibles au public.
- Figure-t-il actuellement sur des listes de sanctions internationales ou nationales qui interdisent/limitent ses activités ? Vérifiez la liste des sanctions de votre gouvernement.

2

### ALIGNEMENT DES VALEURS ET DES OBJECTIFS

- Ses valeurs, sa mission et sa vision s'alignent-elles sur les vôtres ?
- La culture et le style de travail du donateur/bailleur de fonds correspondent-ils aux vôtres ?

3

### OBJECTIFS DU DONATEUR ET CONDITIONS

- Quelle somme d'argent est disponible ?
- S'agit-il d'un fonds unique ou d'un fonds ordinaire ?
- Quelles sont les conditions relatives au fonds ? Sont-elles raisonnables ? Pouvez-vous les remplir ? Ces conditions compromettent-elles votre indépendance ou votre réputation ?
- À qui le fonds s'adresse-t-il ?
- D'où vient le fonds ? Si le fonds provient d'une nation tierce, cette nation/zone présente-t-elle un risque spécifique ?
- Y a-t-il quelque chose d'inhabituel ou d'étrange à propos du fonds ou du donateur ?

## CONNAÎTRE SON BAILLEUR DE FONDS : LES POINTS CLÉS A PRENDRE EN COMPTE

### RÉPUTATION ET IMAGE PUBLIQUE

4

- Effectuer des recherches dans les médias et en ligne pour évaluer l'image publique du bailleur de fonds. Y a-t-il des signaux d'alarme ?
- Des préoccupations du public ont-elles été soulevées à son sujet ou à propos de ses activités ? Dans l'affirmative, quelle était la nature des préoccupations et depuis combien de temps ont-elles été soulevées ? Quel a été le résultat ?
- Comment les parties prenantes perçoivent-elles le bailleur de fonds, positivement ou négativement ?
- Est-ce que la participation ou le financement du partenaire pourrait compromettre ou avoir une incidence sur l'intégrité ou la perception d'une partie de vos activités (p. ex., lutte contre le dopage, mesures de sauvegarde).
- Vérifier les antécédents de la direction (y compris les membres du conseil d'administration) : y a-t-il des antécédents de comportement contraire à l'éthique ou de problèmes juridiques ?
- Le bailleur de fonds est-il associé à une personne politiquement exposée (PPE), une personne occupant un poste de haut niveau ou influente, ou a-t-il des liens avec des régions ou des industries à haut risque ou controversées ?

5

### ÉVALUATION DES RISQUES À LONG TERME

- L'engagement de financement est-il réaliste et durable à long terme, en particulier pour les partenariats pluriannuels ?
- Tenir compte des risques et des répercussions potentiels si la relation devait prendre fin.

6

### ALIGNEMENT DE LA MARQUE

- La marque et les valeurs du bailleur de fonds correspondent-elles aux vôtres ? L'acceptation d'un fonds pourrait-elle avoir un impact négatif sur vous ou sur le secteur globallement ?
- Évaluer l'impact que le partenariat peut avoir sur votre image publique et votre réputation.
- Effectuer des vérifications approfondies des antécédents de la réputation du partenaire, y compris la couverture médiatique, la présence sur les médias sociaux et toute controverse ou scandale passé.

## CONNAITRE SON PARTENAIRE : PRINCIPAUX ENJEUX À PRENDRE EN COMPTE

### DÉTAILS CLÉS DU PARTENAIRE

- Vérifier les détails d'enregistrement officiel de l'organisation, son identification fiscale et d'autres informations d'identification officielles.
- L'organisation fait-elle preuve de pratiques de gouvernance transparentes, telles que publication de rapports annuels, audits et déclarations d'impact ?
- Le partenaire ou des personnes clés figurent-ils sur les listes de sanctions ? Vérifiez la liste des sanctions de votre gouvernement.
- Y a-t-il des reportages défavorables dans les médias, des allégations ou des problèmes juridiques impliquant le partenaire ?
- Examiner les commentaires d'autres organisations ou parties prenantes du secteur pour évaluer la position et la réputation du partenaire.

### RELATION DE TRAVAIL PRATIQUE

- Avez-vous une relation existante et bien établie avec le partenaire ? Votre expérience de collaboration avec ce partenaire dans le passé soulève-t-elle des inquiétudes ?
- Y a-t-il des problèmes de langue, de communication ou culturels ? Comment les surmonter ?
- Ce partenaire travaille-t-il déjà avec d'autres organisations ? Cela posera-t-il des problèmes, tels que des conflits d'intérêts ?
- Y a-t-il des dispositions en place pour vous permettre de surveiller les arrangements liés au partenariat ?

### FACTEURS DE RISQUE EXTERNE

- Quels sont les facteurs de risque applicables à la zone dans laquelle l'organisation partenaire opérera ?
- Quel est l'environnement politique, économique et socioculturel ?
- Y a-t-il une instabilité, des troubles ou des conflits potentiels ou réels ?
- Y a-t-il des préoccupations en matière de santé et de sécurité pour les représentants de votre Fédération ?

### REPRÉSENTANTS ET STRUCTURES

- Les principaux dirigeants et membres du conseil d'administration sont-ils qualifiés et possèdent-ils une expérience pertinente dans leurs domaines respectifs ?
- Des dirigeants ou des membres du conseil d'administration ont-ils été impliqués dans des controverses ou des actions passées qui pourraient présenter des risques pour votre réputation ?
- La taille, la gestion et la structure opérationnelle de l'organisation sont-elles capables de répondre aux exigences du partenariat ?
- Disposent-ils de processus établis, de ressources adéquates et de personnel formé pour gérer et maintenir efficacement le partenariat ?
- Y a-t-il des risques de manque de personnel, de roulement élevé ou de recours à du personnel temporaire ou inexpérimenté qui pourraient avoir une incidence sur la prestation ?
- Existe-t-il une chaîne de responsabilité claire au sein de l'organisation, avec des rôles désignés pour la gestion des obligations de partenariat ?
- L'organisation dispose-t-elle d'un conseil d'administration ou d'un comité consultatif actif chargé d'assurer une gestion et une prise de décision responsables ?
- L'organisation peut-elle démontrer une bonne historique de partenariats, en particulier ceux impliquant des objectifs, une portée ou une échelle similaires ?
- Existe-t-il des références ou des témoignages de partenaires précédents ou actuels qui confirment la fiabilité et la capacité à livrer de la part du donneur ?
- Dispose-t-il de mécanismes de surveillance et d'évaluation pour suivre les progrès et rendre compte des résultats, garantissant ainsi la transparence tout au long du partenariat ?

# PLANIFICATION STRATÉGIQUE



WORLD RUGBY  
**Impact Beyond**  
2025



# QU'EST-CE QU'UNE STRATÉGIE DE COLLECTE DE FONDS ?

Une stratégie pour collecter des fonds est la feuille de route qui définit la façon dont votre Fédération recueillera des fonds à court, moyen et long terme et doit plus globalement faire partie intégrante de votre plan stratégique et ainsi que s'aligner sur les objectifs, la vision et la mission de votre Fédération.

Une stratégie de collecte de fonds bien structurée est bénéfique pour aider votre Fédération à rester proactive en matière de collecte de fonds, réduisant ainsi le risque de s'appuyer sur des appels ou demandes de fonds réactifs de dernière minute.

**VOTRE STRATÉGIE DE COLLECTE DE FONDS DOIT RÉPONDRE À TROIS QUESTIONS CLÉS :**

- 1** **OÙ EN ÊTES-VOUS AUJOURD'HUI ?**
- 2** **DANS QUELLE DIRECTION VOULEZ-VOUS ALLER ?**
- 3** **QUELLES ACTIONS DEVEZ-VOUS PRENDRE POUR Y PARVENIR ?**

# AVANTAGES D'UNE STRATÉGIE DE COLLECTE DE FONDS

## AMÉLIORE L'EFFICACITÉ DE LA COLLECTE DE FONDS :

Stimule la performance globale de la collecte de fonds, ce qui entraîne une augmentation de l'engagement des donateurs et de la génération de revenus.

## STABILITÉ ET PRÉVISIBILITÉ FINANCIERES ACCRUES :

Assure un financement plus constant, fournissant une base financière fiable pour la croissance.

## DÉVELOPPEMENT DE PROGRAMMES PLUS FORTS :

Permet la création de programmes ayant un impact important avec des objectifs clairs et un financement durable.

## OPTIMISE L'ALLOCATION DES RESSOURCES :

Conduit à une planification stratégique pour la gestion du temps et des ressources et en maximiser ainsi l'efficacité.

## AUGMENTE L'ENGAGEMENT DES PARTIES PRENANTES :

Implique plus directement les parties prenantes dans le processus de collecte de fonds, en les alignant sur les objectifs à court et à long terme.

## RELATIONS PLUS ÉTROITES AVEC LES DONATEURS ET LES PARTENAIRES :

Favorise des partenariats à long terme et solides, assurant une collaboration et un soutien financier continu.

## GESTION PROACTIVE DES RISQUES :

Permet d'identifier à l'avance les défis et les menaces potentiels, ce qui permet d'élaborer des stratégies d'atténuation plus efficaces.

## FAVORISE UNE CULTURE DE COLLECTE DE FONDS :

Encourage l'ensemble de l'organisation à se concentrer sur la collecte de fonds, en l'intégrant dans tous les aspects de vos opérations quotidiennes.





# COMMENT COMMENCER

**POUR COMMENCER, PROCÉDER EN SUIVANT LES ÉTAPES CI-DESSOUS :**

1

**DÉFINISSEZ VOS OBJECTIFS :**

➤ Décrivez clairement vos besoins de financement, vos objectifs et votre public cible.

2

**RECHERCHEZ DES DONATEURS POTENTIELS :**

➤ Identifiez des donateurs potentiels, fiducies, fondations et des possibilités de subventions qui correspondent à la vision, à la mission et aux objectifs de votre Fédération.

3

**CHOISISSEZ DES ACTIVITÉS DE COLLECTE DE FONDS :**

➤ Déterminez les moyens les plus efficaces d'atteindre vos objectifs cibles, en accord avec les valeurs et les objectifs de votre Fédération.

4

**DÉVELOPPEZ VOTRE MESSAGE :**

➤ Créez un récit persuasif et cohérent qui communique et partage votre impact et votre vision, qui est une source d'inspiration pour les donateurs et les partenaires, et les incite à s'impliquer et à vous soutenir.

5

**CRÉEZ UN CALENDRIER ET UN BUDGET :**

➤ Établissez des jalons, des échéances et des projections financières pour guider vos efforts de collecte de fonds.

# MODÈLE DE STRATÉGIE DE COLLECTE DE FONDS COMPLÈTE

Ce modèle est très général et englobe beaucoup d'éléments. Votre Fédération doit choisir et élaborer sa propre stratégie qui s'aligne sur vos capacités et vos ressources disponibles.

## 1 RÉSUMÉ

- > **Aperçu de la vision et de la mission de votre Fédération :** Votre mission est votre plus grand atout. Présentez de manière claire et concise les objectifs et la raison d'être de votre Fédération.
- > **Objectif de la stratégie :** Expliquer pourquoi un financement supplémentaire est nécessaire (par exemple, pour développer les programmes pour les jeunes, augmenter le nombre de filles et de femmes impliquées dans le jeu, etc.).

## 2 BUTS ET OBJECTIFS DE LA COLLECTE DE FONDS

- > **Définissez vos objectifs financiers :** Précisez le montant que vous souhaitez atteindre dans un délai donné, par exemple 30 000 \$ d'ici la fin de l'exercice.
- > **Fixez des objectifs d'impact :** Décrivez à quoi serviront les fonds (par exemple, programmes de développement des jeunes, augmentation du nombre de filles engagées, etc.). C'est l'occasion de montrer comment vous comptez accomplir votre mission.
- > **Établissez des indicateurs clés de performance (KPI) :** Définissez des résultats mesurables, tels que la croissance du donateur, le nombre de fonds demandés, le taux de rétention des donateurs, etc.
- > **Définissez vos objectifs :** Rédigez quatre ou cinq objectifs qui décrivent clairement vos besoins et vos objectifs de financement. Ces objectifs sont une autre occasion de bien indiquer aux donateurs la façon dont vous avez l'intention de faire une différence. Par exemple :
  - **1.** Collecter 10 000 \$ pour lancer un nouveau programme de rugby ciblant 500 enfants en âge de scolarisation dans des communautés défavorisées au cours des 12 prochains mois
  - **2.** Obtenir 30 000 \$ pour créer et mettre en œuvre un programme national de formation à l'attention des filles et des femmes, dans le but d'augmenter leur participation de 30 % au cours des 12 prochains mois
  - **3.** Obtenir du financement grâce à deux nouvelles possibilités de subventions au cours des 18 prochains mois

## 3 ANALYSE DE LA SITUATION

- **Examen financier :** Donnez un bref aperçu de la situation financière actuelle de votre Fédération.
- **Effectuer une analyse interne :** Décrivez les forces, les faiblesses, les opportunités et les menaces qui affectent votre collecte de fonds.
- **Effectuer une analyse externe :** Décrivez les facteurs externes tels que les éléments politiques, économiques, sociaux, technologiques, environnementaux et juridiques qui affectent votre collecte de fonds.

## 4 CARTOGRAPHIE DES PARTIES PRENANTES

- **Identifier le public cible de votre stratégie, notamment :**
  - **Parties prenantes internes :** Membres du bureau/comité directeur, personnel et bénévoles. Construisez une équipe !
  - **Intervenants externes :** Réseau existant, y compris les partenaires, donateurs, groupes communautaires, etc.
  - **Donateurs potentiels :** Fiducies, fondations, institutions, organismes de bienfaisance et organismes de subvention qui pourraient avoir un intérêt à soutenir votre travail.

## 5 INITIATIVES ET ACTIVITÉS DE COLLECTE DE FONDS

- **Décrire les mesures pratiques que vous prendrez pour mettre votre stratégie en action. En voici quelques exemples :**
  - **Identification des possibilités de subventions :** Recherchez des subventions nationales et internationales dans votre domaine de travail (par exemple, développement du sport, développement des jeunes, émancipation des filles et des femmes, santé et bien-être, etc.)
  - **Adaptation de vos propositions :** Préparez des propositions personnalisées qui alignent votre travail et votre mission sur les priorités des organismes de financement.
  - **Gestion et reconnaissance des donateurs :** Entretenez des relations, par exemple en envoyant des lettres de remerciement personnalisées et en mentionnant et reconnaissant les donateurs sur votre site web, dans les rapports annuels, etc.
  - **Rapports et documentation d'impact :** Élaborez des processus pour rendre compte des résultats, ce qui renforce la crédibilité des demandes futures, p. ex. partager des rapports annuels ou des résumés d'impact détaillant la façon dont les fonds ont été utilisés et les résultats obtenus.

## 6 PLAN MARKETING ET COMMUNICATION

- **Image de marque et messages :** Élaborez des messages clairs et cohérents sur le travail et l'impact de votre Fédération.
- **Stratégie de contenu :** Partagez les récits et histoires des participants et des membres de la communauté et des groupes bénéficiant des programmes de votre Fédération.
- **Canaux de communication :** Tirez parti des réseaux sociaux, des bulletins d'information ou newsletters, des sites Web officiels, des médias locaux et nationaux et des documents imprimés pour atteindre un large public.

## 7 BUDGET ET RÉPARTITION DU TRAVAIL

- **Coûts estimatifs :** Décrivez les dépenses prévues pour chaque initiative de collecte de fonds.
- **Répartition du travail :** Attribuez des tâches au personnel interne ou à des partenaires externes. Incluez un document sur les rôles et les responsabilités qui décrit les tâches et les attentes spécifiques des individus et des équipes.

# 8

## CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE

**> Créez un calendrier, une chronologie :** Incluez des jalons (points clés ou réalisations qui marquent des phases importantes), des échéances (dates précises auxquelles les tâches ou les objectifs doivent être terminés ou réalisés) et des points de contrôle (intervalles réguliers pour évaluer les progrès et ajuster si nécessaire).

# 9

## SUIVI ET ÉVALUATION

**> Rapports réguliers :** Rassemblez et examinez les indicateurs clés par rapport aux indicateurs clés de performance définis.

**> Évaluation annuelle :** Mesurez les réalisations de votre Fédération en matière de collecte de fonds et mettez à jour votre stratégie en fonction des résultats obtenus et des leçons apprises.

# 10

## GESTION DES RISQUES ET CONTINGENCE

**> Identification des risques :** Décrivez les risques potentiels (p. ex. récession, faible engagement des donateurs, financement par un seul donateur, etc.) et élaborez des plans d'atténuation.

**> Gestion de crise :** Établissez des procédures pour gérer les problèmes imprévus ayant une incidence sur les activités de collecte de fonds.

- Vous pouvez créer un registre qui peut vous aider à documenter les risques, les hypothèses, les problèmes et les dépendances.

## EXEMPLE DE REGISTRE

CATEGORY	DESCRIPTION	IMPACT	PLAN D'ACTION
<b>RISQUE</b>	La récession économique réduit les contributions des donateurs.	<b>IMPORTANT</b>	Diversifier les sources de financement et cibler le financement à long terme.
<b>SUPPOSITION</b>	Le rugby reste populaire et s'aligne sur les valeurs des donateurs que sont le travail d'équipe et l'esprit de communauté.	<b>MOYEN</b>	Monitor audience engagement and survey donor priorities.
<b>PROBLÈME</b>	Manque d'expertise en matière de collecte de fonds au sein du personnel.	<b>IMPORTANT</b>	Embaucher ou consulter des collecteurs de fonds professionnels pour renforcer vos capacités.
<b>PROBLÈME</b>	Données insuffisantes sur les donateurs et soutiens/supporter précédents.	<b>MOYEN</b>	Mettre en place un système de gestion des donateurs et de recueil des données.
<b>DÉPENDANCE</b>	Collaboration avec les clubs de rugby locaux pour des campagnes à la base.	<b>IMPORTANT</b>	Impliquer les clubs de rugby locaux pour stimuler l'implication de la communauté.
<b>DÉPENDANCE</b>	Maintien du financement gouvernemental des programmes sportifs.	<b>IMPORTANT</b>	Travailler en étroite collaboration avec l'autorité nationale pour assurer le financement.

# RECHERCHE ET CARTOGRAPHIE DES DONATEURS

Il est crucial d'identifier les opportunités potentielles de collecte de fonds, que ce soit par le biais de dons individuels, de subventions gouvernementales, de fiducies et de fondations, de parrainages ou sponsoring d'entreprises, de financement participatif ou d'autres sources de revenus diverses.

Ces processus sont des éléments essentiels de la collecte de fonds, en particulier pour les organisations à but non lucratif. Ils se concentrent sur l'identification, la compréhension et l'approche stratégique des donateurs potentiels afin de maximiser les chances de réussite des campagnes de collecte de fonds.

## QU'EST-CE QUE LA RECHERCHE DE DONATEURS ?

La recherche de donateurs consiste à recueillir et à analyser des informations sur les donateurs potentiels afin de déterminer leur capacité, leur volonté et leur lien avec le financement de votre Fédération.

## QU'EST-CE QUE LA CARTOGRAPHIE DES DONATEURS ?

La cartographie des donateurs est un processus qui permet d'identifier et d'évaluer les relations et les réseaux entre les donateurs potentiels et existants. Cela vous permet de déterminer qui est le plus susceptible de soutenir votre Fédération et de vous guider sur la façon de démarcher les donateurs potentiels.

## EN QUOI LA COMBINAISON DE LA « RECHERCHE DE DONATEURS » ET DE LA « CARTOGRAPHIE DES DONATEURS » PROFITE-T-ELLE A VOS ACTIVITÉS DE COLLECTE DE FONDS ?

1

Efficacité



Concentre les ressources sur les donateurs à fort potentiel.

2

Personnalisation



Permet une communication et un engagement personnalisés.

3

Expansion



Construit un réseau de donateurs plus large et plus connecté.

4

Durabilité



Renforce les relations à long terme et les sources de financement.

**ÉTAPE 1**

# VOTRE FÉDÉRATION

Il est important d'identifier les détails clés suivants, car ils simplifieront grandement la recherche de donateurs, ce qui permettra d'économiser du temps et des ressources :

**> Type d'organisations** → Tous les donateurs ne financent pas tous les types d'organisations. Pour vous assurer de ne pas passer du temps à postuler auprès de donateurs qui, en fin de compte, ne financeront pas votre Fédération, assurez-vous de vérifier ces informations dès le début de l'étape initiale de recherche de donateurs potentiels.

**> Mission et priorités** → Quel est l'objectif de votre Fédération et les programmes que vous proposez ? C'est une bonne idée d'aligner votre mission et vos priorités sur les tendances nationales et internationales, en particulier pour les possibilités de financement international, car cela peut aider à améliorer les demandes de financement.

**> Endroit** (où vous opérez actuellement, où vous souhaitez opérer) → Lorsque vous effectuez des recherches, vous pouvez éliminer les donateurs qui spécifient les régions/pays dans lesquels ils fournissent des financements et consacrer de votre temps sur ceux qui incluent votre région.

**> Revenu total au cours du dernier exercice financier** → Souvent, les donateurs spécifient la capacité financière des organisations qu'ils vont financer, il est donc important de connaître ces informations car elles accéléreront ce processus de recherche.

**> Niveau des réserves** → Il est peu probable que certains donateurs (en particulier les plus petits) soutiennent des organisations disposant de réserves importantes, car cela suggère que leur financement ne fera pas une différence significative pour l'organisation.



**ETAPE 2**

## DÉFINITION DE LA PORTÉE AVANT LA RECHERCHE

Avant d'effectuer une recherche de donateurs, dressez une liste des opportunités de financements potentiels et des sources qui vous viennent à l'esprit.

**> Passez en revue les donateurs actuels et passés :** Un donneur qui a déjà soutenu votre Fédération pourrait être disposé à le faire à nouveau. Vérifiez s'il y a des limites à la présentation d'une nouvelle demande et s'il y a eu des changements dans leurs priorités, ou de fonds disponibles ou dates limites.

**> Connexions internes :** Une grande partie des financements sont obtenus grâce à des connexions et relations préexistantes. Est-ce que l'un des membres de votre comité/bureau directeur ou de votre réseau plus global possède des liens avec des donateurs potentiels ? Qui sont vos points de connexion avec les donateurs et les réseaux de financement ?

**> Réseaux d'influence :** Comment vos supporters et votre réseau existants (par exemple, les bénévoles, joueurs et clubs) peuvent-ils connecter ou mettre en contact votre Fédération avec de nouveaux donateurs ?

**> Sélectionnez les catégories de donateurs qui correspondent à votre mission et à vos valeurs :** Utilisez le modèle de cartographie des parties prenantes pour lister et grouper les donateurs potentiels que vous connaissez et qui correspondent à votre mission et à vos valeurs.

**> Tirez parti des ressources internes :** Utilisez les bases de données, les contacts, etc. existants de votre Fédération pour identifier les opportunités potentielles.



**ÉTAPE 3**

## LA RECHERCHE

La première étape du processus de recherche consiste à compiler une variété de sources potentielles de financements.

- Utilisez votre recherche pour constituer une base de données de donateurs potentiels.
  - **Niveau local** : Opportunités spécifiques aux Fédérations de rugby au sein d'une région ou d'une communauté particulière, en se concentrant sur des sources de financement localisées.
  - **Niveau national** : Opportunités de financement disponibles dans un pays spécifique, généralement régies par des réglementations nationales et des critères d'éligibilité.
  - **International** : Opportunités de financement mondiales qui s'alignent sur votre mission et vos objectifs, en soutenant des initiatives dans plusieurs pays ou régions du monde.

- Trouvez l'inspiration en examinant comment d'autres organisations ont obtenu des financements. Vous pouvez le faire en consultant leurs comptes annuels qui se trouvent généralement dans les registres nationaux du commerce (par exemple, Registro Mercantil en Espagne, Registrar-General's Department (RGD) au Ghana, Registro de Empresas y Sociedades (RES) au Chili). Cela peut vous aider à trouver de nouvelles opportunités de financement, à comprendre quels types de projets les donateurs soutiennent et à déterminer si vous êtes un bon candidat pour des donateurs potentiels.
  - À l'aide d'une simple feuille de calcul, notez le donneur, la probabilité de recevoir un financement (en fonction des autres organisations que ce donneur a financées) et le résultat de la demande.

- Où chercher des possibilités de financement :
  - Médias locaux
  - S'inscrire aux bulletins d'information sur la collecte de fonds.
  - Suivre les donateurs sur les réseaux sociaux et LinkedIn.
  - Les bases de données des sites Web de financement, bien qu'elles puissent être payantes, constituent un excellent moyen de se tenir au courant des possibilités actuellement disponibles.
  - Réseautage : restez connecté pour se tenir informé des opportunités. Assistez à des événements en ligne et en personne, tels que des conférences sportives mondiales, des sessions d'information spécifiques à des fonds et des ateliers ou séminaires axés sur la collecte de fonds dans le sport. Ces événements sont importants et appréciables pour mieux comprendre les dernières tendances, établir des relations avec des donateurs potentiels et découvrir de nouvelles voies ou options de financement pour soutenir la croissance de votre Fédération.

**ETAPE 4**

# MOBILISER LES DONATEURS POTENTIELS

Il est important d'identifier les détails clés suivants, car ils rendront la recherche de prospects beaucoup plus simple :

- > Établir des relations :** Tirez parti des informations tirées de votre cartographie des donateurs pour identifier les moyens les plus efficaces de démarcher les donateurs potentiels, idéalement par le biais de connexions partagées ou de contacts mutuels. Les présentations personnalisées peuvent avoir un impact significatif.
- Utilisez le modèle de communication avec les donateurs pour vous aider à communiquer avec ceux-ci et consultez le guide de gestion des relations pour vous aider à entretenir et à renforcer les relations avec les donateurs potentiels au fil du temps.

- > Élaboration d'une stratégie :** Élaborez un plan d'action clair pour mobiliser les donateurs potentiels. Ce plan doit décrire des étapes précises et des stratégies adaptées à chaque donneur, en tenant compte de ses priorités et de ses intérêts uniques ou particuliers.

Vous pouvez utiliser les modèles des deux pages suivantes pour :

- ✓ Cartographier vos relations actuelles et votre réseau de parties prenante
- ✓ Identifier comment élargir votre réseau



# CONNEXIONS ACTUELLES

Cette page présente des exemples de connexions que vous pourriez établir.

CATÉGORIE	PARTIES PRENANTES	RELATION FORMELLE / INFORMELLE	DESCRIPTION DE LA RELATION	VALEUR POUR LA FÉDÉRATION (FAIBLE / MOYENNE / ÉLEVÉE)	DÉTAILS DU CONTACT	PROCHAINE ÉTAPE
Organismes gouvernementaux	Ministère des Sports	Formelle – contrat de 3 ans en place de 2024 à 2026	Financement gouvernemental et soutien politique au développement du rugby	Élevée		Organiser une réunion avec le département concerné pour discuter de l'accent mis sur les filles et les femmes
Organisations à but non lucratif et ONG	ONG de développement du sport	Informelle	Partenaire pour un nouveau programme de développement du rugby pour les communautés défavorisées	Moyenne		Faire une demande de financement gouvernemental dans le cadre du prochain cycle de demandes
Commanditaires	Marque de sport	Formelle	Sponsor unique de l'événement	Élevée		Élaborer une proposition de partenariat à long terme
Groupes communautaires	Club de rugby féminin	Informelle	Un club local propose des programmes pour impliquer les jeunes filles dans le rugby	Moyenne		Planifier un événement communautaire conjoint pour sensibiliser et accroître la participation
Lié au sport						
Établissements scolaires / éducatifs						
Donateurs et Bienfaiteurs						
Autres						

# CONNEXIONS ACTUELLES

# PLAN D'ACTION POUR L'EXPANSION DU RÉSEAU



# ÉTABLIR DES RELATIONS

WORLD RUGBY  
**Impact  
Beyond**  
2025



# GESTION DES RELATIONS

Une gestion efficace des relations est essentielle pour établir des partenariats solides et durables qui maximisent le potentiel de collecte de fonds et créent de la valeur à long terme pour votre Fédération. Ce guide fournit des outils pratiques pour aider votre Fédération à cultiver des relations significatives avec les donateurs, à améliorer les activités de collecte de fonds et financements et à obtenir un soutien durable pour approfondir votre impact au sein de la communauté du rugby et au-delà.

## GUIDE ÉTAPE PAR ÉTAPE POUR GÉRER LES RELATIONS



ÉTAPE  
**1**  
IDENTIFIER  
LES DONA-  
TEURS OU  
PARTENAIRES  
POTENTIELS



ÉTAPE  
**2**  
GÉRER LES  
ATTENTES



ÉTAPE  
**3**  
ÉLABORER DES  
STRATÉGIES  
DE GESTION  
DES RELATIONS



ÉTAPE  
**4**  
ÉLABORER  
UN PLAN DE  
COMMUNICATION



ÉTAPE  
**5**  
APPRÉCIATION  
ET GRATITUDE



STEP  
**6**  
SUIVI ET  
ÉVALUATION  
DU SUCCÈS DE  
LA RELATION



## ÉTAPE 1

### IDENTIFIER LES DONATEURS OU PARTENAIRES POTENTIELS

- **Cartographie des parties prenantes :** Identifiez toutes les parties prenantes potentielles, y compris les agences gouvernementales, les fondations, les fiducies, les groupes communautaires, les personnes, etc.
- **Groupes de parties prenantes :** Regroupez par type (donateur financier, donateur en nature (non monétaire), partenaire, etc.) et par niveau d'engagement ou de contribution (ponctuelle, à long terme, de bas niveau, de haut niveau, etc.), car cela aura une incidence sur la communication et le niveau de gestion requis.
- **Évaluer leur pertinence :** Leur stratégie et leur mission correspondent-elles aux vôtres ? Avez-vous effectué une vérification juridique ? Les avez-vous déjà contactés ? Financent-ils d'autres entités ayant une cause/des programmes similaires ?

## ÉTAPE 2

### GÉRER LES ATTENTES

- **Comprendre les besoins du donateur :** Recherchez les intérêts et les priorités du donateur pour adapter vos stratégies de communication et d'engagement.
- **Reconnaître les préférences du donateur :** Déterminez comment le donateur préfère être contacté, par exemple par e-mail, appels téléphoniques, appels vidéo ou réunions en personne.
- **Fixez des attentes réalistes :** À quoi ressemblerait une relation viable et efficace entre vous et eux ? Dans quoi auriez-vous le temps et la capacité de vous engager ?

## ÉTAPE 3

### ÉLABORER DES STRATÉGIES DE GESTION DES RELATIONS

- **Plan de gestion :** Élaborez un plan décrivant des activités et des échéanciers précis.
- **Liens préalables à la proposition :** Établissez une base solide en vous engageant auprès des donateurs bien avant de soumettre les propositions, par exemple par le biais de rencontres ou réunions initiales, de discussions collaboratives et d'idées partagées sur les objectifs communs.
- **Personnalisez la proposition en fonction des intérêts des donateurs :** Créez des propositions spécifiques « sur mesure » qui s'alignent sur les objectifs, les valeurs, les centres d'intérêt et le niveau d'engagement respectifs de chaque donneur, démontrant ainsi votre compréhension approfondie de leurs priorités.
- **Gestion des relations :** Nommez un membre du personnel ou un bénévole approprié comme point de contact principal pour chaque donneur afin d'assurer une communication cohérente, des vérifications en temps opportun et des mises à jour sur les progrès.
- **Partenaires communautaires :** Développez des initiatives conjointes avec des organisations locales/communautaires qui s'alignent sur les objectifs de votre Fédération, en augmentant l'impact mutuel et la visibilité.

## ÉTAPE 4

### ÉLABORER UN PLAN DE COMMUNICATION

- **Personnaliser les plans de communication :** Mettez en place un système (par exemple, Gestion des Relations avec les Clients – CRM) pour stocker les informations sur les donateurs et les partenaires, suivre les interactions et définir des rappels pour une sensibilisation personnalisée.
- **Calendrier de gestion :** Planifiez des points de contact et des engagements réguliers tout au long de l'année (par exemple, des vérifications informelles, des rapports d'étape, des mises à jour trimestrielles, des rapports d'impact, des vœux pour les fêtes, des invitations à des événements exclusifs, etc.) pour maintenir l'engagement.
- **Adapter les messages :** Envoyez des messages personnalisés à chaque groupe (comme identifié à l'étape 1), reflétant leur histoire, leurs centres d'intérêt et l'étape de votre relation avec eux.
- **Mettre en évidence l'impact :** Envoyez des bulletins d'information, des mises à jour de projet et des histoires mettant en évidence l'utilisation des fonds et l'impact des contributions des donateurs.





## ÉTAPE 5

### APPRÉCIATION ET GRATITUDE

- **Remerciements et reconnaissance :** Partagez des accusés de réception opportuns et personnalisés des contributions, tels que lettres de remerciement, e-mails ou appels téléphoniques.
- **Rapports des donateurs :** Fournir des rapports réguliers sur l'impact du financement, en mettant en évidence des projets et des initiatives spécifiques.
- **Visites de donateurs :** Organisez des visites de sites (par exemple, des séances de programme/ d'entraînement ou des matchs de rugby) pour mettre en évidence l'impact des fonds et favoriser des liens plus profonds.
- **Opportunités supplémentaires :** Impliquez les donateurs dans des activités supplémentaires pour améliorer votre connexion, par exemple en les invitant à assister ou à participer activement à des événements pertinents.
- **Reconnaissance publique :** Reconnaisez publiquement les principaux donateurs et partenaires dans les bulletins d'information, les rapports annuels, sur votre site Web, lors d'événements, etc. (à moins qu'ils ne préfèrent l'anonymat).

## ÉTAPE 6

### SUIVI ET ÉVALUATION DU SUCCÈS DE LA RELATION

- **Définir des indicateurs :** Définissez des indicateurs tels que le taux de fidélisation des donateurs, la fréquence d'engagement, l'augmentation du donateur, le montant moyen des fonds, etc.
- **Satisfaction des parties prenantes :** Utilisez des sondages, des formulaires de commentaires/ retours d'information et des entretiens et discussions formels/informels pour évaluer la satisfaction des parties prenantes et recueillir des informations sur la façon d'améliorer les efforts de mobilisation.
- **CRM:** Utilisez votre système CRM pour suivre les données et les informations afin de garantir une approche de gestion cohérente.
- **Examiner et affiner les stratégies :** Évaluez régulièrement l'efficacité de vos pratiques de gestion des relations et adaptez-les au besoin.
- **S'adapter aux tendances :** Restez à jour avec les tendances en matière de collecte de fonds et ajustez votre approche pour vous aligner sur les attentes, les préférences et les habitudes des donateurs.

# PRATIQUES UTILES POUR GÉRER ET RENFORCER LES RELATIONS



## APPRENEZ À CONNAÎTRE VOTRE DONATEUR :

Pour vraiment comprendre vos donateurs, il faut aller au-delà des données démographiques et de l'historique des dons. Explorez leurs motivations, leurs valeurs, leurs expériences, leurs idées et leurs histoires personnelles.

## RAPPORTS D'IMPACT

Partagez des rapports détaillés sur la façon dont les fonds ont été utilisés (incluez des mesures, des récits et des visuels qui démontrent un impact tangible).

## POSSIBILITÉS DE RÉSEAUTAGE :

Facilitez le réseautage entre les donateurs et les partenaires par le biais d'événements en ligne ou en personne, de panels, etc.

## RECONNAISSANCE DES PARTENAIRES COMMUNAUTAIRES :

Reconnaitre et célébrer régulièrement les bénévoles afin de favoriser la loyauté et d'encourager le bénévolat.

## GESTION DES MÉDIAS SOCIAUX :

Mobilisez les parties prenantes en présentant sur les réseaux sociaux des informations, récits et narratifs ainsi que des événements ayant un impact, en taguant ou en mentionnant les partenaires et les donateurs, le cas échéant.

## EXPRIMEZ-VOUS AVEC PASSION :

Lorsque vous parlez animé par une véritable passion pour votre cause, les donateurs sont plus susceptibles de se connecter à votre message.

## SOYEZ TRANSPARENT :

En partageant franchement vos réussites et vos difficultés, vous faites preuve de responsabilité et d'authenticité, qui sont à la base des relations à long terme avec les donateurs.



# COMMUNICATION AVEC LES DONATEURS

## STRATEGIES D'ENGAGEMENT

Une fois que vous avez identifié les donateurs potentiels, l'étape suivante consiste à adapter votre communication en fonction du profil du donateur. Adaptez votre approche en fonction du lien de chaque donateur avec vous et votre travail. Pour les donateurs à fort potentiel, envisagez d'organiser des réunions en personne ou des visites de vos installations pour approfondir le lien. Vous pouvez les inviter à des événements exclusifs, tels que des sessions de programme, pour montrer l'impact de leur soutien.

Pour d'autres donateurs potentiels, une approche numérique bien pensée et adaptée ou personnalisée (comme les e-mails personnalisés) est également efficace pour renforcer l'engagement. Assurez-vous de créer un plan d'engagement personnalisé pour chaque donateur potentiel. Évitez d'envoyer des messages identiques, ajustez chaque information et contenu pour refléter les intérêts spécifiques du donateur, qu'il s'agisse du développement du rugby chez les jeunes, du soutien à l'implication des filles et des femmes dans le jeu ou de la contribution à des initiatives communautaires de base.

Enfin, insistez sur la façon dont le financement soutiendra directement votre Fédération en communiquant les résultats spécifiques que vous pouvez obtenir grâce au soutien des donateurs.

# LES MEILLEURS CONSEILS POUR UNE COMMUNICATION EFFICACE AVEC LES DONATEURS



## PERSONNALISATION :

Utilisez le nom du donateur, faites référence à son travail (par exemple, mission, valeurs, programmes, financements précédents, etc.) et adaptez votre message en conséquence.

## MESSAGES CLAIRS ET CONCIS :

Faites en sorte que votre communication reste ciblée et facile à comprendre.

## ATTRAIT VISUEL :

Incorporez des images et des vidéos de haute qualité dans la mesure du possible pour rendre votre communication plus attrayante et visuellement attractive pour les donateurs potentiels.

## COHÉRENCE DES MARQUES (« BRANDING ») :

Maintenez une identité de marque cohérente sur tous les canaux de communication.

## APPEL À L'ACTION FORT :

Indiquez clairement ce que vous voulez que le donateur fasse.

## COMMUNICATION RÉGULIÈRE :

Restez régulièrement en contact avec vos donateurs, même s'il ne s'agit que d'un court e-mail, pour entretenir la relation.

## SUIVI ET ANALYSE :

Surveillez l'efficacité de vos efforts de communication et ajustez-les si nécessaire.

# MODÈLES DE COURRIER AUX DONATEURS

Nous avons fourni deux modèles pour vous aider à communiquer avec les donateurs potentiels et actuels :

- > **Comment contacter un donateur potentiel**
- > **Comment envoyer une note de remerciement à un donateur existant**

## LORSQUE VOUS CONTACTEZ UN DONATEUR POTENTIEL :

- > Commencer l'e-mail par un petit paragraphe d'introduction polie et amicale qui donne le ton pour le reste du message.
- > Inclure de brèves informations que vous avez - lien vers le site Web, le rapport annuel, le rapport d'impact, etc. Assurez-vous que les messages sont clairs et que votre organisation est présentée de manière positive.



## MODÈLE 1 : CONTACTER UN DONATEUR POTENTIEL

[Utilisez l'en-tête de votre Fédération]

[Détails du donateur]

Chère/Cher [nom du donateur],

J'espère que vous allez bien. Je m'appelle [Votre Nom] et je suis [Votre Rôle] au sein de la [Nom de la Fédération de Rugby]. Je vous contacte pour discuter d'un partenariat potentiel avec [Nom de l'organisation du donateur] pour aider [introduire un sujet plus large ici – par exemple, soutenir nos initiatives pour le rugby et la croissance de ce sport dans notre communauté].

La [Nom de la Fédération de Rugby] consacre ses activités à [décrivez brièvement votre mission et vos objectifs, par exemple, promouvoir le développement des jeunes, augmenter le nombre de filles et de femmes participant à tous les niveaux du jeu, améliorer les opportunités pour les participants des communautés défavorisées de s'impliquer dans le rugby, etc.]. Nos programmes actuels comprennent [présenter brièvement les projets ou initiatives clés].

Nous recherchons [financement/services en nature – modifier le cas échéant] pour soutenir [domaine ou projet spécifique pour lequel vous demandez un soutien] et nous pensons que [Nom de l'organisation du donateur] pourrait être un précieux partenaire dans la réalisation de ces objectifs. [Expliquez pourquoi vous croyez que ce donateur a le potentiel d'être un partenaire précieux – mission ou idéologies partagées, historique de financements, domaines d'impact communs, etc.]. Votre soutien ne profiterait pas seulement à [ajouter l'impact spécifique prévu], mais contribuerait également à la croissance et à la visibilité du rugby au sein de la communauté.

Nous serions ravis d'avoir l'occasion de discuter plus amplement de la manière dont nous pourrions œuvrer et travailler ensemble, et de la manière dont votre contribution pourrait aider à avoir un impact significatif sur l'avenir du rugby en [insérer le nom du pays]. J'ai joint de plus amples détails sur nos projets et les besoins de financement.

Nous vous remercions de prendre en considération notre demande. J'ai hâte de pouvoir collaborer avec vous pour contribuer au développement du rugby et avoir un impact positif sur [insérer l'impact spécifique prévu]. N'hésitez pas à me contacter au [numéro de téléphone] ou par e-mail à [adresse e-mail] si vous avez besoin d'informations supplémentaires.

Avec mes salutations sportives les plus sincères,

[Vos coordonnées et signature]

## MODÈLE 2 : MESSAGE DE REMERCIEMENT POUR LE DONATEUR

[Utilisez l'en-tête de votre Fédération]

[Détails du donateur]

Chère/Cher [nom du donateur],

J'espère que vous allez bien. Nous vous adressons nos plus sincères remerciements pour votre soutien envers la [Nom de la Fédération]. En tant que supporter dévoué, vous jouez un rôle essentiel dans le renforcement de l'avenir du rugby dans [pays].

Grâce à votre générosité, nous avons été en mesure de [insérer les détails – par exemple, lancer un nouveau programme de rugby scolaire ciblant les filles], ce qui a conduit à [insérer les détails – par exemple, une augmentation de 100 filles participant régulièrement à nos programmes de rugby dans trois communautés]. Votre engagement continu et votre soutien en faveur du rugby n'est pas passé inaperçu, aussi aimerais-nous profiter de cette occasion pour souligner vos contributions et l'impact de votre soutien sur nos efforts.

Nous sommes ravis de partager avec vous quelques occasions de rester impliqués avec la [Nom de la Fédération] dans cette période où nous faisons ensemble une différence :

- [Mise à jour de la campagne ou du projet] : Faites partie de notre dernière initiative, [Nom du projet], visant à [brève description, par exemple, « étendre le rugby aux communautés défavorisées »].

Encore une fois, nous vous remercions d'être un membre précieux de notre famille du rugby. Nous sommes impatients de vous tenir bientôt au courant de notre mission de [insérer les détails]. N'hésitez pas à nous contacter pour toute question ou simplement pour dire bonjour.

Cordialement,

[Vos coordonnées et signature]



# 5 TYPES DE DONATEURS

Ce guide constitue un moyen pratique pour votre Fédération de comprendre et d'interagir avec les principaux segments de donateurs.

Il est conçu pour vous aider à diversifier vos sources de financement, à maximiser vos points forts uniques et à établir des relations durables avec les donateurs.

**CETTE RESSOURCE FOURNIT DES INFORMATIONS DÉTAILLÉES SUR :**

- **Les motivations** de chaque type de donneur (par exemple, les entreprises sponsors ou partenaires, les gouvernements, les donateurs individuels, les fiducies et les fondations, les organisations à but non lucratif).
- **Les avantages** que les Fédérations tirent du soutien de ces groupes de donateurs.
- **Les restrictions** et les défis inhérents aux collaborations avec chaque type de donneur.
- **Les capacités essentielles** que les Fédérations doivent développer pour réussir à obtenir et à gérer le financement de ces sources.

	MOTIVATIONS DES DONATEURS	AVANTAGES POUR LES FÉDÉRATIONS	RESTRICTIONS POUR LES FÉDÉRATIONS	FONCTIONNALITÉS ESSENTIELLES
<b>SOCIÉTÉS PARTENAIRES/ SPONSORS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Visibilité de la marque et alignement avec les valeurs du rugby (travail d'équipe, résilience, etc.).</li> <li>&gt; Accès aux données démographiques des fans de rugby.</li> <li>&gt; Objectifs de responsabilité sociétale d'entreprise (RSE).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Possibilité de réseautage avec d'autres donateurs et partenaires potentiels.</li> <li>&gt; Des forfaits de parrainage uniques comme les droits de « naming » ou la promotion d'événements.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Les contrats de sponsoring/ parrainage peuvent inclure des clauses d'exclusivité qui vous empêchent de vous associer à d'autres sociétés.</li> <li>&gt; Le risque d'une commercialisation excessive aliénant les fans.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Expertise en image de marque, marketing et communication.</li> <li>&gt; Capacité à développer des packages de sponsoring/ parrainage attrayants.</li> <li>&gt; Gestion solide des comptes pour les relations avec les sponsors.</li> </ul>
<b>GOUVERNEMENT</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Promouvoir la participation des jeunes aux sports.</li> <li>&gt; Soutenir des objectifs sociétaux tels que la santé, l'égalité des sexes et l'éducation.</li> <li>&gt; Fierté régionale ou nationale.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Contrat prévisible sur une période de temps déterminée.</li> <li>&gt; Alignement avec les initiatives sportives nationales/régionales.</li> <li>&gt; Publicité potentielle de la participation du ou des ministères.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Souvent limité à des programmes ou à des résultats spécifiques.</li> <li>&gt; Exigences étendues en matière d'application et de rapport.</li> <li>&gt; Les paiements peuvent être retardés jusqu'à la fin de la prestation.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; De solides relations gouvernementales.</li> <li>&gt; Expertise en rédaction et conformité des subventions.</li> <li>&gt; Capacité de production de rapports et de collecte de données robustes.</li> </ul>
<b>DONATEURS INDIVIDUELS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Passion pour le rugby.</li> <li>&gt; Envie de soutenir le rugby local ou de la base.</li> <li>&gt; Intérêt philanthropique pour l'équité entre les sexes ou le développement des jeunes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Capacité à offrir des opportunités de reconnaissance personnelle.</li> <li>&gt; Fort attrait émotionnel de l'impact du rugby dans les communautés.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Capacité limitée d'offrir des options de dons fiscalement avantageuses dans certaines régions.</li> <li>&gt; Peut nécessiter des efforts continus d'engagement et de dialogue avec les donateurs.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Administration et gestion des relations avec les donateurs.</li> <li>&gt; Capacité à communiquer efficacement des récits d'impact.</li> </ul>
<b>FIDUCIES ET FONDATIONS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Alignement avec la mission de la fondation (p. ex., équité entre les sexes, développement des jeunes, inclusion).</li> <li>&gt; Investissement dans un impact social mesurable.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Capacité à démontrer son alignement avec les objectifs de la fondation et expérience avérée de la réalisation des objectifs.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Souvent sur invitation seulement.</li> <li>&gt; Le financement est généralement limité à des programmes spécifiques.</li> <li>&gt; Nécessite souvent des cadres de suivi et d'évaluation sophistiqués.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Compétences techniques en rédaction de subventions.</li> <li>&gt; Solides capacités de suivi, d'évaluation et de mesure d'impact.</li> <li>&gt; Établissement de relations à long terme.</li> </ul>
<b>ORGANISATIONS À BUT NON LUCRATIF/ CARITATIVES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Collaboration pour atteindre des objectifs communs (p. ex., inclusion, impact communautaire, équité entre les sexes).</li> <li>&gt; Tirer parti du rugby comme outil de changement social plus large.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; L'attrait du rugby en tant qu'activité inclusive et centrée sur la communauté.</li> <li>&gt; Accès potentiel à des possibilités de financement partagé ou à des partenariats.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Doit s'aligner étroitement sur la mission de l'organisme caritatif partenaire.</li> <li>&gt; Risque de concurrence pour les mêmes sources de financement.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Solides compétences en matière de partenariats et de collaboration.</li> <li>&gt; Capacité de concevoir et d'exécuter ensemble des programmes.</li> <li>&gt; Connaissance de mesures et d'objectifs communs.</li> </ul>

# ARBRE DÉCI-SIONNEL

**En plus des donateurs mentionnés à la page précédente, il existe d'autres sources de financement que vous pourriez envisager d'explorer pour votre Fédération. Utilisez l'arbre décisionnel pour voir ce qui serait le mieux pour vous.**

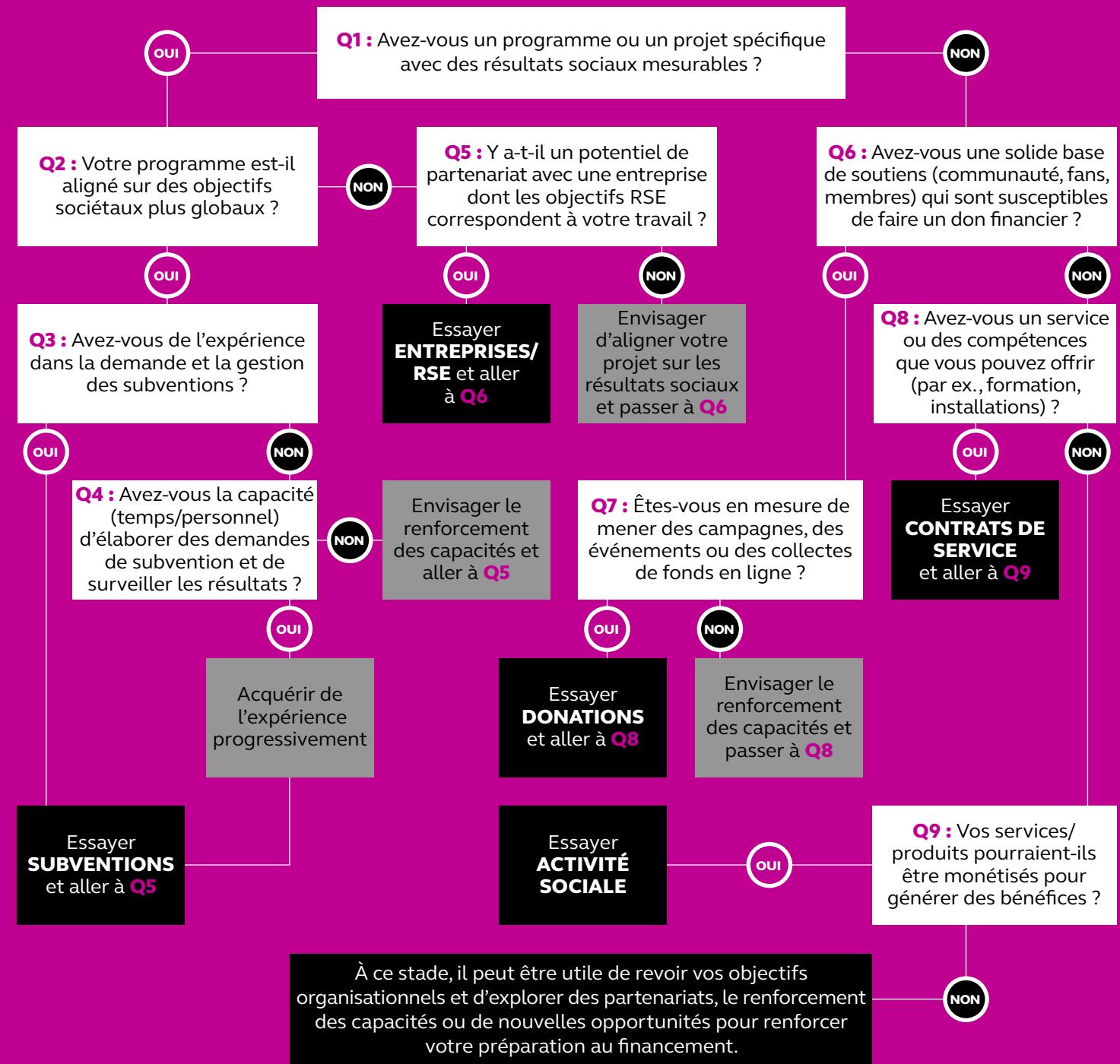
Vous trouverez plus d'informations sur ces sources de financement supplémentaires dans l'encadré ci-dessous.

**Activité sociale (projet) :** Un moyen d'obtenir un revenu grâce à des activités commerciales pour soutenir un objectif social ou communautaire en réinvestissant les bénéfices dans votre mission.

**Contrat de service :** Un accord formel dans le cadre duquel un donateur paie votre organisation pour fournir des services ou des activités spécifiques, généralement avec des objectifs et résultats prédéfinis.

**Entreprises/RSE :** Une occasion de construire des relations mutuellement bénéfiques avec des entreprises qui souhaitent soutenir l'impact social par le sport.

**Dons :** Contributions financières volontaires d'individus ou d'organisations, données sans attente de retour direct et souvent motivées par un lien personnel, des valeurs partagées ou la conviction dans votre mission.





# PLAIDER VOTRE CAUSE

WORLD RUGBY  
**Impact Beyond**  
2025

# STORYTELLING

## POURQUOI LA NARRATION DU RÉCIT EST-ELLE IMPORTANTE DANS LA COLLECTE DE FONDS ?

La narration est un outil incroyablement utile dans le cadre des demandes de fonds car elle aide les donateurs à établir des liens plus étroits avec votre Fédération, son travail et ses bénéficiaires. Un récit replace la mission, les valeurs et les objectifs de votre Fédération dans leur contexte en dressant un tableau vivant de l'impact que peut avoir ce que vous réalisez, et en donnant vie à tous les faits et statistiques mentionnés en ligne. En partageant un récit et des histoires, vous humanisez la demande de fonds, en montrant aux donateurs comment vous faites une réelle différence dans la vie des gens.

Cependant, cette narration n'est pas une compétence facile. Les demandeurs qui connaissent parfaitement leur organisation ont souvent du mal à simplifier leur message pour un public extérieur. Apprendre les bases de la narration aide votre Fédération à présenter des informations claires et efficaces dans les propositions, sur les sites Web et dans le cadre de la communication avec des investisseurs/donateurs potentiels.

## COMMENT S'Y PRENDRE POUR NARRER UN RÉCIT

**> CLARTÉ :** Les donateurs examinent quotidiennement de nombreuses demandes et sites Web, donc si la mission, le but et les objectifs de votre Fédération ne sont pas clairs, ils risquent de ne pas aller plus loin dans la lecture de votre dossier. Étant donné que vous connaissez votre Fédération et vos bénéficiaires mieux que le donateur, il est important d'être clair et concis, en évitant les mots inutiles ou de prêter à confusion.

**> AUTHENTICITÉ :** Au lieu de viser un récit parfait et exagéré, partagez une version réelle et honnête des événements. Les donateurs sont plus susceptibles de s'engager et soutenir des récits authentiques. Dans la mesure du possible, racontez votre histoire du point de vue de vos bénéficiaires, car ce sont eux qui seront les plus importants pour les donateurs s'ils s'alignent sur votre mission.

**> OFFRIR** au donateur l'occasion d'avoir l'impression d'avoir développé un lien avec votre Fédération est un moyen efficace d'augmenter la probabilité d'obtenir un financement. Que ce soit sur votre site Web ou dans les demandes de financement, assurez-vous que le récit est lié et pertinent pour le donateur.

**> ÉMOTION :** L'émotion permet de créer un lien avec le donateur en renforçant l'empathie et en humanisant la mission de votre Fédération. Il met en évidence l'impact émotionnel des difficultés de vos bénéficiaires et l'effet positif du soutien de votre Fédération.

**> STRUCTURE :** Ce point est peut-être le plus important et est également crucial pour aider le donateur à mieux comprendre votre Fédération, son travail et vos bénéficiaires. En effet, une structure claire permet au donateur de se concentrer sur votre message, ce qui est mieux pour lui que d'éprouver des difficultés à comprendre votre message.

# ARGUMENTS POUR ÉLABORER UNE DEMANDE DE SOUTIEN

## QU'EST-CE QU'UN DOSSIER DE SOUTIEN ?

Un argumentaire en faveur d'un soutien explique ce qu'est votre Fédération, ce qu'elle réalise, qui elle aide et pourquoi elle mérite d'être soutenue, que ce soit en termes de temps, d'argent ou de ressources. Vous trouverez ci-dessous les éléments clés d'un dossier solide de demande et un modèle à utiliser dans le cadre de vos démarches.

## LES ELEMENTS D'UN DOSSIER SOLIDE EN FAVEUR D'UN SOUTIEN DEVRAIENT S'ARTICULER AUTOUR DES ELEMENTS SUIVANTS :

1

### LE PROBLÈME QUE VOUS RÉSOLVEZ

Quel est le besoin de votre travail ? Qui sont les bénéficiaires que vous soutenez, et pourquoi votre travail est-il important ?

2

### COMMENT RÉSOUTRE CE PROBLÈME

Quelle est la solution que vous proposez ? En quoi cette solution se démarque-t-elle de la concurrence et quelle preuve avez-vous de l'efficacité de votre solution ?

3

### POURQUOI LE FINANCEMENT EST ESSENTIEL

Cela peut être dû à l'ampleur du problème auquel votre Fédération s'attaque, au manque de financement de votre Fédération pour être en mesure de soutenir vos bénéficiaires de manière durable, ou les deux.

4

### L'IMPACT DU SOUTIEN DES DONATEURS SUR LA FÉDÉRATION ET SES BÉNÉFICIAIRES

Comment le temps, l'argent ou les ressources que les donateurs consacrent influenceront-ils votre travail ? Les donateurs veulent que leur soutien fasse une réelle différence ; c'est votre chance de montrer cet impact.

5

### LA VISION À LONG TERME

Communiquer la façon dont vous prévoyez aborder le problème au fil du temps et maintenir le financement de vos projets. Compte tenu des graves défis auxquels les organisations à but non lucratif sont confrontées, une approche durable à long terme est cruciale.



# MODÈLE DE DOSSIER POUR UNE DEMANDE DE SOUTIEN

## FÉDÉRATION : QUI ÊTES-VOUS ET POURQUOI DEVRIEZ-VOUS RECEVOIR DES FINANCIEMENTS ?

> **Présentez votre mission, votre vision et votre objectif**

> **Paysage actuel**

- Donnez un contexte sur l'état ou la situation du rugby dans votre pays/région

> **Historique et réalisations**

- Pourquoi êtes-vous le mieux placé pour mener réaliser cet objectif ou ce travail ?

> **Qui soutenez-vous ?**

- Fournir une vue d'ensemble des bénéficiaires (y compris des groupes cibles spécifiques – par exemple, les filles et les femmes, les enfants en âge scolaire, les jeunes dans les zones défavorisées ou mal desservies, etc.)

> **Votre réseau**

- Qui fait partie de votre réseau ? Quels sont vos partenariats ?

1

## PRÉSENTER LE PROJET/L'INITIATIVE

> **Aperçu du projet**

- Pour quel projet ou initiative spécifique cherchez-vous du financement ?

> **Buts et objectifs**

- Quel est l'objectif du projet ?

> **Groupes cibles**

- Qui est censé en bénéficier ?

> **Calendrier**

2

## BESOIN

> **Pourquoi ce projet est-il important ?**

- Inclure toute statistique ou donnée qui met en évidence le besoin de financement

> **À quels problèmes êtes-vous confrontés ?**

- Comment savez-vous que ce ou ces problèmes existent, quelles en sont les preuves ?
- Quelles sont les conséquences de ne pas s'attaquer aux problèmes ?

> **Quels sont les besoins spécifiques des bénéficiaires visés ?**

> **Quelqu'un d'autre essaie-t-il de résoudre ce ou ces problèmes ?**

- En quoi votre approche est-elle différente et/ou complémentaire ?

3

## SOLUTION

> **Qu'allez-vous faire pour résoudre ce ou ces problèmes ?**

> **Quelles activités de base allez-vous mener pour relever les défis décrits ?**

> **Comment les bénéficiaires sont-ils impliqués dans la solution ?**

> **Mettez en évidence tous les partenariats qui seront impliqués dans vos efforts.**

- Quel est leur rôle ? Comment vont-ils contribuer ?

4

# MODÈLE DE DOSSIER POUR UNE DEMANDE DE SOUTIEN

## IMPACT

**> Quelle différence faites-vous ?**

- Indiquez les avantages pour les personnes, les groupes et/ou les communautés.

**> Comment le savez-vous ?**

- Comment les progrès seront-ils suivis ?
- Comment allez-vous mesurer le succès du projet ?

**> Quels sont les domaines sociétaux concernés ?**

- Par exemple, santé et bien-être, égalité des sexes, environnement, développement des jeunes, etc.

**> Comment les résultats contribuent-ils à la mission et à la vision de votre Fédération ?**

**> Comment allez-vous partager les résultats du projet ?**

**5**

## DURABILITÉ

**> Quel est l'héritage perçu de cette initiative ?**

**> Que se passera-t-il une fois que le financement sera épuisé ?**

**> Le projet a-t-il la capacité de générer des revenus ?**

**> Est-il possible d'obtenir un revenu supplémentaire ?**

**> Comment ce projet contribuera-t-il à la stratégie plus large de votre Fédération ?**

**6**

## APPEL À L'ACTION

**> Que demandez-vous ?**

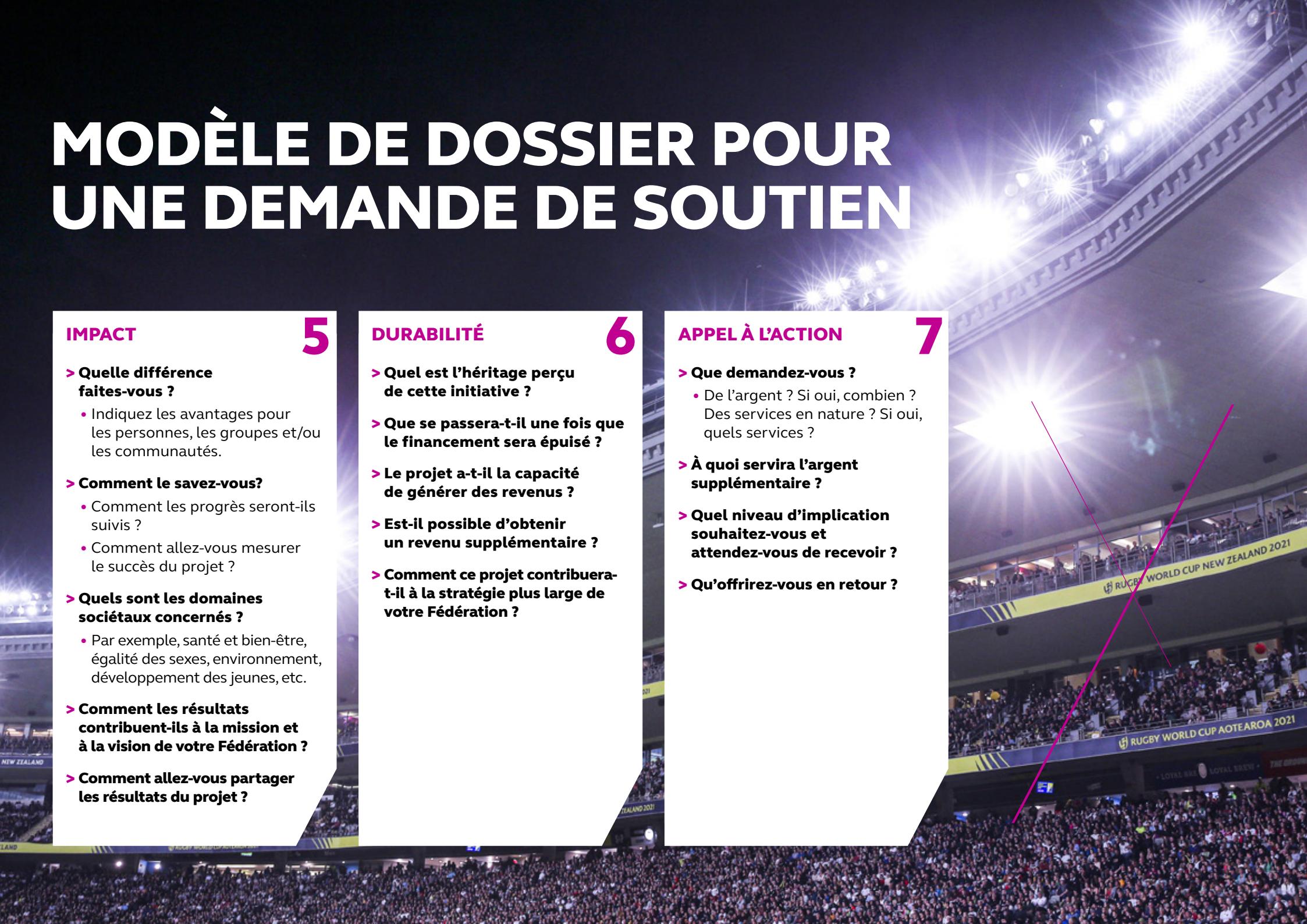
- De l'argent ? Si oui, combien ? Des services en nature ? Si oui, quels services ?

**> À quoi servira l'argent supplémentaire ?**

**> Quel niveau d'implication souhaitez-vous et attendez-vous de recevoir ?**

**> Qu'offrirez-vous en retour ?**

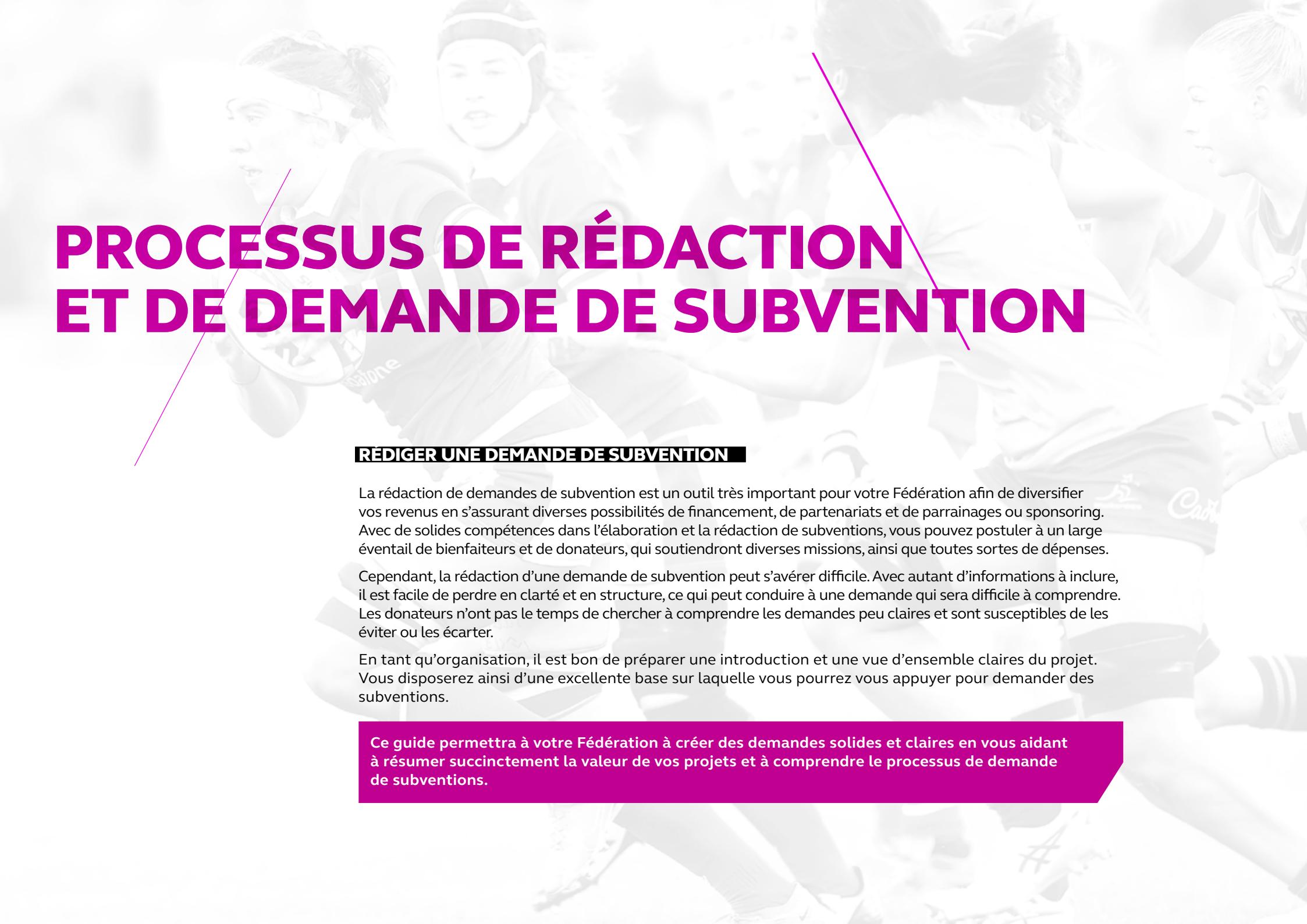
**7**





# DEMANDES ET PROPOSITIONS

WORLD RUGBY  
**Impact  
Beyond**  
2025



# PROCESSUS DE RÉDACTION ET DE DEMANDE DE SUBVENTION

## **RÉDIGER UNE DEMANDE DE SUBVENTION**

La rédaction de demandes de subvention est un outil très important pour votre Fédération afin de diversifier vos revenus en s'assurant diverses possibilités de financement, de partenariats et de parrainages ou sponsoring. Avec de solides compétences dans l'élaboration et la rédaction de subventions, vous pouvez postuler à un large éventail de bienfaiteurs et de donateurs, qui soutiendront diverses missions, ainsi que toutes sortes de dépenses.

Cependant, la rédaction d'une demande de subvention peut s'avérer difficile. Avec autant d'informations à inclure, il est facile de perdre en clarté et en structure, ce qui peut conduire à une demande qui sera difficile à comprendre. Les donateurs n'ont pas le temps de chercher à comprendre les demandes peu claires et sont susceptibles de les éviter ou les écarter.

En tant qu'organisation, il est bon de préparer une introduction et une vue d'ensemble claires du projet. Vous disposerez ainsi d'une excellente base sur laquelle vous pourrez vous appuyer pour demander des subventions.

**Ce guide permettra à votre Fédération à créer des demandes solides et claires en vous aidant à résumer succinctement la valeur de vos projets et à comprendre le processus de demande de subventions.**

# COMMENT INTRODUIRE VOTRE PROJET

## DÉCRIRE VOTRE ORGANISATION/PROJET

- ✓ Une question fréquente que posent les donateurs est « décrivez brièvement votre organisation/projet ».
- ✓ Souvent, le nombre de mots pour cela est très limité, en moyenne de 50 à 100 mots.
- ✓ Une bonne approche pour répondre à cette question consiste à réfléchir à ces cinq éléments, pour rédiger une brève réponse pour chacun avant de tout transformer en une introduction cohérente du projet.

## QUI

> **Dites au donneur qui vous essayez de soutenir.**

- ex. : Enfants et jeunes issus de communautés socio-économiques défavorisées au Brésil.

## QUOI

> **Énoncez brièvement votre projet ou activité principale**, par exemple « en proposant des séances de sport aux jeunes des communautés défavorisées ».

- ex. : Fournir des séances de sport extrascolaires pour les jeunes dans des communautés défavorisées.

## OÙ

> **L'emplacement de votre projet ou l'endroit où votre travail a tendance à se dérouler.**

- ex. : Dix espaces publics différents dans trois villes du Brésil.

## QUAND

> **Quand avez-vous besoin du financement ?**

- ex. : D'avril 2025 à novembre 2025

## POUR- QUOI

> **Identifiez une ou deux raisons principales pour lesquelles le donneur devrait vous soutenir.**

- ex. : Pour améliorer le bien-être émotionnel et encourager les jeunes, qui pourraient autrement être incapables de faire du sport en raison d'obstacles financiers, à devenir physiquement actifs.

## VOICI UN EXEMPLE D'INTRODUCTION DE PROJET PERCUTANTE UTILISANT CETTE STRUCTURE :

### Décrivez brièvement votre projet (100 mots maximum)

Une série de séances sportives extrascolaires pour les enfants et les jeunes issus de communautés défavorisées et de milieux socio-économiques défavorisés au Brésil. Les séances auront lieu dans dix espaces publics différents (parcs, plages, etc.) d'avril 2025 à novembre 2025. Nous voulons améliorer le bien-être émotionnel des enfants et des jeunes défavorisés et les encourager à devenir physiquement actifs, en particulier lorsque des obstacles financiers peuvent empêcher leur participation au sport.

# COMMENT FOURNIR UNE VUE D'ENSEMBLE DU PROJET DÉTAILLÉE

✓ Après l'introduction initiale du Projet, les bailleurs de fonds peuvent également demander une vue d'ensemble approfondie du projet proposé.

✓ Pour répondre à cette demande, une structure en trois points est un excellent moyen de communiquer avec le donateur de manière claire et efficace.

✓ Certains donateurs suivront un modèle similaire dans le dossier ou formulaire de demande en posant des questions qui se rapportent à chaque élément individuel, tandis que d'autres seront ambigus et vous demanderont simplement de décrire pourquoi vous souhaitez obtenir un financement.

## BESOIN

- Expliquez au donateur pourquoi votre projet/Fédération est nécessaire.
- Quels sont les problèmes, les défis et les inégalités auxquels vous essayez de répondre ?
- Qui sont vos bénéficiaires (les personnes que vous essayez d'accompagner) ?
- Fournir des preuves et éléments tangibles → des statistiques, des études de cas, des rapports d'impact, des témoignages, des retours d'expérience de projets précédents.

## ACTION

- Dites au donateur ce que vous ferez pour répondre au besoin.
- Décrire votre projet/organisation.
- Si vous présentez une demande de financement pour un projet, qui le réalisera ? Combien de temps durera le projet ? Quelle fréquence sera sa périodicité ?

## RÉSULTATS

- Qu'espérez-vous accomplir ?
- Définissez clairement les buts et objectifs de votre Fédération et de votre programme.
- Y a-t-il des résultats à court terme en plus des résultats à long terme ? Par exemple, un résultat à court terme pour un projet sportif qui implique des enfants vulnérables issus de milieux socio-économiques défavorisés pourrait être l'amélioration des liens sociaux et d'amitié. Un résultat à long terme pourrait être une amélioration du bien-être mental et de la confiance en soi grâce à ces liens d'amitiés.

# ÉLÉMENTS À PRENDRE EN COMPTE LORS DE LA RÉDACTION DE LA VUE D'ENSEMBLE DU PROJET

Les suggestions suivantes vous aideront à renforcer votre demande, en fournissant un contexte à votre projet et en montrant pourquoi vous êtes le mieux placé pour le mener à bien. Bien que les bailleurs de fonds ne les demandent pas forcément, ces éléments ajoutent de la profondeur et un contexte supplémentaire.

## POINTS PUCES

Utiliser des points puces pour créer une structure claire et facile à suivre. N'oubliez pas que vous connaissez votre projet mieux que le donateur, il vous faut donc le décomposer en points clairs et concis. Le donateur appréciera cette simplification, ce qui le rendra plus susceptible de comprendre votre projet et de prendre plus de temps pour examiner votre demande.

## ÉCHEANCIER ET JALONS DU PROJET

Le fait de donner au donateur un calendrier clair démontrera que vous avez vraiment réfléchi à la conception et à la réalisation du projet. Cela renforcera la relation de confiance entre votre Fédération et le donateur, en soulignant que vous avez la réelle volonté de veiller à la réalisation de vos objectifs.

## SUIVI ET EVALUATION

Démontrer au donateur comment vous évaluerez le succès du projet. Décrivez les outils et les techniques que vous utiliserez pour surveiller vos résultats. Il peut s'agir d'enquêtes que vous donnez aux participants avant, pendant et après votre projet pour montrer des améliorations dans divers domaines clés. Il peut également s'agir d'entretiens avec des participants, ce qui vous permet de rassembler des citations et des études de cas que vous pouvez rédiger dans un rapport final, ainsi que des statistiques clés.

## EXPÉRIENCE ET QUALIFICATIONS

Indiquez toutes les expériences et qualifications que votre Fédération et les membres de votre équipe possèdent et qui font que vous êtes bien placé pour mener à bien le projet. Qu'il s'agisse de qualifications en coaching, de certifications spécifiques, de formations, de diplômes universitaires, d'expérience professionnelle, etc., elles contribueront à valider votre capacité à mener à bien le projet.

## RÉALISATIONS

Il est bon de mentionner vos récompenses obtenues et réalisations, car elles montrent que vous avez été reconnu à plus grande échelle.

## PLANIFICATION A LONG TERME

Les bailleurs de fonds veulent voir que vous avez envisagé des moyens de poursuivre votre travail une fois la période de financement terminée. Demandez-vous si vous cherchez à obtenir un financement à partir d'autres sources de revenus, comment vous partagerez les enseignements tirés de vos projets et quels sont les obstacles à la longévité de votre organisation ou de vos projets.



# PROCESSUS DE DEMANDE

Aussi utile que cela pourrait être, il n'existe pas de format universel lorsqu'il s'agit de demander des subventions. Bien qu'il y ait des points communs et des similitudes, chaque donneur aura un processus de demande légèrement différent. Cependant, les aspects clés suivants sont très courants dans le processus de demande de subvention, c'est donc une bonne idée de vous familiariser avec ce à quoi peuvent ressembler les différents processus de demande.





1

## DÉCLARATION D'INTÉRÊT (DI)

- La première étape de tout processus de demande.
- Les donateurs peuvent demander aux candidats potentiels de soumettre une manifestation d'intérêt, qui est généralement une brève lettre, pas plus d'un côté A4, qui décrit l'organisation, le projet et le montant du financement demandé.
- Il s'agit d'un moyen utile pour les donateurs de présélectionner les demandes et d'éviter ainsi de lire de longs dossiers ou formulaires de demande. Cela profite également aux candidatures potentielles, car il n'y aura pas besoin de passer beaucoup de temps sur ce formulaire de candidature, à moins d'être présélectionné après avoir soumis une expression d'intérêt.

2

## INVITATION À POSTULER

- Lorsque les donateurs ont demandé une manifestation d'intérêt, les organisations présélectionnées seront invitées à postuler à l'opportunité de financement.
- Ce genre d'invitation prend généralement la forme d'un formulaire ou dossier de candidature plus long ou détaillé, avec des questions spécifiques ou des domaines clés à inclure dans un aperçu et une description détaillés de l'organisation et du projet.

3

## DEMANDES SOLICITÉES OU NON SOLICITÉES

- Certains donateurs n'acceptent que les demandes d'organisations qu'ils connaissent déjà ou avec lesquelles ils ont une relation. Il s'agit de demandes sollicitées, et le donneur précisera généralement si c'est le cas.
- Cependant, de nombreux donateurs acceptent également les demandes de tout demandeur qui répond à leurs critères d'admissibilité, que le donneur les connaisse déjà ou non. Il s'agit dans ce cas de candidatures spontanées.
- Il est important de vérifier si le donneur accepte les candidatures sollicitées ou non sollicitées, car cela permettra d'économiser beaucoup de temps et de frustration à long terme.



## **SOUMETTRE UNE DEMANDE**

- Cela se fait généralement par voie électronique, soit par l'intermédiaire d'un site Web, soit en envoyant le formulaire de demande rempli par courriel, au donneur.
- Parfois, les donneurs demandent la soumission d'un formulaire ou fichier. Dans ce cas, les demandeurs doivent imprimer le formulaire de demande et l'envoyer par la poste à l'adresse du donneur.
- Bien que cela puisse sembler évident, vérifiez que le donneur accepte toujours les demandes et qu'aucune date limite n'a été publiée, afin d'éviter toute déception.
- Dans la plupart des cas, un courriel de confirmation ou un accusé de réception sera envoyé aux candidats, avec un calendrier pour la date à laquelle ils doivent s'attendre à recevoir une décision sur le résultat. Les temps d'attente varient considérablement d'un donneur à l'autre.



## **VISITE DU DONATEUR/INVITATION À UNE RENCONTRE OU UN ENTRETIEN**

- Certains donneurs aiment rendre visite aux candidats présélectionnés afin qu'ils puissent voir le travail réalisé et parler en personne avec le demandeur.
- D'autres donneurs invitent les candidats présélectionnés à un entretien plus formelle au cours duquel les éléments du projet tels que budget, échéancier et jalons, et les rapports d'impact sont discutés plus en détail.
- Il est important de noter que ce ne sont pas tous les donneurs qui incluent cette étape dans leur processus de demande. Beaucoup attribuent le financement en se basant uniquement sur le formulaire de demande.



## **RÉSULTAT DE LA DEMANDE**

- Les candidats retenus seront informés de l'issue positive de leur demande.
- Certains donneurs informent les demandeurs non retenus que leur demande a été rejetée, tandis que d'autres n'ont pas de processus d'information officiel pour les demandes non retenues.
- On peut supposer sans risque de se tromper que si un temps d'attente important a dépassé le délai indiqué par le donneur, la demande n'a pas été retenue.



## **CONVENTION DE SUBVENTION**

- Les candidats retenus recevront un accord de subvention formel de la part du donneur.
- Les accords de subvention comprendront des critères clés que le bénéficiaire du financement devra respecter tout au long de cette période de financement, tels que la façon de rendre compte des résultats du projet et d'informer le grand public sur la manière dont le projet a été financé.
- Il est essentiel que l'accord de subvention soit signé et respecté, car cela est crucial pour les responsabilités du bénéficiaire dans sa gestion de la subvention et favorisera une relation de travail positive.

# CADRE DE DEMANDE DE SUBVENTION

Lorsqu'il s'agit d'obtenir un financement pour votre Fédération, une proposition de subvention habilement conçue est importante. Compte tenu du temps et de l'énergie consacrés aux demandes de subvention, les conseils et le modèle de proposition de subvention ci-dessous visent à vous aider à élaborer une proposition mettant toutes les chances de votre côté pour votre prochaine soumission.

## LES MEILLEURS CONSEILS POUR REDIGER UNE DEMANDE DE SUBVENTION CONVAINCANTE

- 1 Faire des recherches sur votre donneur :** Apprenez à connaître leurs priorités afin de pouvoir adapter votre demande en conséquence. En examinant leurs valeurs et leurs priorités, vous pouvez augmenter vos chances de succès en les incluant dans votre dossier de demande (le cas échéant). Les donateurs identifieront les demandes qui ne sont pas suffisamment personnalisées. Si votre demande n'est pas adaptée à ce que le donneur recherche, celui-ci n'en sera que peu ou pas incité à envisager d'aider au financement de votre organisation.
- 2 Personnaliser votre demande pour chaque subvention :** Adaptez votre demande de subvention pour qu'elle corresponde aux exigences et aux préférences spécifiques de chaque opportunité de financement. Mettez l'accent sur la façon dont votre projet s'aligne sur la mission et les priorités du donneur.
- 3 Cohérence :** Veillez à ce que la mise en forme, le style et le ton soient cohérents dans l'ensemble de la proposition. Utilisez des titres, des sous-titres et des points puces pour améliorer la lisibilité et rendre les informations clés facilement accessibles.
- 4 Rédaction succincte :** Faites en sorte que la proposition soit aussi courte et précise que possible. Les donateurs reçoivent d'innombrables demandes et, dans le cadre d'une proposition trop longue et trop compliquée, les points clés peuvent être dilués.
- 5 Inclure des informations convaincantes :** Ajoutez des données et des éléments tangibles et des preuves pour soutenir votre cas et mettre en évidence le besoin urgent de votre projet. Assurez-vous que les faits et les chiffres inclus sont à jour et exacts.
- 6 Éviter un langage trop technique :** Ne présumez pas que l'évaluateur a une connaissance préalable de votre contexte, évitez donc le jargon et les abréviations, ou fournissez des explications.
- 7 Relecture et Vérification :** Les erreurs dans une demande de subvention peuvent vous coûter des fonds. Vérifiez donc chaque détail et assurez-vous d'avoir inclus toutes les informations demandées. La relecture de la proposition par un collègue peut vous aider à détecter les erreurs avant de la soumettre.
- 8 Inclure des documents justificatifs :** Joignez des documents justificatifs pertinents, tels que des états financiers ou des lettres de soutien et de recommandation, afin de donner plus de crédibilité et de contexte à votre proposition. Vous pouvez également utiliser des hyperliens vers des documents en ligne pertinents pour fournir des informations supplémentaires.
- 9 Examiner et mettre régulièrement à jour votre proposition de modèle :** Réexaminez et mettez à jour périodiquement votre modèle de proposition de subvention pour refléter tout changement dans votre organisation, vos programmes ou vos objectifs.

# MODÈLE DE DEMANDE DE SUBVENTION

IL EST IMPORTANT DE LIRE ATTENTIVEMENT LES EXIGENCES DE CHAQUE APPEL À CANDIDATURE.  
CEPENDANT, LES SUBVENTIONS NÉCESSITENT GÉNÉRALEMENT LES INFORMATIONS SUIVANTES :

1

## LETTER DE MOTIVATION

- > Une brève introduction expliquant l'objet de la demande, le montant du financement demandé et le résultat prévu.
- > Exprimer sa gratitude au donateur pour sa considération et fournir les coordonnées des personnes-ressources pour le suivi.

2

## RÉSUMÉ

- > Un aperçu concis du projet ou de l'initiative, y compris :
  - L'objectif ou la finalité, l'impact spécifique qu'il vise à avoir sur le rugby, les communautés et d'autres domaines pertinents, le budget total et le montant demandé, et une brève description de la manière dont les fonds seront utilisés.

3

## ÉNONCÉ DU BESOIN

- > Décrivez clairement le problème ou le besoin auquel la subvention répondra.
  - Utiliser des données et des preuves pertinentes à l'appui de la nécessité du financement et utiliser la recherche pour démontrer l'impact du problème.
- > Description du projet :
  - Définissez des objectifs « SMART » (spécifiques, mesurables, atteignables, pertinents et temporels) pour le projet.
  - Détaillez les étapes et les activités impliquées dans l'exécution du projet.
  - Fournissez un calendrier clair pour le projet, en indiquant les étapes clés et les échéances.
  - Définissez qui bénéficiera du projet.
  - Expliquez l'impact attendu et comment le succès du projet sera mesuré.

4

## BUDGET

- > Fournissez un budget détaillé, détaillant comment les fonds de la subvention demandée seront dépensés.
  - Incluez les fonds de contrepartie ou le soutien en nature, le cas échéant, et expliquez comment le projet sera financièrement viable au-delà de la subvention.
  - Assurez-vous que le budget correspond aux objectifs et aux activités décrits dans la demande.



# MODÈLE DE DEMANDE DE SUBVENTION

5

## PARTENAIRES

**> Mettez en évidence les partenaires ou parties prenantes clés impliqués dans le projet.**

- Montrez comment ces partenariats amélioreront les résultats du projet et fourniront des ressources ou une expertise supplémentaires.

6

## SUIVI ET ÉVALUATION

**> Décrivez comment le succès du projet sera suivi et mesuré.**

- Fournissez des indicateurs de performance clés (KPI) ou des mesures qui seront utilisés pour évaluer si les objectifs ont été atteints.
- Mentionnez toutes les méthodes d'évaluation, telles que enquêtes, entretiens ou rapports, qui doivent être utilisées pour recueillir des commentaires et mesurer l'impact.

7

## DURABILITÉ

**> Expliquez comment le projet continuera à bénéficier à la communauté du rugby à long terme, une fois la subvention dépensée.**

- Discutez des stratégies de financement continu, de partenariats ou d'autres sources de revenus qui assureront le succès et la durabilité du projet.



- 1 ADAPTÉE AU DONATEUR
- 2 RÉPOND CLAIREMENT À CHAQUE QUESTION
- 3 COHÉRENCE EN INTERNE
- 4 BIEN ÉCRITE ET CONCISE
- 5 BUDGET SIMPLE ET CLAIREMENT DÉFINIT

## 10 SIGNAUX POSITIFS

POUR LES DONATEURS DANS VOTRE DEMANDE DE SUBVENTION

- 6 PREUVES TANGIBLES DU BESOIN
- 7 CONCEPTION RÉFLÉCHIE DU PROGRAMME
- 8 DÉMONTRE VOTRE CAPACITÉ À RÉALISER CE QUE VOUS PROPOSEZ
- 9 PREUVE ÉVIDENTE DE L'APPUI DES INTERVENANTS
- 10 DES RÉSULTATS DE PROJET RÉALISTES, PERCUTANTS ET MESURABLES

- 1 SOUMISSION INCOMPLÈTE OU TARDIVE
- 2 DEMANDE NON PERSONNALISÉE (OU ALIGNÉE) PAR RAPPORT AU DONATEUR
- 3 DEMANDE TROP AMBITIEUSE
- 4 MANQUE DE STRUCTURE ET FAIBLE PRÉSENTATION

## 10 SIGNAUX D'ALARME

POUR LES DONATEURS CONCERNANT VOTRE DEMANDE DE SUBVENTION

- 5 ÉNONCÉ INSUFFISANT DU PROBLÈME
- 6 BUDGET MAL DÉFINI
- 7 CAPACITÉ ORGANISATIONNELLE INSUFFISANTE
- 8 SUIVI ET ÉVALUATION INADÉQUATS
- 9 MANQUE DE TRANSPARENCE FINANCIÈRE
- 10 FAIBLE COLLABORATION

# EXEMPLE DE MODÈLE DE PROJECTION BUDGÉTAIRE ET FINANCIÈRE

# MODÈLE DE PROJECTION BUDGÉTAIRE ET FINANCIÈRE



# DÉMONTRER L'IMPACT

WORLD RUGBY  
**Impact Beyond**  
2025

# MESURE ET ÉVALUATION DE L'IMPACT

Dans le paysage concurrentiel actuel en ce qui concerne la collecte de fonds, la capacité de démontrer des résultats tangibles est essentielle pour obtenir un soutien continu. Pour les Fédérations de rugby, cela signifie aller au-delà du nombre de pratiquants et des résultats des matchs pour mettre en évidence efficacement les impacts sociaux, culturels, environnementaux et économiques plus larges de vos programmes. Les donateurs ont besoin de preuves solides, vérifiables et authentiques qui mettent en évidence l'impact de votre travail.

Ce guide est conçu pour vous permettre de mesurer, d'évaluer et de communiquer les résultats de vos initiatives, avec confiance et clarté. En alignant vos programmes sur des objectifs mesurables, vous pouvez montrer aux donateurs et aux parties prenantes potentiels la différence transformatrice que leurs contributions font, sur et en dehors du terrain.

## QU'EST-CE QUE LA NOTION SPORT POUR LE BIEN POUR DE BON ?

La notion Sport pour le bien pour de bon (Sport for Good) traduit l'idée que le sport peut être un outil rentable et efficace pour susciter des changements sociaux positifs. Cela signifie qu'en dehors de la compétition et de la performance athlétique, le rugby peut :

**Rassembler** des personnes de tous les horizons, indépendamment de l'origine ethnique, du sexe, de l'orientation sexuelle, des croyances religieuses, du statut socio-économique, etc.

**Enseigner** des compétences de vie précieuses, telles que le leadership, le respect, le travail d'équipe, l'inclusion, la résilience, la résolution de problèmes, la discipline, l'adaptabilité, la sensibilisation culturelle, la confiance, etc.

**Améliorer** la santé et le bien-être des participantes et des participants en encourageant des activités et des comportements sains et actifs.

**Agir** en tant que plateforme pour relever les défis sociaux, tels que les inégalités, l'exclusion, les disparités en matière d'opportunités, entre autres.

En effet, jouer au rugby ne consiste pas seulement dans votre Fédération à obtenir des résultats sur le terrain... La pratique du rugby peut également faire une différence significative dans la vie des individus et des communautés.



# POURQUOI EST-IL IMPORTANT POUR VOTRE FÉDÉRATION DE RUGBY DE MESURER L'IMPACT ?

**DES RÉSULTATS TANGIBLES**



Mesurer l'impact vous permet de prouver que vos programmes apportent des avantages réels et mesurables, renforcent la crédibilité et renforcent l'impact sociétal plus large du rugby.

 **REFORCER LA CONFIANCE  
DES PARTIES PRENANTES**



Des évaluations d'impact produisent des données probantes et présentent les résultats pour les donateurs et les partenaires, renforçant ainsi leur confiance dans le travail de votre Fédération.

 **MESURER LE SUCCÈS**



Des données probantes permettent d'attirer et de retenir plus facilement les donateurs et les partenaires.

**METTRE EN ÉVIDENCE  
LES RÉSULTATS RÉELS**



Utiliser des statistiques avec des narratifs personnels (par exemple, des interviews, des témoignages, des visuels et des images, etc. – voir le Guide pour le narratif) pour montrer comment vos programmes transforment des vies.

 **IDENTIFIER CE QUI FONCTIONNE**



La mesure des résultats aide votre Fédération à comprendre quelles initiatives sont les plus efficaces.

 **UTILISER LES DONNÉES POUR  
AMÉLIORER LES DÉCISIONS**



L'évaluation vous aide à affiner les programmes pour un plus grand impact et une utilisation efficace des ressources.

 **AMÉLIORER LA RÉPUTATION DU RUGBY**



Prouver que le rugby contribue au bien social renforce l'image et l'héritage du sport.



# LISTE DE CONTRÔLE POUR MESURER ET ÉVALUER L'IMPACT

## FIXER DES OBJECTIFS CLAIRS



## CRÉER UN PLAN D'ACTION



## CHOISIR DES INDICATEURS DE PERFORMANCE CLÉS (KPI)



## CONFIGURER LA COLLECTE DES DONNÉES



## ANALYSER LES DONNÉES ET RENDRE COMPTE DES RÉSULTATS



## PARTAGER L'IMPACT AVEC LES PARTIES PRENANTES



## RÉVISER, AMÉLIORER ET METTRE À JOUR



## ÊTRE TRANSPARENT ET RESPONSABLE



Se concentrer sur les résultats clés alignés sur la mission de votre Fédération et fixer des objectifs à long terme pour montrer l'impact de votre programme.

Inclure les actions clés, les calendriers et les responsabilités, en incorporant des narratifs personnels ou des études de cas pour mettre en valeur l'impact. Demander l'avis des membres du comité directeur, des partenaires ou des donateurs afin d'affiner et de renforcer votre plan.

Choisir des indicateurs de performance clés simples et mesurables qui suivent les progrès et sont faciles à comprendre pour les parties prenantes.

Utiliser des outils simples tels que sondages, listes de présence ou entretiens avec des personnes qui sont des exemples ou modèles pour assurer la cohérence, et planifier une collecte de données régulière (par exemple, mensuelle ou trimestrielle). Désigner du personnel formé pour gérer les données de manière sécurisée et privée.

Examiner les données pour identifier les tendances et mesurer les progrès, en utilisant des narratifs ou récits et des commentaires pour expliquer les résultats. Créer des rapports clairs et personnalisés à l'aide de tableaux ou de graphiques simples pour différents publics tels que les donateurs, le personnel et la communauté.

Collecter régulièrement des données qualitatives (histoires, témoignages, photos) et quantitatives pour démontrer l'impact de vos programmes, mettre en valeur le soutien des donateurs et informer la communauté pour instaurer la confiance.

Identifier les domaines à améliorer, recueillir des commentaires et ajuster les objectifs en conséquence. Réviser régulièrement votre plan de mesure de l'impact, actualiser les indicateurs de performance clés ou les méthodes de collecte de données, et prendre les leçons apprises en compte pour améliorer les rapports futurs.

Publier un rapport d'impact annuel pour partager les résultats avec le public et les parties prenantes et recueillir des commentaires pour s'assurer qu'il répond aux besoins des donateurs et des partenaires.