

Sitem : « Le fundraising est une affaire de personne, une affaire de relationnel » (Arnaud Marcilhacy)

Paris - Publié le mercredi 13 janvier 2016 à 11 h 00 - Actualité n° 59906 - Imprimé par ab. n° 25240

« On accuse souvent les Américains de penser en grand. Pourtant, dans une levée de fonds, il faut être ambitieux, sinon vous n'aurez rien », déclare William J. Conner, président de Conner and Associates, société basée Londres (Royaume-Uni) et Boston (États-Unis) et spécialisée dans le planning stratégique de campagne de fundraising, lors de l'atelier « Le Mécénat puissance 10 - Comment adapter les techniques de fundraising anglo-saxonnes à l'environnement français et solliciter de très grands donateurs » organisé dans le cadre du [Sitem](#) le 12/01/2016. « Il ne faut jamais oublier un donateur. Les bailleurs de fonds aiment la reconnaissance. Quand on a construit une relation, on a une idée de ce que le bailleur peut faire », ajoute-t-il.

« Le fundraising est une affaire de personne et de relationnel. Ce n'est pas simplement une relation d'entreprise. Les entreprises n'ont pas été créées pour financer les institutions culturelles et pallier le déficit budgétaire de l'État », conclut Arnaud Marcilhacy, associé gérant à Brakeley Associés.

« Il faut toujours entretenir les relations avec les donateurs » (William J. Conner)

- « Pour réussir une campagne de fundraising, trois acteurs sont essentiels : le directeur général, le "leader de communauté", celui qui présente le projet, et le responsable de développement.
- Il faut toujours entretenir les relations avec les donateurs, savoir dans quelle catégorie socio-professionnelle ils se trouvent, etc. Cela permet d'établir des campagnes efficaces et de solliciter les bonnes personnes.
- Plus vous avez des événements, plus vous organisez des rendez-vous spéciaux, plus vous aurez des donateurs.
- Les gens aiment s'impliquer dans un projet artistique. Cela véhicule de la magie.
 - Comment lever des fonds dans une culture qui n'est pas forcément prête ? Le plus important, c'est d'établir une relation.
- Aux États-Unis, les entreprises ont appris à engager les donateurs dans l'action. Au Royaume-Uni, c'est très différent. Les directeurs d'entreprises n'aiment pas du tout cela.
- Comment impliquer les gens dans un processus de don ? Il faut être proche de ces cinq engagements : il faut un cadre, être franc sur les objectifs, être à la dimension du prospect, être dynamique, proactif, opportuniste, être patient et persistant et enfin il ne faut jamais oublier l'étape suivante. Permettez aux gens de faire l'étape supplémentaire avec vous.
- Il ne faut jamais oublier un donateur. Les bailleurs de fonds aiment la reconnaissance.
 - Quand on a construit une relation, on a une idée de ce que le bailleur peut faire.
 - On accuse souvent les Américains de penser en grand. Pourtant, dans une levée de fonds, il faut être ambitieux, sinon vous n'aurez rien. »

William J. Conner, président de Conner and Associates

Sitem



• **Salon des musées, des lieux de culture et de tourisme organisé par Museumexperts**

- À destination des professionnels des musées (58,90 %), des professionnels du patrimoine (5,14 %) et des archives, médiathèques et bibliothèques (4,93 %)
- **20^e édition du 12 au 14/01/2016 aux Docks, Cité de la Mode et du Design**
- **Fréquentation 2016** : 2 496 visiteurs, 150 exposants
- 19^e édition du 03 au 05/02/2015 au Carroussel du Louvre à Paris
- Propose des ateliers, des conférences et des conférences-chantiers
- **Président** : Jean François Grunfeld
- **Commissaire du salon SimeSitem** : Ondine Prouvost
- **Tél** : 01 42 68 15 68

Sitem

18 rue de la Michodière
75002 Paris - FRANCE

