

SYLLABUS TL-FIN-04

STRATÉGIE DE LEVÉE DE FONDS POUR OBNL / ONG / FONDATIONS

Toudeh Learning Lab

INFORMATIONS GÉNÉRALES

Dernière MAJ	20 Avril 2026
Code du cours	TL-FIN-04
Titre	Stratégie de levée de fonds pour OBNL / ONG / Fondations
Pôle	Financement & Subventions
Niveau	Intermédiaire
Durée	2 jours (14 heures)
Format	Atelier présentiel / En ligne
Langue	Français
Attestation	Certificat de réussite

DESCRIPTION DU COURS

La levée de fonds est un art stratégique qui va bien au-delà de la simple sollicitation de dons. Pour les OBNL, ONG et fondations, développer une stratégie de financement diversifiée, durable et alignée sur la mission organisationnelle est une condition essentielle à la pérennité et à l'impact. Ce cours intensif de deux jours accompagne les dirigeants et responsables de développement des organisations à but non lucratif dans la conception et la mise en œuvre d'une stratégie de levée de fonds complète : identification et segmentation des donateurs, campagnes de financement participatif, engagement et fidélisation des donateurs, développement de partenariats corporatifs et construction d'un plan de levée de fonds opérationnel sur 12 mois. À l'issue de la formation, chaque participant repart avec un plan de levée de fonds personnalisé, prêt à être déployé dans son organisation.

OBJECTIFS D'APPRENTISSAGE

À la fin de cette formation, les participants seront en mesure de :

- Comprendre les fondements d'une stratégie de levée de fonds efficace et durable
- Identifier et segmenter les différents profils de donateurs et de contributeurs
- Diversifier les sources de revenus de leur organisation
- Concevoir et déployer une campagne de financement participatif (crowdfunding)

- Développer des stratégies d'engagement et de fidélisation des donateurs (stewardship)
- Bâtir des partenariats corporatifs stratégiques et mutuellement bénéfiques
- Construire un plan de levée de fonds opérationnel sur 12 mois
- Mesurer l'efficacité de leurs actions de collecte de fonds

PRÉREQUIS

Il est recommandé :

- D'occuper un rôle de direction, de développement ou de coordination dans un OBNL, une ONG ou une fondation
- D'avoir une connaissance de base de l'écosystème du financement canadien
- Il est utile (mais non obligatoire) d'avoir complété **TL-FIN-01** et **TL-FIN-02**

PUBLIC CIBLE

Ce cours s'adresse à :

- Directeurs généraux et directeurs exécutifs d'OBNL, ONG et fondations
- Responsables de développement et agents de financement
- Coordonnateurs de programmes et chargés de projets
- Membres de conseils d'administration impliqués dans le financement
- Responsables des communications et des relations avec les donateurs
- Tout professionnel du secteur à but non lucratif souhaitant structurer sa stratégie de collecte

CONTENU DU COURS

JOUR 1 : Fondements stratégiques et diversification des revenus

Module 1 : Comprendre l'écosystème de la levée de fonds pour OBNL (1h)

- Qu'est-ce que la levée de fonds stratégique ?
- Différence entre collecte de fonds ponctuelle et stratégie de financement durable
- L'écosystème du financement philanthropique au Canada :
 - Fondations privées et publiques

- Donateurs individuels et grands donateurs
- Entreprises et partenaires corporatifs
- Gouvernements et programmes de subventions
- Communautés et financement participatif
- Les tendances actuelles en philanthropie canadienne
- Les défis spécifiques des OBNL francophones en situation minoritaire
- Tour de table : présentation des organisations et défis de financement des participants

Module 2 : Diagnostic de la situation de financement de l'organisation (1h)

- Audit de la situation de financement actuelle :
 - Cartographie des sources de revenus existantes
 - Analyse de la concentration et des risques de financement
 - Identification des lacunes et opportunités
- Outil : **Matrice de diversification des revenus**

Source de revenus	Revenus actuels	Potentiel	Priorité
Subventions gouvernementales			
Fondations philanthropiques			
Donateurs individuels			
Partenariats corporatifs			
Financement participatif			
Revenus autonomes			
Autres			

- Fixation des objectifs de levée de fonds :
 - Objectifs financiers à court, moyen et long terme
 - Objectifs de diversification des sources
 - Objectifs de développement de la base de donateurs
- **Atelier : diagnostic de financement de son organisation**

Module 3 : Identifier et segmenter ses donateurs (1h30)

A - La pyramide des donateurs

- ▲ Grands donateurs
- ▲ ▲ Donateurs réguliers
- ▲ ▲ ▲ Donateurs occasionnels
- ▲ ▲ ▲ ▲ Nouveaux donateurs
- ▲ ▲ ▲ ▲ ▲ Prospects et sympathisants

B - Profils et segments de donateurs

Segment	Profil	Approche recommandée
Grands donateurs	Capacité de don élevée, relation personnalisée	Sollicitation individuelle, reconnaissance
Donateurs réguliers	Dons récurrents mensuels ou annuels	Programme de fidélisation, avantages exclusifs
Donateurs occasionnels	Dons ponctuels liés à des campagnes	Campagnes thématiques, relances ciblées
Donateurs corporatifs	Entreprises et fondations d'entreprise	Proposition de partenariat, visibilité
Donateurs communautaires	Membres de la communauté cible	Événements, campagnes participatives

C - Construire sa base de données de donateurs

- Outils de gestion de la relation donateur (CRM) : Salesforce, Bloomerang, DonorPerfect
- Collecte et organisation des données donateurs
- Indicateurs clés de gestion de la base de donateurs :
 - Taux de rétention des donateurs
 - Valeur vie donateur (Donor Lifetime Value)
 - Taux de conversion prospect-donateur
- **Atelier : cartographie et segmentation de sa base de donateurs**

Module 4 : Diversification des revenus : stratégies et outils (1h30)

A - Les programmes de dons récurrents

- Avantages des dons mensuels pour la stabilité financière
- Conception d'un programme de dons mensuels
- Techniques de conversion des donateurs ponctuels en donateurs récurrents
- Exemples : Club des membres, Programme des Ambassadeurs

B - Les legs et planification successorale

- Introduction aux dons planifiés et aux legs testamentaires
- Comment intégrer les legs dans la stratégie de financement
- Approche éthique et sensible de la sollicitation des legs
- Le contexte légal des legs au Canada

C - Les revenus autonomes

- Développement d'activités génératrices de revenus compatibles avec la mission
- Exemples : formations, événements, vente de publications, services-conseils
- Équilibre entre revenus autonomes et mission organisationnelle
- Considérations fiscales des revenus commerciaux pour les OBNL au Canada

D - Les événements de collecte de fonds

- Types d'événements : galas, tournois, ventes aux enchères, événements virtuels
- Planification et budget d'un événement de collecte de fonds
- Maximisation du ROI des événements
- **Atelier : identification de 3 nouvelles sources de revenus pour son organisation**

Synthèse de la journée 1 (30 min)

- Révision des apprentissages de la journée
- Questions et réponses
- Travail à compléter en soirée :
 - Finalisation du diagnostic de financement
 - Ébauche de la segmentation des donateurs

JOUR 2 : Campagnes, partenariats corporatifs et plan de levée de fonds

Module 5 : Financement participatif (Crowdfunding) (1h30)

A - Comprendre le financement participatif

- Qu'est-ce que le crowdfunding et comment fonctionne-t-il ?
- Types de financement participatif :

Type	Description	Exemples de plateformes
Don	Contributions sans contrepartie financière	GoFundMe, Donorbox, Zeffy
Récompense	Contributions en échange de contreparties	Kickstarter, Indiegogo
Prêt participatif	Prêts remboursables à la communauté	Mainvest, Kiva
Investissement	Prise de participation dans l'organisation	Frontfundr (Canada)

- Le financement participatif dans le contexte des OBNL canadiens
- Plateformes recommandées pour les OBNL francophones :
 - **Zeffy** (sans frais de plateforme — idéal OBNL)
 - **Donorbox**
 - **CanadaHelps**
 - **GoFundMe Charity**

B - Concevoir une campagne de crowdfunding réussie

Étapes d'une campagne de crowdfunding efficace :

1. **Définir l'objectif** : Montant cible, durée, projet financé
2. **Raconter l'histoire** : Storytelling émotionnel et authentique
3. **Préparer les contreparties** : Ce que les contributeurs reçoivent en retour
4. **Mobiliser le réseau** : Activation des ambassadeurs et relais communautaires
5. **Lancer et animer** : Mises à jour régulières, relances, remerciements
6. **Clôturer et rendre compte** : Rapport aux contributeurs, impact démontré
 - Rédaction d'une page de campagne convaincante
 - Stratégie de communication et de promotion de la campagne
 - Gestion des contributeurs pendant et après la campagne
 - **Atelier : conception d'une campagne de crowdfunding pour son organisation**

Module 6 Engagement et fidélisation des donateurs (Stewardship) (1h15)

A - Pourquoi le stewardship est-il stratégique ?

- Coût d'acquisition vs coût de rétention d'un donateur
- L'impact de la fidélisation sur la croissance des revenus
- La relation donateur comme actif organisationnel stratégique

B - Le cycle de la relation donateur

IDENTIFICATION → CULTIVATION → SOLlicitation → REMERCIEMENT → FIDÉLISATION → RESOLlicitation

C - Stratégies de stewardship

Action	Fréquence	Objectif
Lettre de remerciement personnalisée	Immédiatement après le don	Reconnaissance et récépissé fiscal
Rapport d'impact annuel	1 fois par an	Démonstration des résultats
Bulletin d'information	Mensuel ou trimestriel	Maintien du lien et engagement
Appel téléphonique de remerciement	Après chaque don majeur	Relation personnalisée
Invitation aux événements	Selon calendrier	Sentiment d'appartenance
Reconnaissance publique	Selon accord du donateur	Valorisation et visibilité

D - Outils numériques de stewardship

- Automatisation des communications avec les donateurs
- Segmentation et personnalisation des messages
- Tableaux de bord de suivi de la relation donateur
- **Atelier : conception du programme de stewardship de son organisation**

Module 7 : Développement de partenariats corporatifs (1h15)

A - Comprendre la philanthropie corporative au Canada

- Motivations des entreprises à soutenir les OBNL :
 - Responsabilité sociale des entreprises (RSE)
 - Visibilité et image de marque
 - Engagement des employés

- Avantages fiscaux
- Alignement avec les valeurs corporatives
- Types de partenariats corporatifs :

Type	Description
Don monétaire	Contribution financière directe
Don en nature	Services, produits, équipements
Commandite	Financement en échange de visibilité
Mécénat de compétences	Expertise des employés mis à disposition
Partenariat stratégique	Collaboration à long terme sur des initiatives communes
Marketing de cause	Association de la marque à la cause

B : Identifier et approcher les partenaires corporatifs

- Critères de sélection des partenaires corporatifs potentiels :
 - Alignement des valeurs
 - Proximité géographique ou sectorielle
 - Capacité financière
 - Programmes RSE existants
- Comment rechercher les bons partenaires :
 - Répertoires d'entreprises (Chambre de commerce, BDC)
 - Rapports RSE des entreprises
 - Réseau et recommandations
- Stratégie d'approche et de sollicitation :
 - Premier contact et accroche
 - Proposition de valeur pour l'entreprise
 - Réunion de présentation

C - Construire une proposition de partenariat corporatif convaincante

Structure d'une proposition de partenariat :

1. Présentation de l'organisation et de sa mission
2. Description du projet ou du programme à financer
3. Impact attendu et bénéfices pour la communauté

4. Ce que le partenariat offre à l'entreprise (visibilité, engagement)
 5. Niveaux de partenariat et contreparties associées
 6. Modalités financières et durée du partenariat
 7. Prochaines étapes et contacts
- **Atelier : rédaction d'une proposition de partenariat corporatif**

Module 8 : Construire son plan de levée de fonds sur 12 mois (1h)

A - Structure du plan de levée de fonds

Section	Contenu
Objectifs financiers	Montant cible global et par source
Calendrier des actions	Campagnes, événements, sollicitations planifiées
Responsabilités	Qui fait quoi et quand
Budget de la levée de fonds	Coûts des actions de collecte
Indicateurs de suivi	KPI de performance de la levée de fonds
Plan de communication	Messages clés, canaux, fréquence

B - Indicateurs clés de performance (KPI) de la levée de fonds

KPI	Description
Taux de rétention des donateurs	% de donateurs qui renouvellent leur don
Don moyen par donateur	Montant moyen par contribution
Coût par dollar collecté	Efficience des actions de collecte
Taux de conversion	% de prospects convertis en donateurs
Croissance de la base de donateurs	Évolution du nombre de donateurs actifs
ROI des campagnes	Revenus générés vs coûts engagés

- **Atelier intégrateur : construction du plan de levée de fonds sur 12 mois**

Module 9 : Atelier intégrateur final (1h)

Chaque participant présente son plan de levée de fonds complet

Éléments du livrable final :

- Diagnostic de financement de l'organisation
- Cartographie et segmentation des donateurs
- Stratégie de diversification des revenus
- Plan de campagne de crowdfunding
- Programme de stewardship
- Proposition de partenariat corporatif
- Plan de levée de fonds sur 12 mois avec KPI
- Présentation de 5 à 7 minutes par participant
- Rétroaction structurée du formateur et du groupe
- Identification des priorités d'action pour les 90 prochains jours

Clôture et synthèse (30 min)

- Révision des apprentissages clés des deux journées
- Les 10 erreurs à éviter en levée de fonds
- Ressources complémentaires recommandées
- Questions et réponses

APPROCHE PÉDAGOGIQUE

Méthode	Description
Exposés magistraux	Présentation des concepts et stratégies de collecte
Ateliers pratiques	Construction des outils directement applicables
Études de cas	Analyse de campagnes et stratégies réelles anonymisées
Révisions croisées	Rétroaction entre participants
Atelier intégrateur	Présentation et défense du plan de levée de fonds

Cette formation s'appuie sur la méthodologie **Design Thinking** : chaque session combine apports théoriques, études de cas réels, ateliers pratiques et réflexion collective pour ancrer les apprentissages dans la réalité professionnelle des participants.

OUTILS ET RESSOURCES

Les participants recevront :

- Cartable de formation complet (PDF)
- Gabarit de plan de levée de fonds sur 12 mois (Excel)
- Matrice de diversification des revenus
- Gabarit de cartographie et segmentation des donateurs
- Gabarit de proposition de partenariat corporatif
- Guide de conception d'une campagne de crowdfunding
- Modèles de lettres de remerciement et de communication donateurs
- Tableau de bord de suivi des KPI de levée de fonds
- Check-list du plan de levée de fonds
- Accès aux ressources post-formation sur **Toudeh Learning Lab**

ÉVALUATION ET CERTIFICATION

Élément	Description	Pondération
Participation active	Engagement et contributions aux ateliers	15%
Diagnostic de financement	Analyse complète et structurée	20%
Proposition de partenariat	Document professionnel et convaincant	25%
Plan de levée de fonds	Plan opérationnel sur 12 mois complet	40%

Seuil de réussite : 70%

Un **Certificat de réussite Toudeh Learning Lab** est remis aux participants ayant atteint le seuil de réussite.

MODALITÉS D'INSCRIPTION

Taille du groupe	8 à 20 participants
Format disponible	Atelier présentiel / En ligne / Sur mesure en entreprise
Lieu	Montréal, Ottawa, Toronto (Canada) ou en ligne via Zoom/Teams
Tarif individuel	Sur demande
Tarif groupe	Tarification préférentielle disponible
Date prochaine session	À confirmer, Voir calendrier Toudeh Learning Lab



NOUS CONTACTER

Courriel : formations@toudeh.com

Site web : www.toudeh-pmo.com/learninglab

POLITIQUE D'ANNULATION

- Annulation **14 jours avant** la formation : remboursement complet
- Annulation **7 à 13 jours avant** : crédit applicable à une session future
- Annulation **moins de 7 jours avant** : aucun remboursement

© 2026 Toudeh Learning Lab | Toudeh Études & Projets | Groupe Toudeh

Document sujet à modification www.toudeh-pmo.com/learninglab