



L'émergence du fundraising dans les Grandes Ecoles en France

Enquête CGE 2017* sur le fundraising dans les Grandes Ecoles

*Enquête réalisée sur la collecte de 2015

Plan

Synthèse	3
1 Présentation de l'enquête	7
1.1 Les établissements ayant participé à l'enquête	7
1.2 Les établissements ayant collecté en 2015	7
1.3 Des établissements de taille limitée et une activité récente	8
2 La Collecte de fonds	9
2.1 La Collecte 2015	9
2.2. Les promesses de dons obtenus en 2015 pour 2016 et au-delà	11
2.3. Comparaison avec la collecte 2010-2014	12
2.4 La stratégie de collecte	12
2.5 Les donateurs	13
2.6 Les chaires d'entreprise sur la période 2010-2015	14
2.7 Campagnes pluriannuelles	14
2.8 Utilisation des fonds collectés	15
3 Les équipes de fundraising et le coût de collecte	16
3.1 Le responsable du fundraising	16
3.2 Les équipes de fundraising	16
3.3 Le coût de collecte	17
4 Les Etablissements et leur démarche de fundraising	18
4.1 Auto-évaluation des établissements sur leur maturité en termes de fundraising	18
4.2 Les priorités des établissements pour le développement de leur collecte	19
5 Les intentions des établissements n'ayant pas collecté	20
Annexe	22

Synthèse

Un fundraising toujours en émergence

Dans le cadre de ses réflexions sur le modèle économique des grandes écoles, la Conférence des Grandes Ecoles (CGE) a renouvelé l'enquête sur le fundraising qu'elle avait effectuée au sein de ses membres sur la collecte 2013.

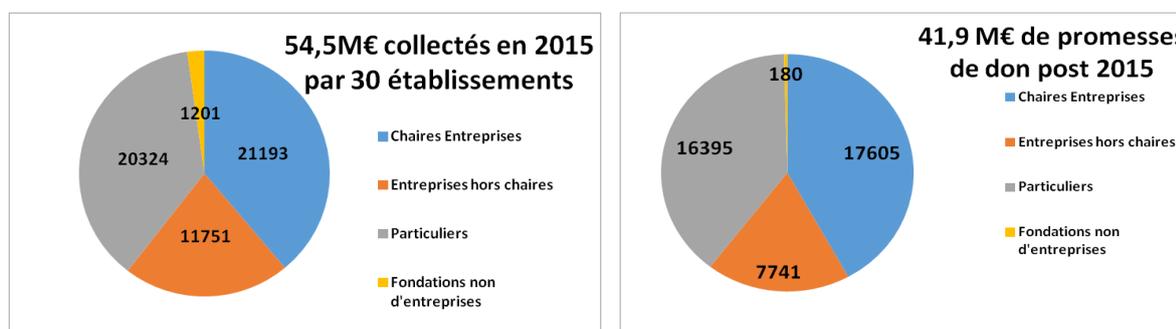
49 établissements ont participé à l'enquête sur la collecte 2015 :

- 30 ayant collecté et 19 n'ayant pas collecté. Seuls 13 des 30 établissements ayant collecté avaient participé à l'enquête précédente rendant toute comparaison difficile ;
- 25 sous statut public et 24 sous statut privé ;
- 34 écoles d'ingénieur 11 écoles de management/commerce et 4 autres formations.

Globalement, cette enquête, confirme les tendances observées lors de l'enquête précédente d'un fundraising en émergence, avec quelques établissements s'y engageant avec détermination et professionnalisme, et de nombreux autres qui sont encore dans une démarche soit de démarrage, soit d'essai.

Globalement, les 30 établissements ont reçus 54,5M€ en 2015 au titre du mécénat¹, soit 4% de leur budget total, 13,7% de leur subvention publique, ce qui constitue un complément appréciable en période de contrainte budgétaire. S'ajoutent 41,9M€ de nouvelles promesses de don, obtenues en 2015 pour des versements après 2015.

La collecte des 13 établissements ayant participé aux deux enquêtes a progressé de 14% entre 2013 et 2015.

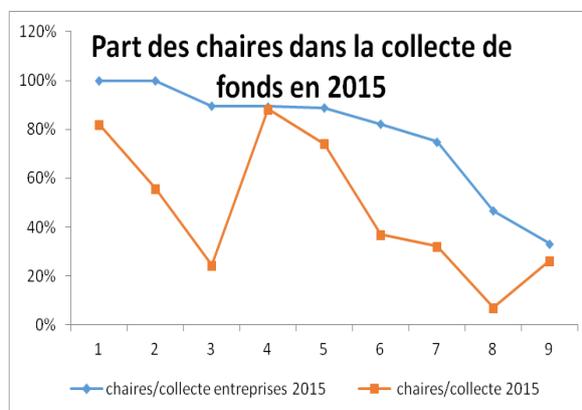
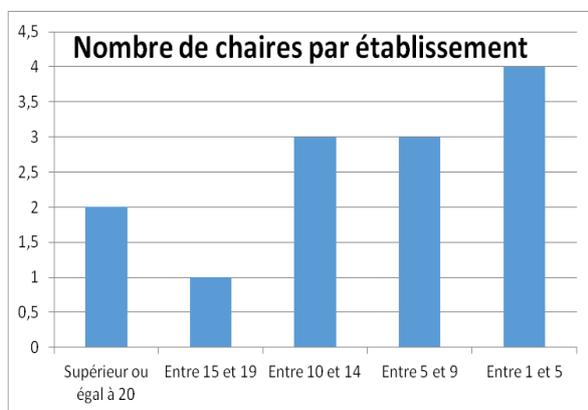


Le montant global de la collecte (54,5M€) se répartit comme suit :

- **37,5% provient des particuliers ;**
- **60,5% des entreprises (chaires entreprises et entreprises hors chaires), dont 38% de chaires ;**
- **les fondations non d'entreprises n'étant à l'origine que de 2% des dons.**

¹ Nota : toutes les ressources collectées ne transitent pas par le budget des établissements (bourses aux étudiants par exemple)

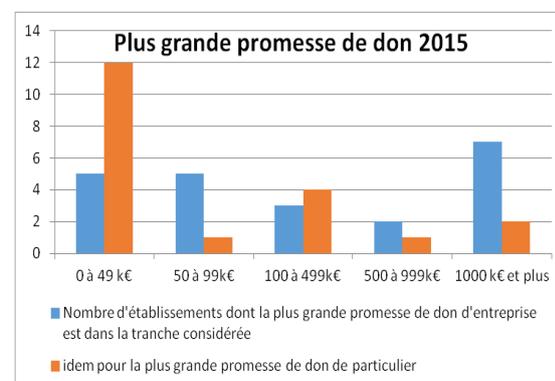
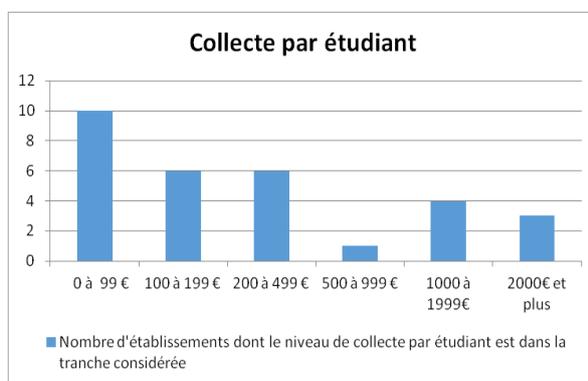
2/3 de la collecte auprès des entreprises, soit 21,2M€ provient d'environ 130 chaires d'entreprise. Dans les 15 établissements où elles sont concentrées, ces chaires représentent entre 33 et 100% de leur collecte auprès des entreprises et entre 7 et 88% de leur collecte de fonds globale. 6 établissements cumulent 100 chaires, avec plus de 10 chaires chacun.



Sans surprise, il existe **une très forte hétérogénéité** entre établissements.

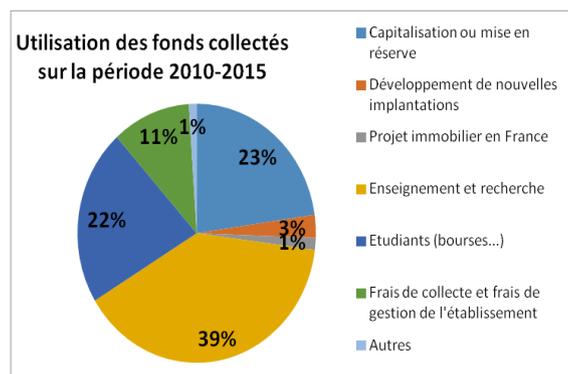
53 M€ sont collectés par 14 établissements. Les 16 autres se partagent les 1,5M€ restant, avec un impact qui peut rester appréciable, puisque l'un d'entre eux lève ainsi 15% de son budget de fonctionnement et 20% de sa subvention publique.

La collecte par étudiants, en moyenne de 770 euros, ou le montant des dons les plus élevés, donnent un aperçu de cette hétérogénéité indépendamment de la taille des établissements.



Globalement, la collecte au sein des établissements de la CGE est tirée par une augmentation du nombre d'établissements plus investis, qui s'observe par exemple à travers l'accroissement du nombre de campagnes pluriannuelles et de leurs objectifs, qui passe de 33,5M€ à 41,2M€ (+23%).

Les fonds collectés sur la période 2010 -2015 restent employés prioritairement au financement des activités d'enseignement, de recherche et de soutien des étudiants. On peut noter une montée en puissance progressive de capitalisation (*endowment*).

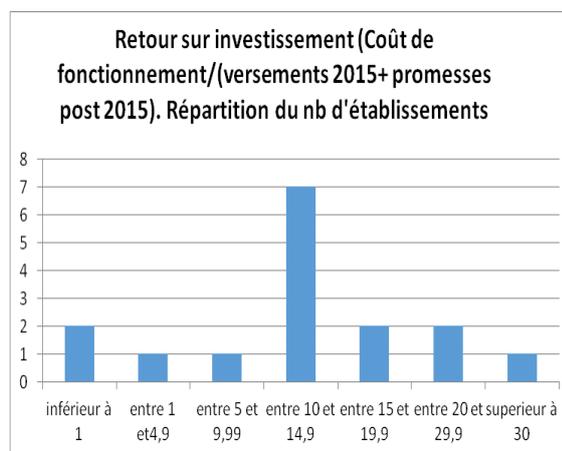
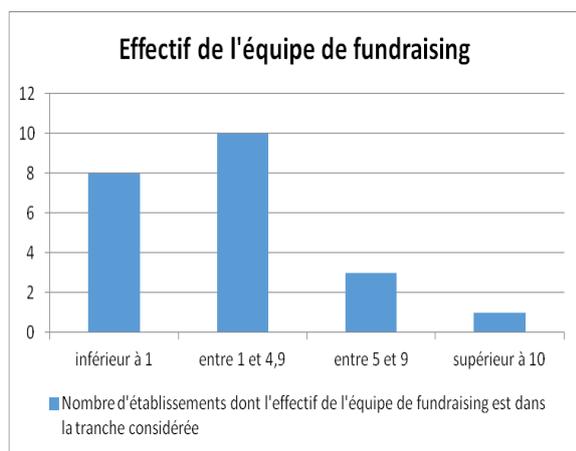


Un coût de collecte faible, lié à des équipes dédiées au fundraising réduites.

20 des 30 établissements seulement ont une équipe de fundraising. Ensemble, ils ne totalisent que 57 ETP. Il n'existe un responsable du fundraising à plein temps que dans 13 établissements (44,8%).

La collecte est ainsi parfois conduite, partiellement ou totalement, en dehors des cellules dédiées au fundraising, notamment au sein des cellules chargées des relations avec les anciens élèves ou avec les entreprises.

Ces faibles effectifs induisent un coût de collecte réduit, avec un retour sur investissement élevé (moyenne 13,6), ce qui est probablement aussi la preuve d'une capacité à collecter plus.



Les établissements sont conscients des améliorations qu'ils doivent apporter à leur démarche. Une de leurs préoccupations majeures est de développer l'affectio societatis des anciens élèves pour leur établissement et la culture du don pour l'enseignement supérieur. Pour une majorité, le premier objectif est de d'accroître les grands dons, d'entreprises ou de particuliers.

En conclusion, il faut surtout souligner que le fundraising est encore une activité toute récente pour les établissements : parmi les 30 établissements ayant collecté, seuls 4 s'y sont engagés avant 2008, et 9 ont moins de 3 ans d'expérience. 9 des 19 établissements n'ayant pas collecté annoncent leur intention se lancer en 2016 ou 2017.

C'est au regard de ce filtre majeur que doivent être examinés cette année encore les résultats de la collecte de fonds dans les établissements de la CGE. Il s'agit en effet d'une démarche qui s'inscrit d'abord dans le temps long :

- Temps long de l'acculturation au don pour l'enseignement supérieur en France ;
- Temps long de la construction de relations des établissements avec leurs alumni et les entreprises ;
- Temps long de l'appropriation par les établissements de cette méthode de financement ;
- Temps long de l'appropriation par les donateurs des enjeux des établissements ;
- Temps long de la montée en puissance et de la professionnalisation des équipes de fundraising.

1 Présentation de l'enquête

Dans le cadre de ses réflexions sur le modèle économique des grandes écoles, la Conférence des Grandes Ecoles (CGE) a renouvelé l'enquête sur le fundraising au sein de ses membres qu'elle avait effectuée sur la collecte 2013.

En 2013, 54 des 202 établissements de la CGE avaient répondu, mais 18 n'avaient effectué aucune collecte.

Portant sur la collecte 2015, la nouvelle enquête s'appuyait sur 2 questionnaires, suivant que les établissements avaient reçu ou non des versements en 2015.

1.1 Les établissements ayant participé à l'enquête

49 établissements ont participé à l'enquête sur la collecte 2015, 30 ayant collecté et 19 n'ayant pas collecté.

Leurs statuts et leurs spécialités se répartissent de la façon suivante :

Statut	Ayant collecté en 2015	N'ayant pas collecté en 2015	Total
EP (EPA, EPSCP,...)	13	6	19
EESC	2	/	2
Ecole interne	1	5	6
Association	10	6	16
Fondation	4	/	4
Autre statut privé	/	2	4
Total	30	19	49

Statut	Ayant collecté en 2015	N'ayant pas collecté en 2015	Total
Ingénieurs	22	12	34
Commerce	7	4	11
Autre	1 (Agronomie)	3 (Architecture)	4
Total	30	19	49

1.2 Les établissements ayant collecté en 2015

Seuls 13 des 30 établissements ayant collecté avaient participé à l'enquête 2013.

La collecte 2013 des 23 établissements ayant répondu au questionnaire de 2013 mais pas à celui pour 2015 représentait 10,6M€, soit 20% de la collecte 2013.

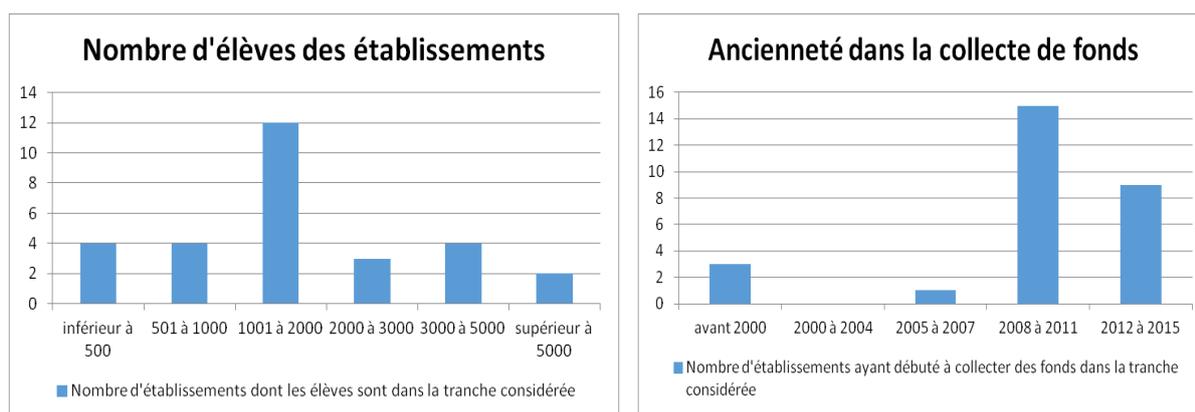
Les 17 établissements ayant répondu pour la première fois en 2015 au questionnaire ont collecté 4,8M€ en 2015. Les résultats bruts des deux enquêtes ne sont donc pas vraiment comparables.

Le bilan a été dressé à partir des éléments déclaratifs, au-delà de quelques corrections d'erreurs manifestes effectuées en liaison avec les écoles ou à partir de leurs sites internet.

Les établissements sont loin de tous disposer d'une base de données consolidée pour leur activité de collecte de fonds. L'organisation de la collecte peut se faire de façon différenciée suivant qu'elle s'adresse aux particuliers ou qu'elle relève de projets financés par le mécénat d'entreprise (chaire ou autre). Par ailleurs, les équipes dédiées au fundraising sont peu nombreuses, comportent souvent du personnel à temps partiel, de façon identifiée ou non, voire des bénévoles, ce qui rend difficile l'identification précise du coût de collecte. A contrario, la plupart des établissements avaient du faire des bilans similaires à ce qui était demandé dans l'enquête, à des fins d'analyse interne ou de comptes-rendus à leur conseil ou leurs donateurs, et ont pu répondre au questionnaire en 32 minutes en moyenne, ce qui dénote une bonne maîtrise des ordres de grandeur.

Au résultat, s'il faut prendre avec mesure les résultats bruts de cette enquête, elle confirme les tendances observées lors de l'enquête précédente d'un fundraising en émergence, avec quelques établissements s'y engageant avec détermination et professionnalisme, et de nombreux autres qui sont encore dans une démarche soit de démarrage, soit d'essai.

1.3 Des établissements de taille limitée et une activité récente



Les résultats doivent être mis en perspective avec la taille des établissements de la CGE et leur jeunesse en matière de fundraising. Sur les 30 établissements ayant collecté en 2015,

- 20 ont moins de 2000 étudiants
- seuls 4 se sont engagés dans le fundraising avant 2008. 9, soit près d'un tiers, ont moins de 3 ans d'expérience.

Sur les 19 établissements n'ayant pas collecté en 2015, 4 établissements prévoyaient de le faire en 2016-2017 et 5 en 2017. C'est au regard de ce filtre majeur que doivent être examinés cette année encore les résultats de la collecte de fonds dans les établissements de la CGE. Il s'agit en effet d'une démarche qui s'inscrit d'abord dans le temps long :

- Temps long de l'acculturation au don pour l'enseignement supérieur en France ;
- Temps long de la construction de relations des établissements avec leurs alumni et les entreprises ;
- Temps long de l'appropriation par les établissements de cette méthode de financement ;
- Temps long de l'appropriation par les donateurs des enjeux des établissements ;
- Temps long de la montée en puissance et de la professionnalisation des équipes de fundraising.

2 La Collecte de fonds

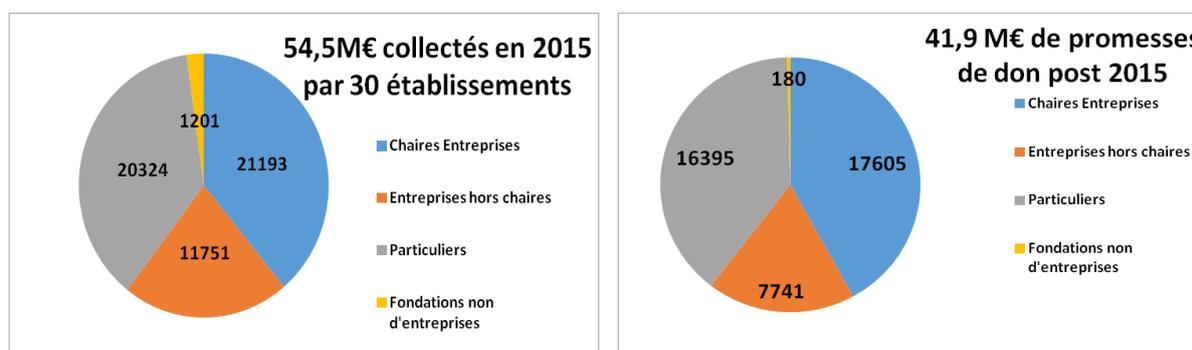
2.1 La Collecte 2015

En 2013, le budget cumulé de ces 30 établissements, qui comptent 70700 étudiants inscrits en année pleine, s'élèvent à 1.370 M€, dont 400 M€ de subvention publique (29%).

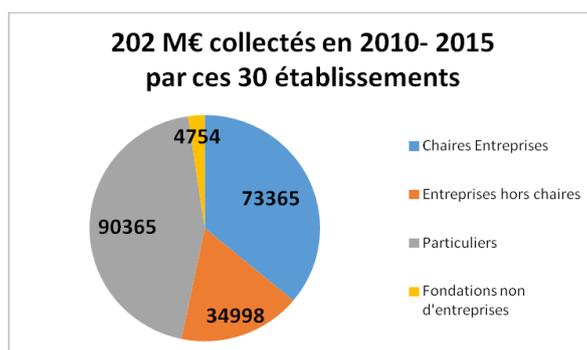
Globalement, les versements de **54,5M€** qu'ils ont **reçus en 2015 au titre du mécénat²** représentent **4% de leur budget total, 13,7% de leur subvention publique, et 770 euros par étudiant**, ce qui constitue un complément appréciable en période de contrainte budgétaire.

37,5% provient des particuliers, 60,5 % des entreprises, dont 38% de chaires, les fondations non d'entreprise n'étant à l'origine que de 2% des dons.

S'ajoutent **41,9M€ de nouvelles promesses de don**, obtenues en 2015 pour des versements après 2015. La répartition de l'origine des promesses de don est similaire à celle des dons.

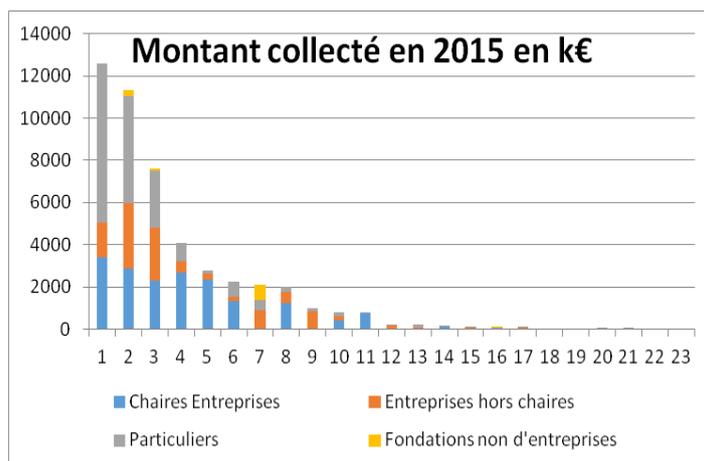


Sur la période 2010-2015 (6ans), ces établissements ont reçu **202 M€**.



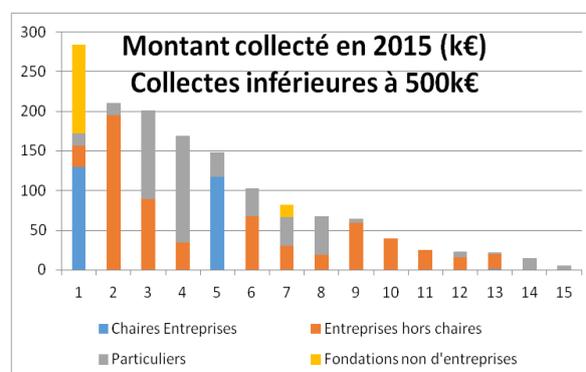
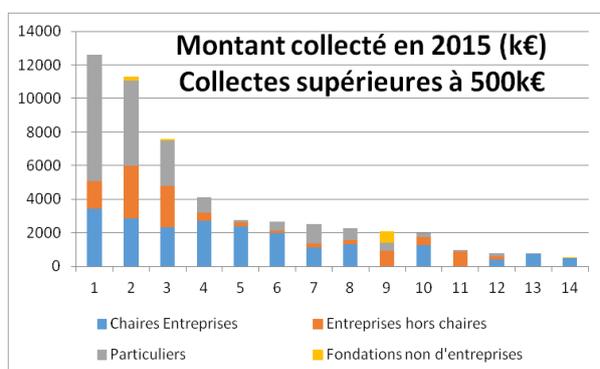
Au-delà de cette vision globale, la collecte se caractérise par **une forte hétérogénéité entre les établissements**.

² Nota : toutes les ressources collectées ne transitent pas par le budget des établissements (bourses aux étudiants par exemple)



53 M€ sont collectés par les 14 établissements collectant plus de 500k€.

Les 16 autres collectent 1,5M€.

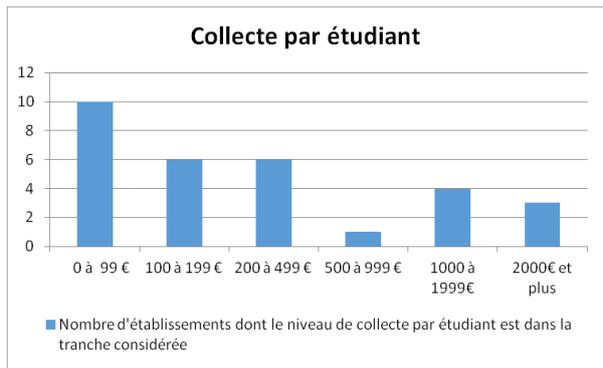
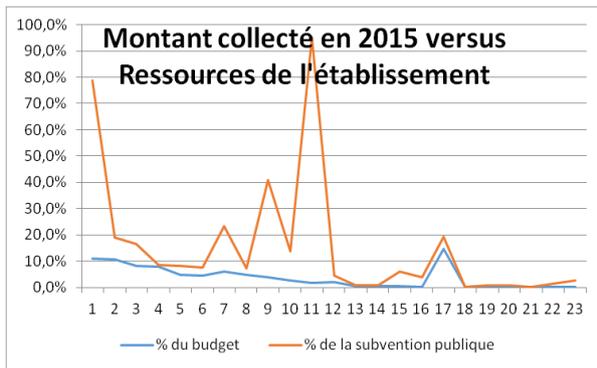


Cette hétérogénéité caractérise aussi la part du mécénat au regard des autres ressources de l'établissement, indicateur moins sensible aux effets de taille.

La mise en perspective au regard des ressources totales et de la subvention de l'Etat, permet de souligner l'intérêt que peut constituer le mécénat, y compris pour des établissements aux ressources limitées, dont le montant de la collecte semble faible en première lecture. Il faut ainsi saluer le résultat remarquable de l'établissement ayant collecté 15% de son budget total et 20% de sa subvention de l'Etat, avec probablement une faible capacité d'investissement

La comparaison avec la subvention de l'Etat pourrait apparaître comme une arme à double tranchant si les besoins de financement de l'enseignement supérieur n'étaient pas aussi évidents. Au regard de la marge d'évolution annuelle du budget global de l'Etat en matière d'enseignement supérieur, et donc de ses subventions aux établissements, le mécénat fournit un complément plus qu'appréciable.

Autre indicateur relativement indépendant de la taille de l'établissement, la collecte par étudiant, avec une moyenne de 770 euros est aussi très différenciée suivant les établissements.



2.2. Les promesses de dons obtenus en 2015 pour 2016 et au-delà

Un enjeu important pour les établissements est de fidéliser leurs donateurs, pour disposer d'une ressource récurrente qui soutienne durablement les projets de l'établissement.

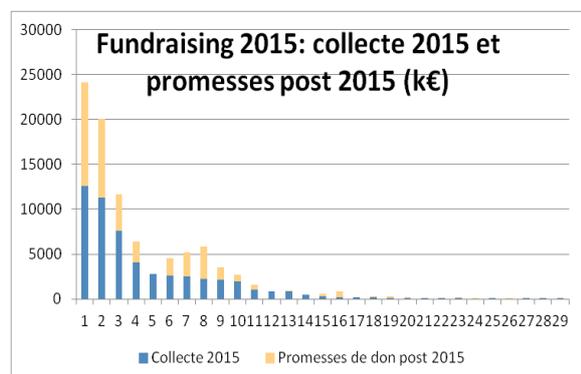
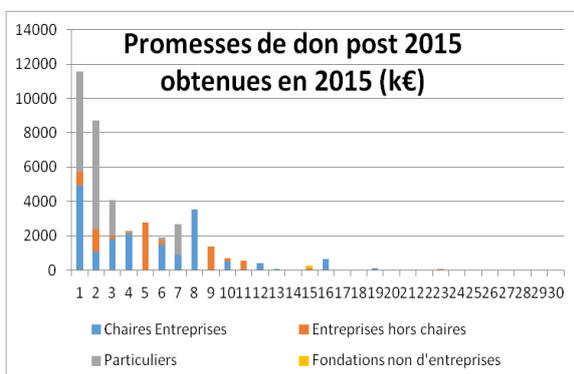
Parallèlement, les grands donateurs répartissent le plus souvent leur don sur plusieurs années, sur la base d'un engagement ou d'une promesse de don, généralement formalisé. C'est ce qui se passe notamment avec les chaires d'entreprise qui financent un projet de l'établissement sur plusieurs années.

L'obtention de ces engagements peut ainsi constituer une part conséquente de l'activité des équipes de fundraising.

Le montant global de ces engagements pluriannuels est bien évidemment d'autant plus élevé que les établissements collectent beaucoup de grands dons.

En 2015 pour les 30 établissements, les promesses de dons post-2015 s'élèvent à 41,9 M€. Les 14 établissements collecteurs les plus importants cumulent à eux seuls 40,7M€ de ces engagements. Pour les 1,2 M€ d'engagements des 16 autres établissements, 0,750M€ sont le fait de chaires.

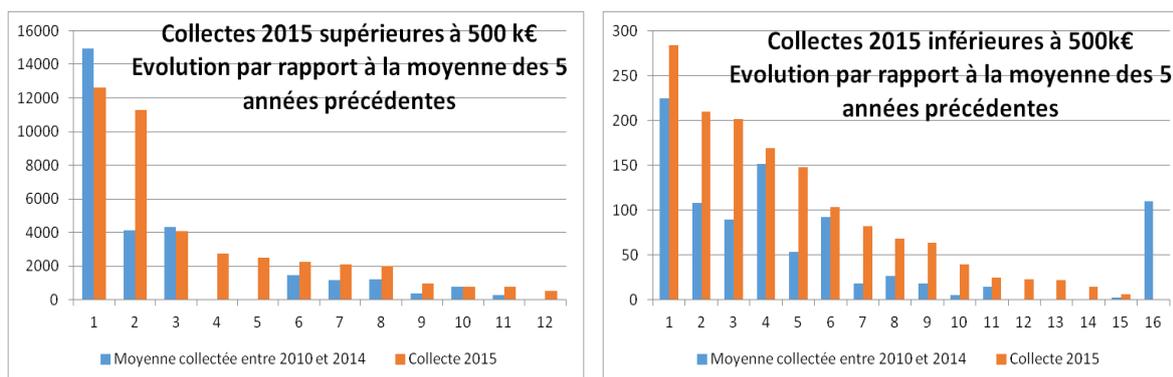
Seuls quelques établissements réussissent à mobiliser des particuliers sur des engagements pluriannuels, ce qui va généralement de pair avec des dons plus importants.



2.3. Comparaison avec la collecte 2010-2014

Pour la plupart des 30 établissements, la collecte 2015 est supérieure à la moyenne de la collecte des 5 années précédentes, avec pour certains des progressions conséquentes. Certains établissements s'étant lancés récemment dans la collecte de fonds ont ainsi réussi un excellent départ.

Les baisses sont heureusement très peu nombreuses. Certaines sont très probablement à imputer à une phase transitoire dans une démarche pluriannuelle de collecte, entre deux campagnes. Une autre raison peut être la fin d'un grand don pluriannuel, tel qu'une chaire d'entreprise. Lorsqu'un tel don représente une part importante de la collecte de l'établissement, son échéance constitue un risque important pour la dynamique et l'image de la collecte.



La collecte des 13 établissements ayant répondu en 2013 a progressé de 14% entre 2013 et 2015, 10 établissements ayant collecté plus qu'en 2013.

2.4 La stratégie de collecte

Les établissements se différencient aussi par leur stratégie de collecte, qu'on peut discerner à travers le type de donateurs qu'ils ciblent et réussissent à convaincre.

Dans les tableaux ci-dessous, les établissements sont classés de gauche à droite par montant décroissant de collecte.

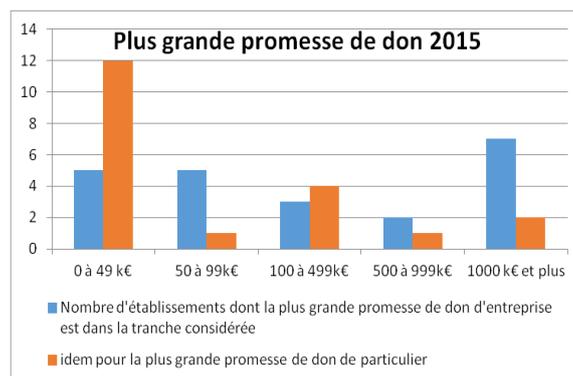
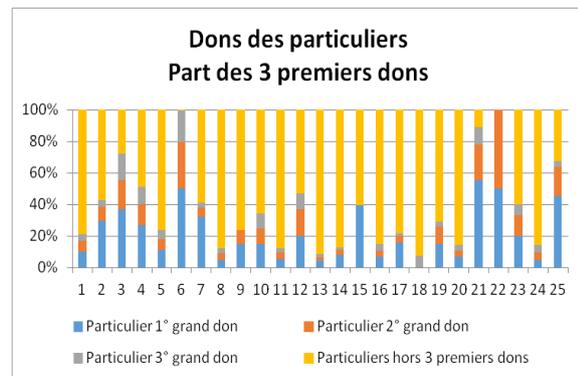
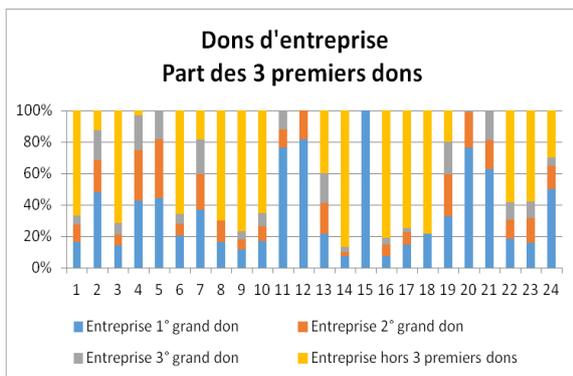
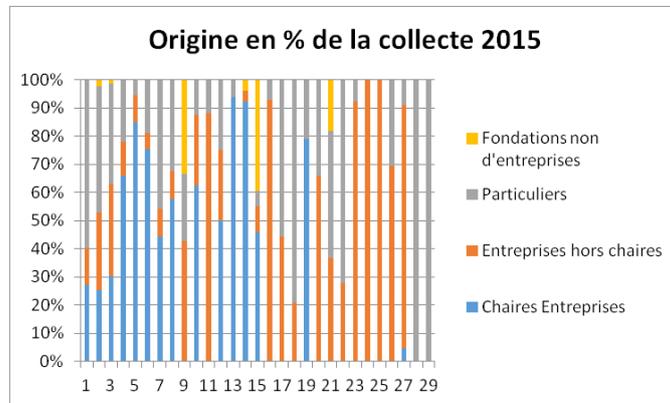
L'observation du type de donateurs, de la part des premiers dons et du nombre de dons fait valoir l'enjeu de cibler des grands donateurs puis d'en augmenter le nombre pour accroître la collecte.

Sans surprise, les chaires d'entreprises constituent une part importante des grands dons, voire la totalité pour de nombreux établissements.

Les plus grands collecteurs se différencient par leur capacité à obtenir aussi des grands dons de particuliers, ce qui suppose d'avoir cultivé des relations longues et soutenues avec ces donateurs, le plus souvent en aboutissement d'une action de longue haleine vers la communauté d'anciens élèves (alumni).

Au niveau intermédiaire, certains établissements démontrent une insertion remarquable dans leur écosystème, avec une capacité impressionnante de sollicitation de nombreux particuliers et/ou entreprises à un niveau modéré. A l'inverse, avec un niveau de collecte similaire, d'autres établissements dépendent quasi-entièrement d'une seule chaire, ou d'un tout petit nombre de donateurs.

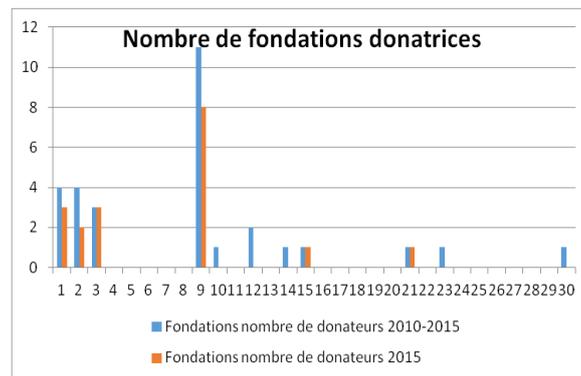
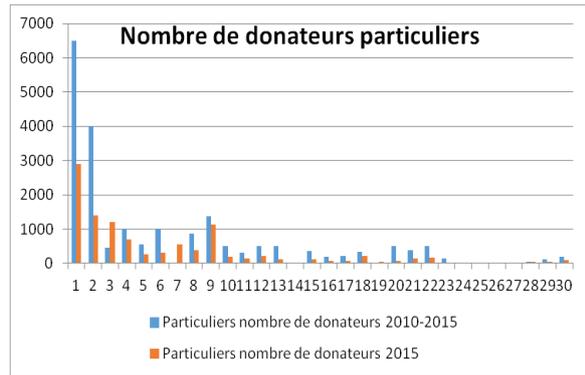
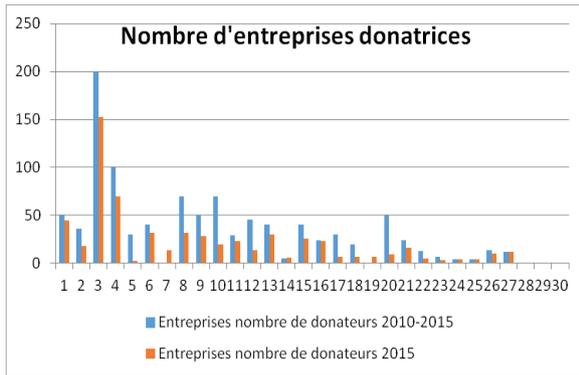
Notons enfin la part très limitée des fondations non d'entreprise, au contraire des pays anglo-saxons où l'enseignement supérieur est depuis plusieurs décennies un sujet naturel de mécénat. Il est aussi probable que ces fondations sont encore peu sollicitées par les établissements, comme peut le laisser supposer l'exception notable d'un établissement qui l'a fait avec une efficacité manifeste.



En 2015, l'engagement (promesse de don, généralement sur plusieurs années) le plus important a été le fait d'un particulier (5 millions d'euros), alors qu'il culmine à 2 millions d'euros de la part des entreprises.

2.5 Les donateurs

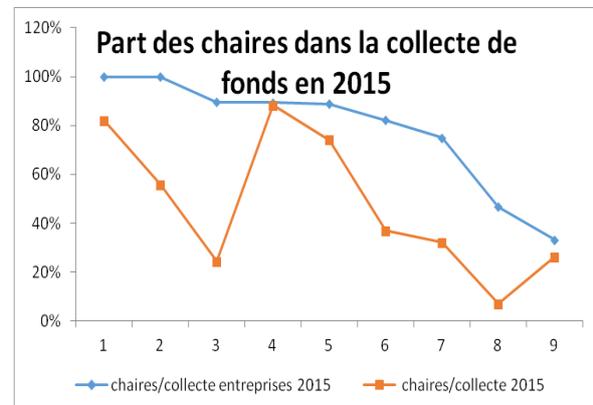
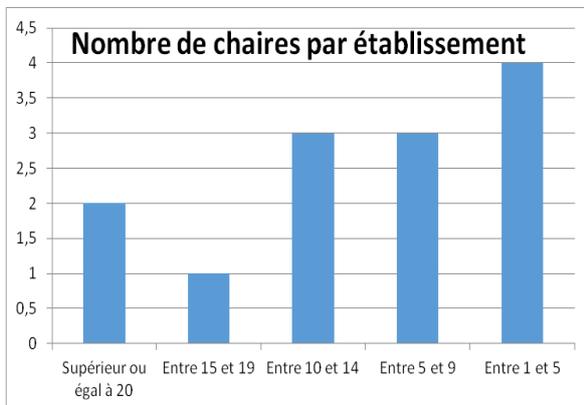
Les établissements collectant le plus s'appuient sur un écosystème de donateurs déjà assez conséquent. Pour les autres, leur collecte souffre d'une montée en puissance encore limitée.



2.6 Les chaires d'entreprise sur la période 2010-2015

Les chaires d'entreprises fournissent un appui majeur au développement du fundraising.

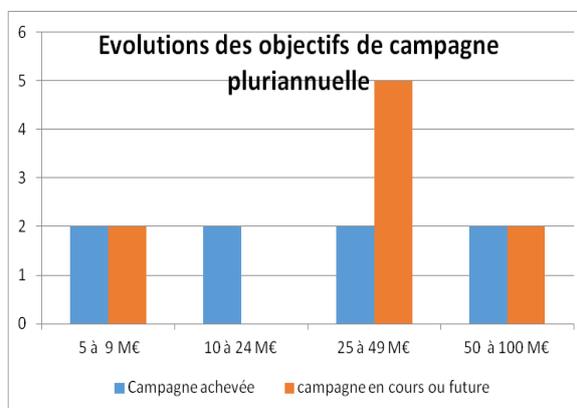
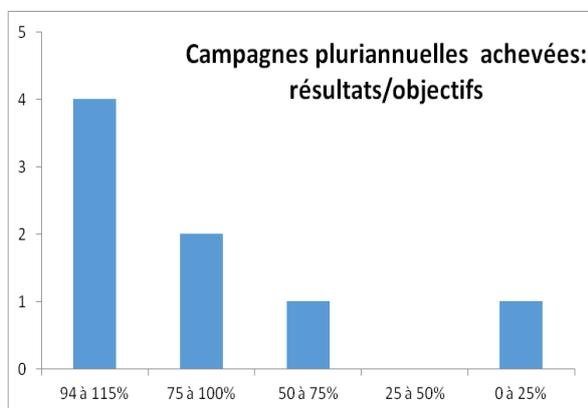
15 établissements ont reçu 21,2 M€ au titre des chaires d'entreprises en 2015 pour un nombre d'environ 130 chaires. Le retour moyen d'une chaire pour un établissement va de 130k€/an à 400k€/an, sachant que plusieurs établissements peuvent être associés dans une même chaire. Pour ces établissements, les chaires représentent de 33 à 100% de la collecte auprès des entreprises et de 7 à 88% de leur collecte de fonds globale. 6 établissements ont chacun plus de 10 chaires et cumulent à eux seuls 100 chaires.



2.7 Campagnes pluriannuelles

11 établissements ont déjà achevé une campagne de collecte pluriannuelle, dont 8 avec un objectif supérieur à 5 M€. La moitié a quasi-atteint ou dépassé ses objectifs.

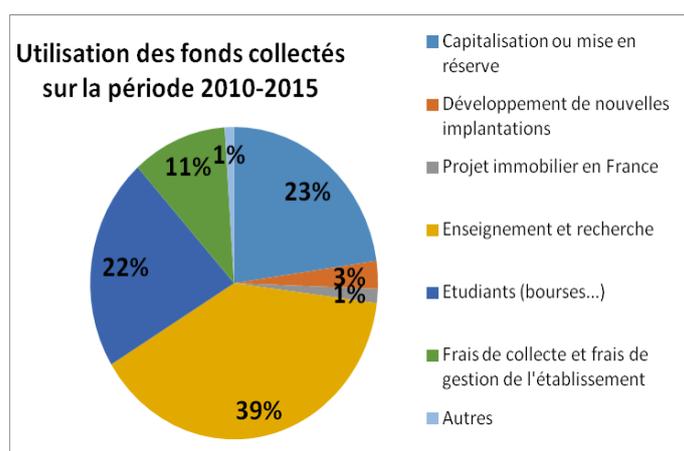
9 établissements ont engagé ou prévoient d'engager une campagne pluriannuelle d'un montant supérieur à 5 M€, dont 7 avec un objectif supérieur à 25M€. **La moyenne des objectifs des campagnes pluriannuelles passe ainsi de 33,5M€ à 41,2M€, soit un accroissement de 23% par rapport aux campagnes antérieures.**



2.8 Utilisation des fonds collectés

L'utilisation des fonds collectés sur la période 2010 - 2015 fait apparaître :

- La nette prépondérance du financement des activités d'enseignement, de recherche et de soutien des étudiants ;
- Des frais de collecte et de gestion modérés ;
- Une contribution faible aux projets immobiliers, explicables par la différence d'ordre de grandeur entre les ressources collectées et le coût d'un projet immobilier pour la plupart des établissements ;
- Une volonté marquée de montée en puissance progressive d'un capital (*endowment*), portée par les établissements dans une logique de long terme, et éventuellement par les grands donateurs soucieux de la pérennité de l'effet de leur don.



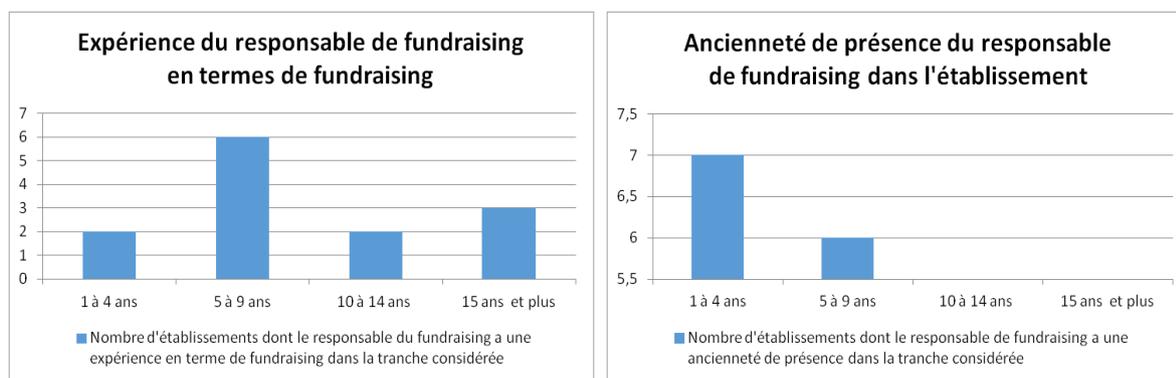
3 Les équipes de fundraising et le coût de collecte

Dans cette phase d'émergence du fundraising, les établissements hésitent encore à investir dans des équipes dédiées : leurs ressources disponibles sont faibles ; ils ne sont pas sûrs de leur potentiel de collecte et de leur capacité à rentabiliser l'investissement à consentir ; ils sont tentés par un démarrage au « fil de l'eau », à partir d'efforts ponctuels ou en en profitant d'opportunités, telles qu'une chaire d'entreprise, sans toujours mesurer l'impact à moyen ou long terme d'un investissement insuffisant.

Paradoxalement, le niveau élevé du retour immédiat sur investissement n'est pas nécessairement de bon augure, soit qu'il indique que l'établissement est très loin de son potentiel de collecte, soit que l'insuffisance de l'effort initial nuise à la fidélisation et au renouvellement des donateurs.

3.1 Le responsable du fundraising

Seuls 13 établissements (44,8%) ont un responsable du fundraising à plein temps. En moyenne, ce responsable a 8 ans d'expérience en termes de fundraising. La moyenne de 4,25 ans d'ancienneté dans l'établissement est cohérente avec le lancement de l'activité de collecte de fonds de nombreux établissements dans les 3 à 5 dernières années.



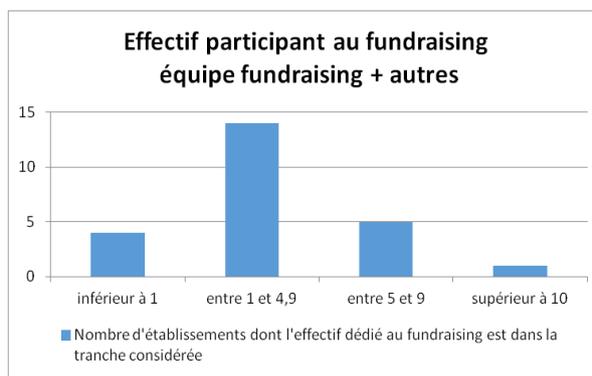
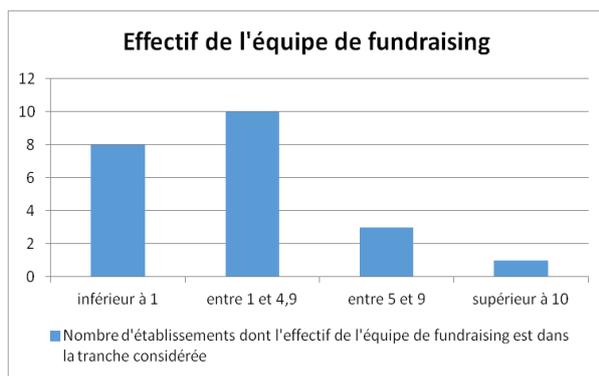
3.2 Les équipes de fundraising

20 des 30 établissements ont répondu avoir une équipe de fundraising. Les équipes qui y sont affectées sont réduites. 7 établissements seulement ont une équipe comprenant 3 personnes ou plus. Les 30 établissements ne totalisent que 57 ETP.

Ce chiffre est porté à 82 si on y inclut les effectifs se consacrant au fundraising dans des équipes extérieures, dédiées soit aux relations avec les alumni soit aux relations avec les entreprises.

En effet, 24 des 30 établissements ont une équipe dédiée aux relations avec les alumni, extérieure à l'équipe du fundraising. 12 de ces équipes participent à la collecte, 3 d'entre elles avec l'équivalent d'1 ETP à temps plein.

28 des 30 établissements ont une équipe dédiée aux relations avec les entreprises, extérieure à l'équipe du fundraising. 17 de ces équipes participent à la collecte, 3 d'entre elles indiquant plus de 4 personnes à temps plein dédiées au fundraising, et 9 une seule personne.



3.3 Le coût de collecte

La comparaison entre la collecte 2015 (versements + promesses de dons) des établissements et le coût de collecte (salaires + frais de fonctionnement) fait apparaître un retour sur investissement très élevé, avec une moyenne de 13,6.

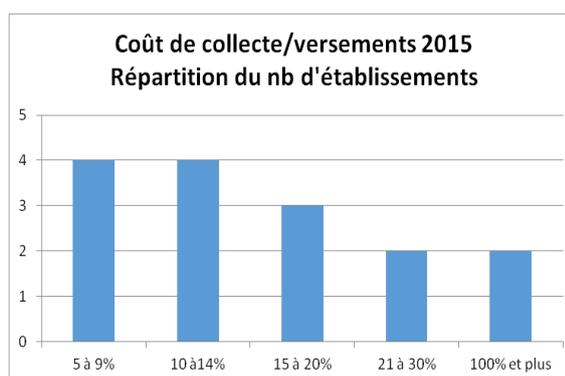
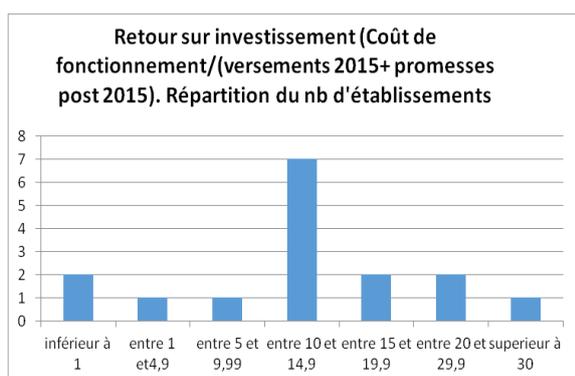
Les chiffres bruts sont à regarder avec circonspection, car les frais de fonctionnement annoncés sont probablement approximatifs, relevant plus d'un ordre de grandeur déclaratif que d'une analyse comptable précise.

En outre ces chiffres ne prennent en compte ni le coût des personnes extérieures aux équipes de fundraising, ni le coût des bénévoles, ces derniers pouvant constituer un apport très conséquent dans certains établissements, d'autant plus appréciable quand les équipes sont de taille réduite.

Il n'en reste pas moins que la rentabilité du fundraising dans la grande majorité des établissements est forte au regard des pratiques anglo-saxonnes, montrant qu'ils sont loin d'avoir atteint leur plein potentiel de collecte.

A l'inverse, l'investissement indispensable à l'organisation de la collecte peut à juste titre en excéder initialement le produit. Ultérieurement, des frais de collecte élevés font peser un risque avec les donateurs, toujours réticents à financer du fonctionnement.

Le même constat peut être fait en examinant le rapport du coût de collecte avec les seuls versements reçus en 2015 (les promesses de dons post 2015 ne sont pas prises en compte), qui rend compte de façon directe de la capacité de financer les frais de collecte avec les fonds perçus dans l'année.



4 Les Etablissements et leur démarche de fundraising

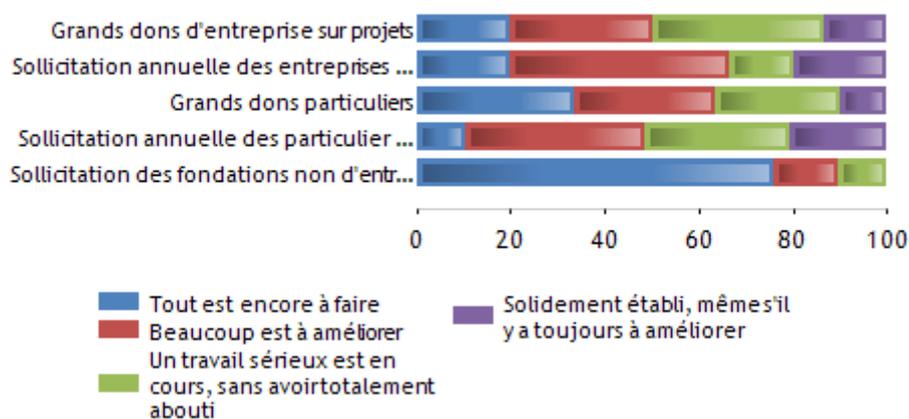
4.1 Auto-évaluation des établissements sur leur maturité en termes de fundraising

Lorsqu'ils analysent la conduite de leurs activités de collecte de fonds, les établissements sont plutôt critiques envers eux-mêmes, puisque au moins la moitié d'entre eux considère que tout est à faire ou beaucoup est à améliorer pour toutes les catégories de donateurs. De même peu nombreux sont ceux qui se sentent totalement opérationnels (solidement établis) vis-à-vis d'une des catégories de donateurs.

Se confirme le fait que les établissements ne s'organisent pas pour solliciter les fondations non d'entreprises.

Pour les autres catégories de donateurs, le relatif équilibre entre « solidement établi » et « un travail sérieux est en cours » d'une part et « tout est encore à faire » et « Beaucoup est à améliorer » d'autre part » correspond globalement au partage entre des établissements bien engagés dans la démarche de collecte et ceux qui commencent.

C'est pour la sollicitation annuelle des entreprises, hors chaires, et les grands dons des particuliers que globalement les établissements considèrent avoir le plus à s'améliorer.

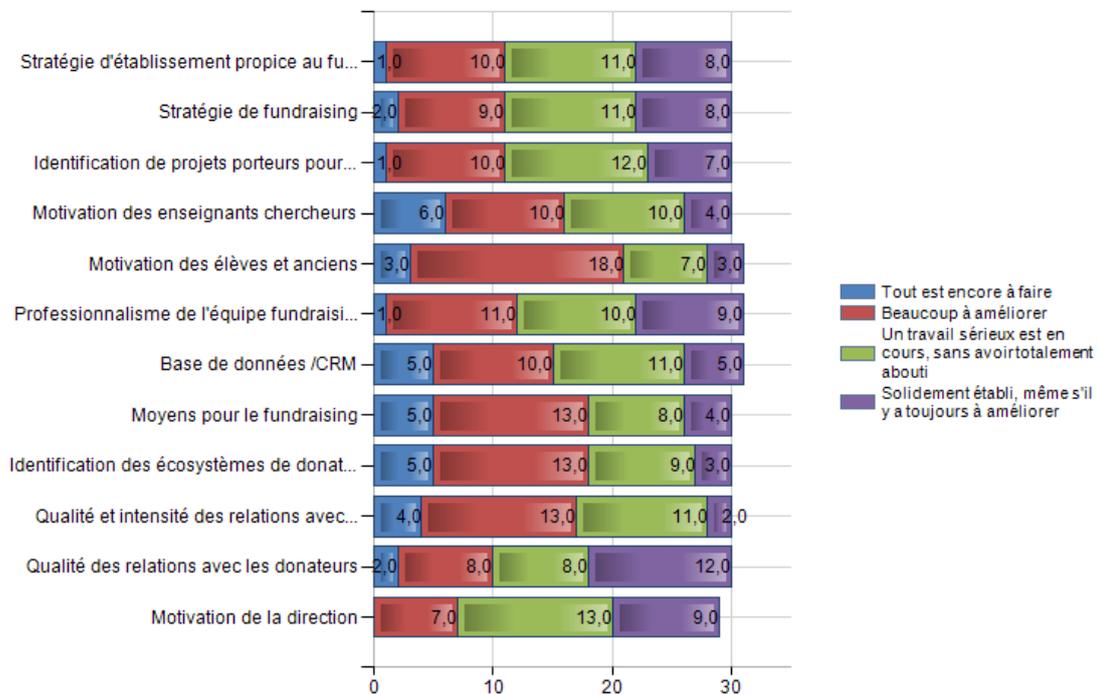


L'auto évaluation des établissements sur les leviers qu'ils doivent mettre en œuvre fait apparaître un partage similaire entre « solidement établi » et « un travail sérieux est en cours » d'une part et « tout est encore à faire » et « Beaucoup est à améliorer » d'autre part », avec les mêmes causes que celles énoncées précédemment.

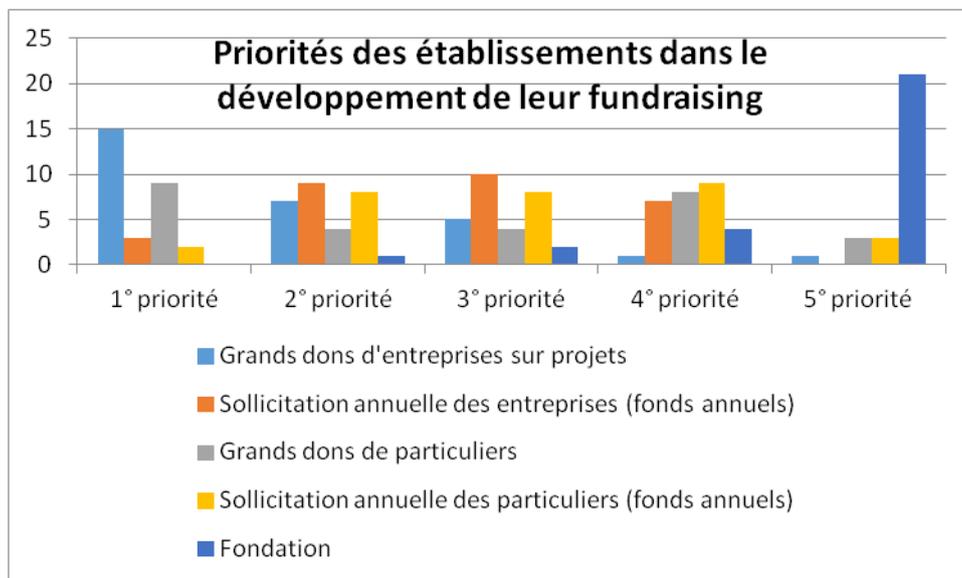
Les points forts apparaissent autour des équipes de direction et de fundraising, leur motivation, leur professionnalisme, les stratégies qu'ils ont élaborées, les projets qu'ils ont identifiés et leurs relations avec les donateurs.

De manière paradoxale, les déclinaisons de leur motivation et de leur professionnalisme sont plutôt indiquées comme des points faibles : moyens affectés au fundraising, au regard de la motivation de la direction, identification et relations avec les écosystèmes de prospects, base de données/CRM, pour ce qui est du professionnalisme des équipes de fundraising.

Mais c'est la difficulté de motiver les anciens et les étudiants, dans une moindre mesure les professeurs qui reste la principale pierre d'achoppement, avec l'enjeu en France de diffuser la culture du don au profit de l'enseignement supérieur.



4.2 Les priorités des établissements pour le développement de leur collecte



Les axes d'effort des établissements apparaissent clairement : l'enjeu est d'obtenir des grands dons, auprès des entreprises comme des particuliers, les premiers étant privilégiés sur les seconds, probablement au regard du niveau de dons espérés.

En 2° priorité, vient la sollicitation annuelle des entreprises et des particuliers, à quasi égalité.

Enfin, la sollicitation des fondations non d'entreprises est nettement reléguée en dernière priorité

5 Les intentions des établissements n'ayant pas collecté

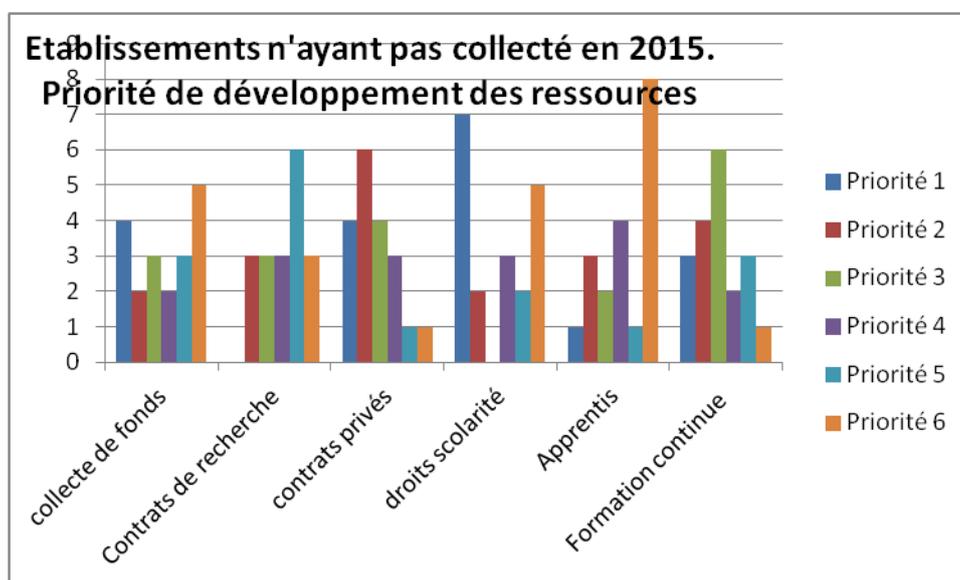
9 établissements indiquent leur intention de développer une activité de collecte de fonds. L'échéance qu'ils indiquent est proche : 4 pour 2016-2017 et 5 pour 2017.

Ils affichent des objectifs de collecte annuelle en régime de croisière modérés, mais qui n'en constituent pas moins un premier défi au regard des résultats 2015.

Nombre d'établissements	Objectifs de collecte
1	100
3	200
2	500
1	800
2	En cours d'étude

5 d'entre eux visent des chaires d'entreprises ou des financements d'entreprise sur projet, 3 autres envisageant une sollicitation de particuliers ou d'entreprise (fonds annuel).

Seulement 4 d'entre eux affichent la collecte de fonds comme leur axe prioritaire de développement de ressources et 2 en seconde priorité.



Enfin, seuls 2 d'entre eux prévoient un investissement humain et/ou financier pour soutenir leur démarche de collecte.

Il semble ainsi que pour la plupart de ces établissements, la collecte de fond est d'abord une diversification des modes de leurs relations avec les entreprises.

Il reste que la pérennité des ressources de mécénat suppose l'instauration de relations d'une autre nature avec les donateurs, qui nécessitent un investissement dédié. Cet investissement reste la clef de l'essor du fundraising dans l'enseignement supérieur.

Annexe

Le fundraising dans l'enseignement supérieur britannique pour l'année fiscale 2014-2015

Chaque année, les universités et établissements supérieurs britanniques effectuent un bilan approfondi de leur fundraising, appelé Ross-CASE survey. Depuis 2013, c'est l'association CASE Europe qui en a la responsabilité. 111 universités britanniques ont participé à l'enquête en 2014.

Le Ross Case Survey comptabilise

- les « nouveaux fonds sécurisés » au cours de l'année, qui comprennent les nouveaux dons et promesses confirmées de dons obtenus dans l'année ;
- Les versements reçus au cours de l'année.

Les nouveaux fonds sécurisés par les établissements britanniques s'élèvent à **£ 860,9 M** en 2014-2015 en **augmentation de 8%** par rapport à l'année 2013-2014.

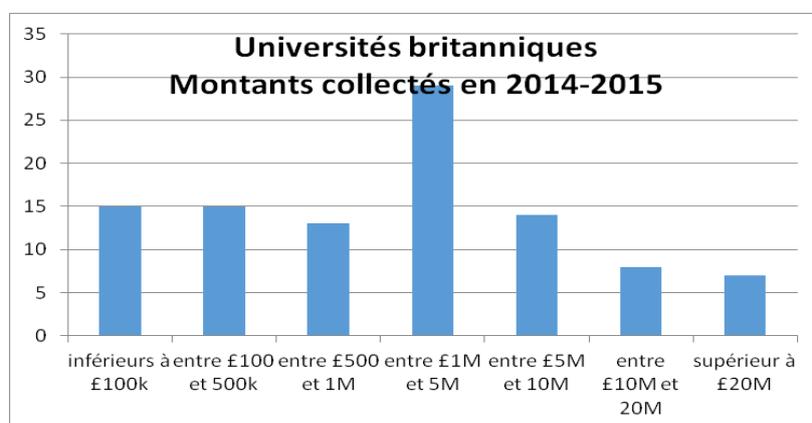
Ils proviennent pour **46% de fondations, 11% d'entreprises, 8% d'autres organisations et 36% de particuliers.**

191 donateurs se sont engagés pour plus de £500k.

Les versements reçus (montants collectés) s'élèvent à £ 756,7M, en hausse de 14% par rapport à 2013-2014. £ 95,6M proviennent de legs.

Les particuliers ont contribué à raison de 53% et **les organisations pour 47%**

Le nombre total de **donateurs est de 232.520**, dont 98% de particuliers et 2% d'organisations. **184.293 alumni** ont contribué, sur un total de 9,8 millions alumni pouvant être contactés.



Le coût de la collecte pour les 111 universités est de £132M, se répartissant entre 93 pour le fundraising proprement dit et £39M pour les relations avec les anciens élèves. 71% correspondent à des frais de personnel.

A eux seuls, Oxford et Cambridge représentent 44% de la collecte et 32% des donateurs.

Les 111 universités totalisent 1388 personnes dédiées au fundraising auxquelles s'ajoutent 691 pour les relations avec les alumni, la médiane étant de 6 + 3 par université.ⁱ

ⁱ Contact : imen.missaoui@cge.asso.fr