

Stratégie de financement Point d'étape

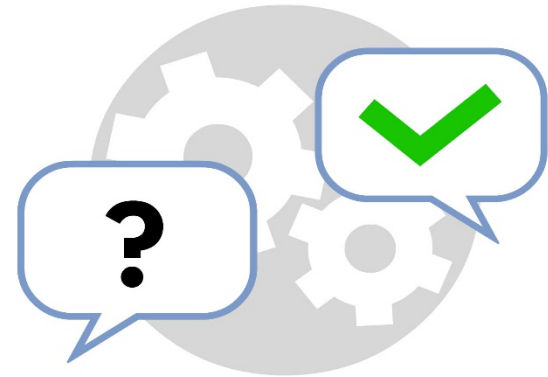
Funding Strategy Milestone

Point info 13 Novembre 2020

Le projet stratégie de financements est un des projets **au service de notre ambition à horizon 2025**

Être une ONG médicale internationale de référence qui milite pour un accès plus juste aux soins et aux droits, ici et là-bas

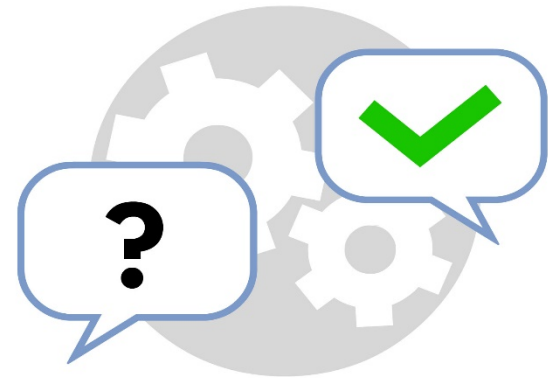
6 | Efficacité de l'organisation



The project is linked to
our ambition for 2025

To be a leading international NGO
working at home and abroad for
fairer access to healthcare and
rights

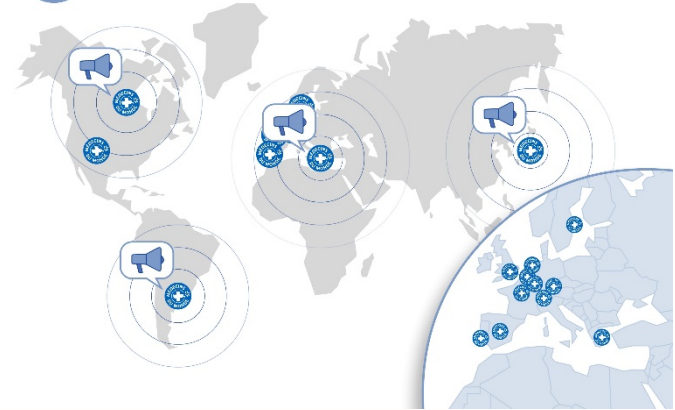
6 | Efficacité de l'organisation



Pourquoi ce projet ?

Définir une stratégie de financement avec le double objectif de garantir notre indépendance et augmenter notre impact

2 Élargir notre impact social



3 Indépendance politique et financière



The goal of the project

To define a funding strategy that guarantees **our independence** and expands **our impact**

2 Élargir notre impact social



3 Indépendance politique et financière



Un projet piloté par un **comité paritaire** et regroupant des **représentant.e.s** des **différentes directions**



The project is steered by a **joint committee** bringing together **representatives** from the various **departments**



Un projet découpé en
5 composantes

1. Nos principes

**2. Notre environnement
externe**

**3. Notre modèle
économique**

**4. Nos choix de leviers
de financement**

5. Organisation



The project is made of
5 components

1. Our principles

2. The external
environment

3. Our business model

4. Our choices for
funding levers

5. Organisation

1. Nos principes



Validation CA **Février 2020**

1. Our principles



The Charter was adopted by the Board on February 2020.

2. Notre environnement externe



Note sur
l'évolution des
ressources
pour les ONG,
novembre
2019



2. The external environment



The resources
available for
NGOs,
November
2019

L'écosystème humanitaire a changé

2. Notre environnement externe

- Des moyens de + en + **concentrés** dans de grandes ONG
- **Moins de contrats signés**, des volumes + élevés, un **nombre d'acteurs « traditionnels » réduits**
- Un transfert des **risques** aux ONG
- Des demandes croissantes sur la **désintermédiation**, la **transparence**, la diversité/le partage du pouvoir, l'intégration des questions environnementales
- Des projets **de + en + standardisés**

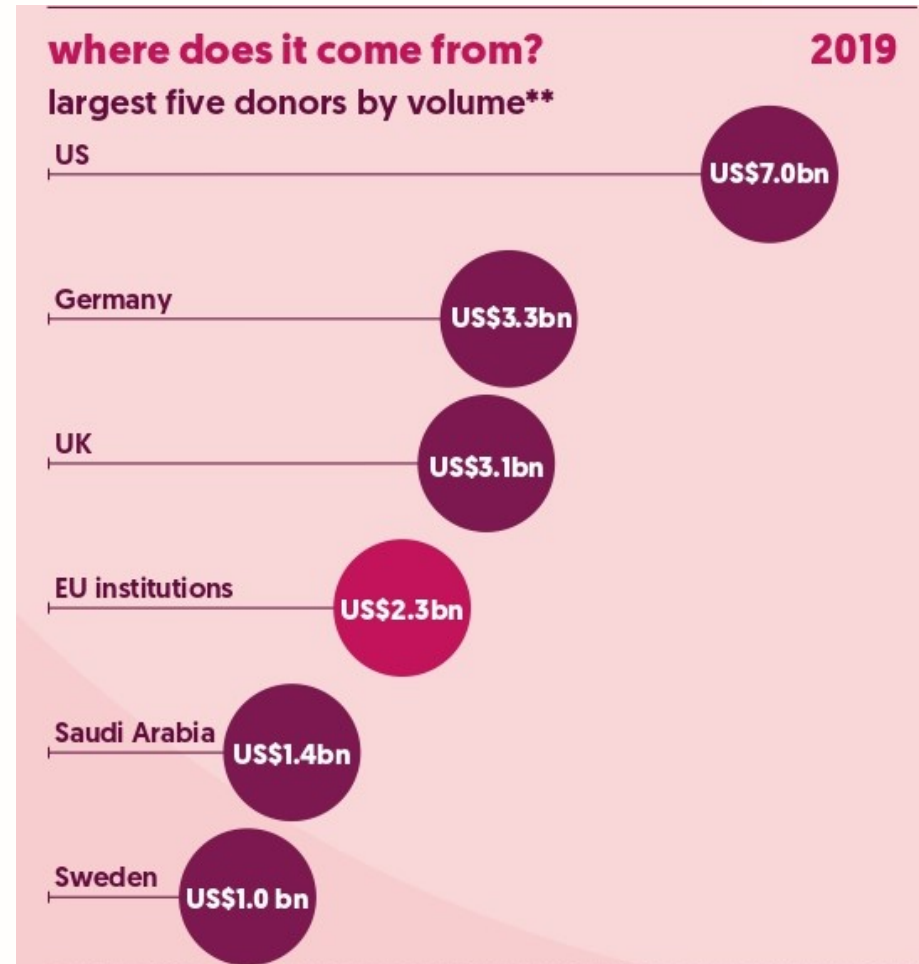
The world of humanitarian aid has changed

2. The external environment

- Funding concentrated in an increasingly **limited number of large NGOs**
- **Less funding agreements** for less « traditional » stakeholders, **bigger amounts**
- **Risks are transferred** from donors to NGOs
- Increasing expectations for **disintermediation**, transparency, **diversity**/sharing power, integration of **environmental issues**.
- Increasingly **standardized projects**

D'où vient l'argent ?

- Essentiellement d'Europe et des Etats-Unis toutes sources de financement confondues
- De l'aide publique au développement (APD) de quelques pays



5 PREMIERS CONTRIBUTEURS AIDE HUMANITAIRE 2019

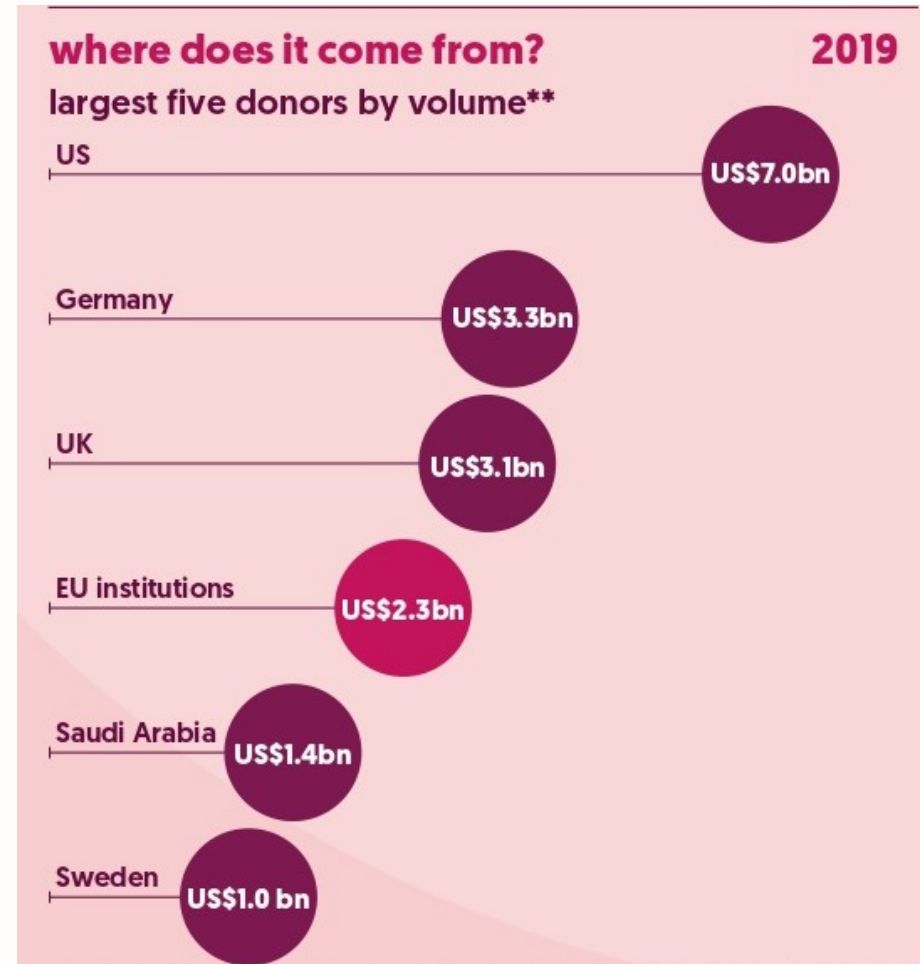
D'où vient l'argent ?

- Une **philanthropie** qui représente 5% de l'APD
- Des **financements entreprises** en deçà des attentes et qui privilégient certains acteurs globaux

Where does the money come from?

2. The external environment

- Mostly from **Europe and the USA**
- From the **Official Development Assistance (ODA)** of a few donors countries



**TOP 5 DONORS FOR
HUMANITARIAN ASSISTANCE
2019**

Where does the money come from?

2. The external environment

- Globally, it is estimated that **philanthropy represents 5% of ODA**
- Funding from **corporate do not meet** the expectations

Et en France ?

- Un **marché de la collecte arrivé à maturité** : des dons qui ont diminué en 2018, ont retrouvé le niveau de 2016 cette année, mais vont peu augmenter à l'avenir.
- L'aide publique reste la 1^{ère} ressource des associations en France mais n'augmente plus, elle devient **plus locale** et voit la part des **commandes publiques** croître.
- Un développement du **mécénat** depuis 2010 mais avec un ralentissement depuis 2016. Privilège social, culture, patrimoine et projets locaux.

What about France?

- The market for fundraising from the general public has reached maturity.
- The leading resource for associations in France remains **funding from public bodies** but it is no longer increasing, it is **becoming more local** and it is seeing the share of **public orders growing**.
- If corporate funding has increased since 2010, it has slowed down since in 2016. The priorities are: social goals, culture and cultural heritage, local projects.

Quel impact du covid-19 ?

- Des **risques encore incertains** en lien avec la **crise économique** et une tentation de **repli**

What is the impact of covid-19?

2. The external environment

- **Uncertainties** linked to the **economic crisis** and **less global solidarity**

3. Notre modèle économique et notre ambition pour l'avenir



Note
d'orientation
politique sur le
développement
et la croissance
de MdM



Validation CA
Juillet 2020



Quizz sur
l'évolution de
notre modèle
depuis **2000** à
tester !

3. Business model & Ambition for the future



Policy note on the development and growth of MdM



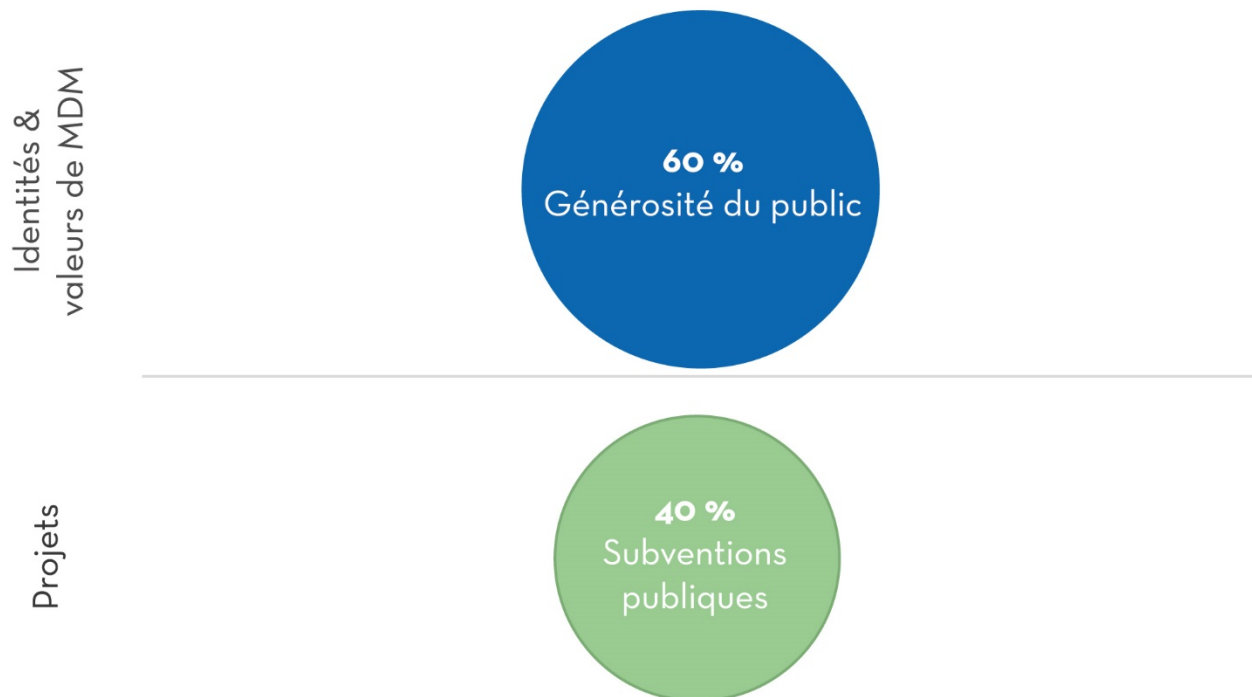
Endorsed by the Board in **July 2020**



Quiz on the evolution of our model since 2000

Notre modèle en 2000

3. Notre modèle économique



EN 2000

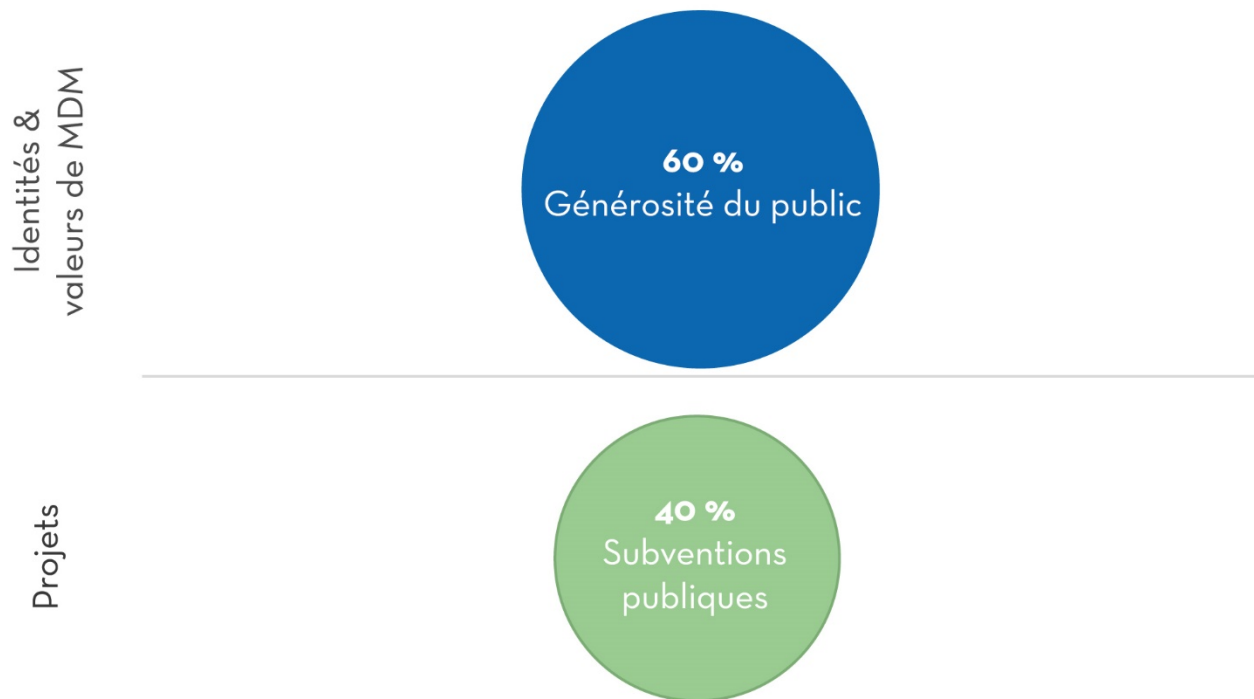
Notre modèle en 2000

3. Notre modèle économique

- Le financement de MdM est **majoritairement issu de la collecte en France**
- Les subventions publiques sont **françaises et européennes**
- Ces dons et subventions sont obtenus **grâce à la notoriété de MdM et à travers la présentation de projets.**

Our model in 2000

3. Business model



IN 2000

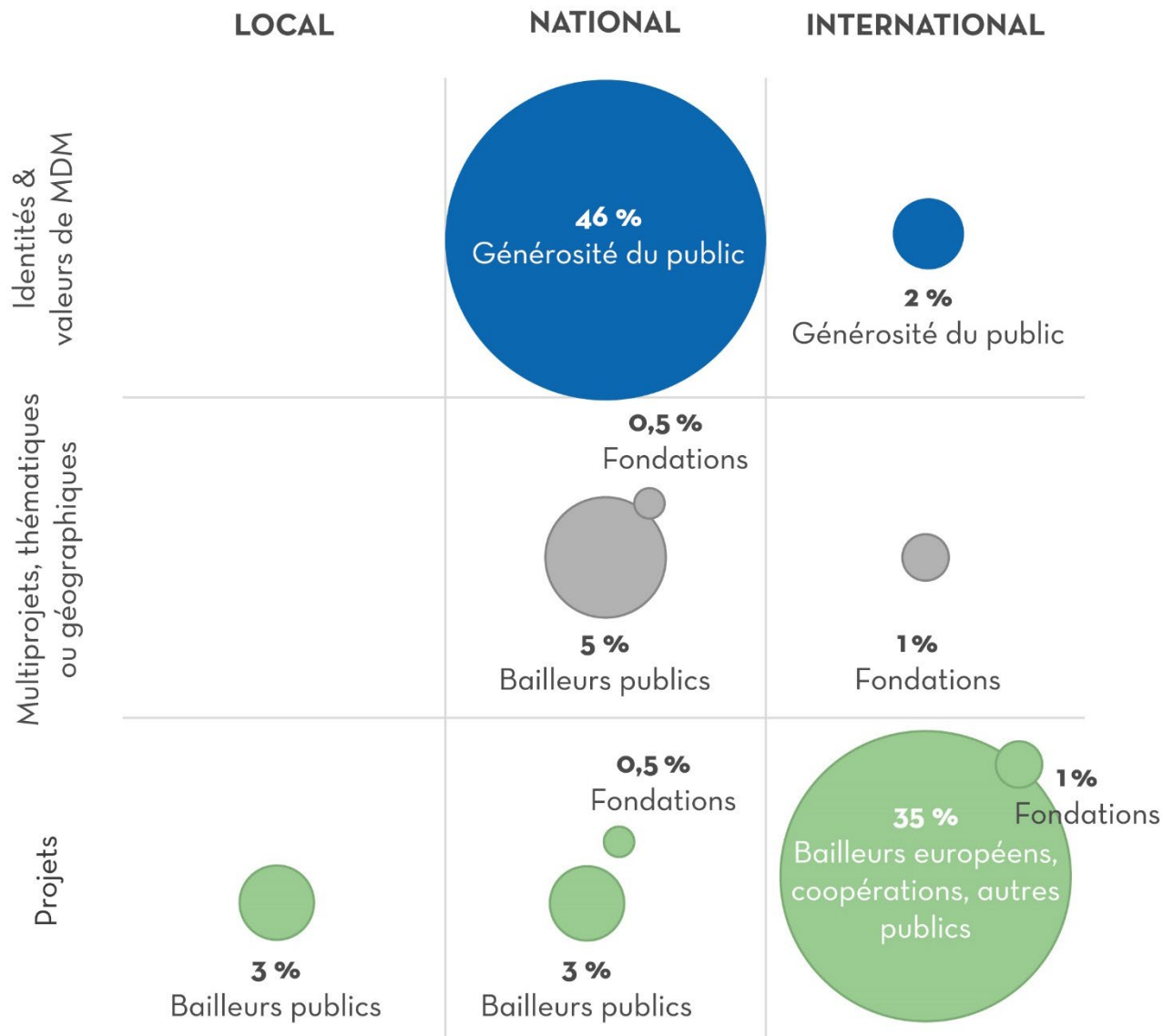
Our model in 2000

3. Business model

- MdM is mostly funded by individual giving from France
- Public grants are coming from the French government and European Institutions
- Individual giving and grants are obtained thanks to MdM's notoriety and through the presentation of projects to donors

Notre modèle en 2018

3. Notre modèle économique



EN 2018

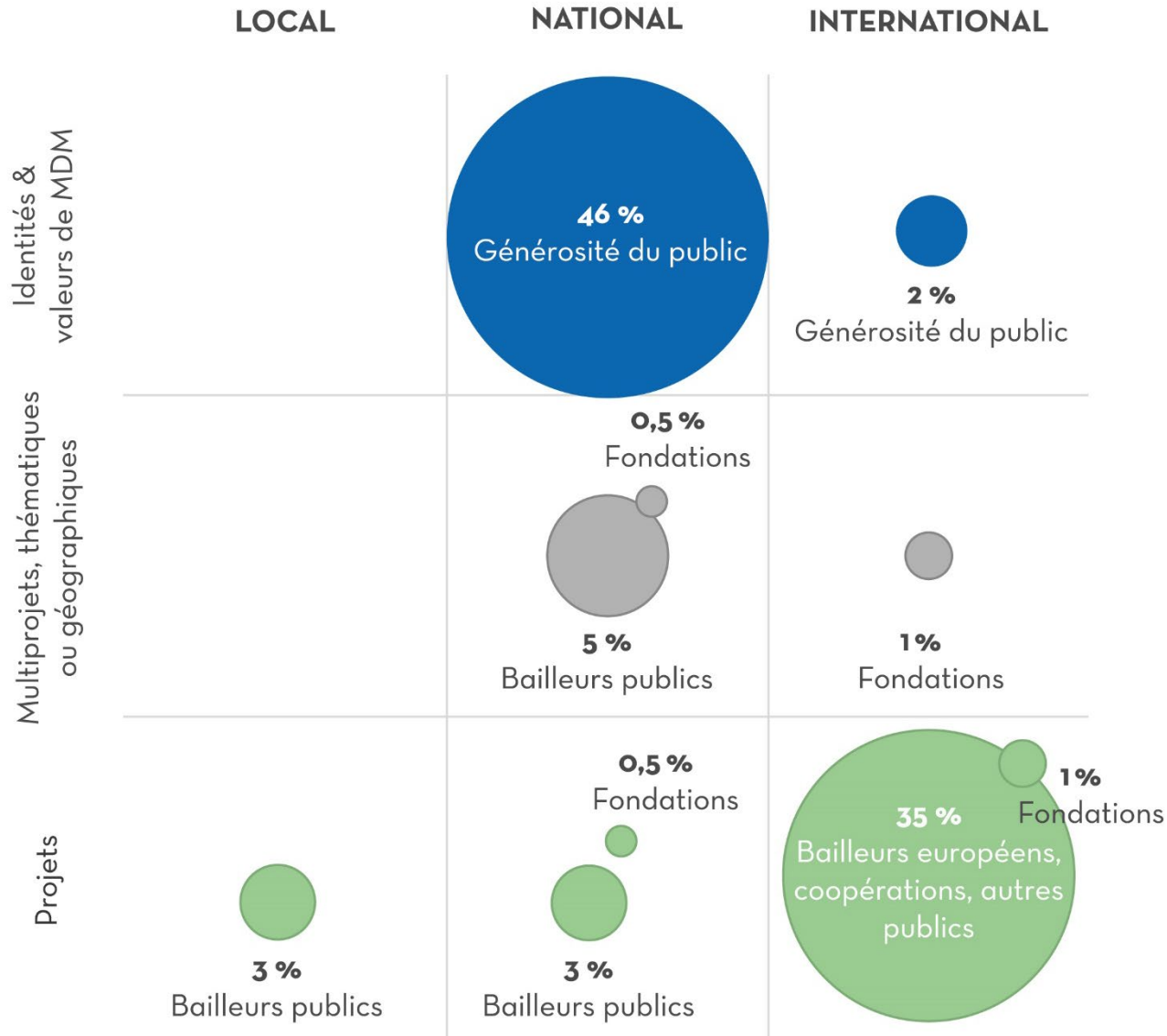
En 2018, le modèle est + complexe, lié aux subventions et à l'étranger

3. Notre modèle économique

- **Fin d'une croissance adossée à la collecte.** Augmentation plus rapide des subventions publiques.
- **Diversification** : + de 70 bailleurs différents
- **Internationalisation** de nos subventions (75%) en lien avec des membres du réseau (Allemagne, Canada, Etats-Unis)
- Le **co-financement** et les projets en **partenariat** sont la règle
- Une **nouvelle approche** : la levée de fonds sur nos combats thématiques prioritaires

Our model in 2018

3. Business model



I
N
2
0
1
8

In 2018, the model is more complex, linked to international grants

3. Business model

- **The growth of the budget is not anymore parallel to the growth of individual giving.** Faster increase in public grants.
- **Diversification:** more than 70 donors
- **Internationalisation** of our grants (75%) linked to MdM chapters in Germany, Canada, the USA
- **Co-financing** and projects in partnership are common
- A new approach: raising funds for our priority thematic

Pour l'avenir : une dynamique ambitieuse et ouverte

3. Notre modèle économique

- Avec l'analyse de notre environnement, nous avons **revisité, en le projetant dans l'avenir, notre modèle économique**
- Ces éléments ont été intégrés dans les **orientations politiques du CA sur le développement et la croissance de MdM-France**

Looking to the future with ambition and openness

3. Business model

- With the analysis of our environment, we have revisited, by projecting it into the future, our economic model
- These elements have been integrated into the political orientations of the Board on the development and growth of MdM-France

Notre ambition

- ⇒ Renforcer notre **impact** et notre **influence**
- ⇒ **Croître pour réaliser cette ambition** avec optimisme et réalisme
- ⇒ Une croissance portée par les **opérations internationales** dans un nombre de pays limité

Our ambition

- ⇒ To increase our **impact** and our **influence**
- ⇒ **Growing** to achieve our ambitions
- ⇒ **Growth driven by international operations** in a limited number of countries

Notre socle historique
comme condition de la
croissance

- ⇒ Les **dons**
- ⇒ L'**engagement militant**
bénévole et salarié
- ⇒ Notre organisation
associative et le
développement de la
place des bénévoles

Political orientations on development and growth of MdM-France

Our two-fold foundation conditions for growth

- ⇒ Individual giving
- ⇒ The commitment of both volunteers and salaried staff
- ⇒ The development of the role of the volunteers

Le développement des financements bailleurs

- ⇒ Des financements **multiprojets**, pluriannuels, plus conséquents, parfois à **100%, en alliance**
- ⇒ Un **dialogue stratégique** pour développer notre influence
- ⇒ Être en capacité de **négozier** ou répondre à certaines exigences quand nous voulons **accepter** un financement mais aussi de les **refuser**

Political orientations on development and growth of MdM-France

The development of public and institutional funds

- ⇒ **Multi-project**, multi-country projects, bigger volumes, **100%** funded projects, in partnership
- ⇒ **Strategic dialogue** to influence the debates
- ⇒ In a restricted external environment: **negotiate, accept or refuse**

Une organisation adaptée

- ⇒ Pour répondre aux grands enjeux liés à notre ambition
- ⇒ Des ressources à préciser notamment pour mettre en œuvre la stratégie de financement
- ⇒ Être créatif et réactif comme nous avons su l'être pour répondre à la pandémie !

Political orientations on development and growth of MdM-France

Our internal organisation

- ⇒ To be coherent with the **external challenges** we need to address
- ⇒ To make **relevant changes** to our work and **define the necessary capacities to implement** the funding strategy
- ⇒ To maintain our **creativity** and **responsiveness**



Pour conclure

- Un modèle économique + complexe aujourd'hui
- L'ambition du CA : rendre explicites ses choix pour le développement de MdM et de rendre possible la croissance des opérations internationales
- A confronter au contexte actuel : nous ferons un point d'étape dans 1 an !

In a nutshell

- Today, our business model is more complex!
- The Board's ambition : to make explicit its choices for the development of MdM and to make possible the growth of international operations
- The ambition will be challenged by the current context: let's see our progresses in 1 year

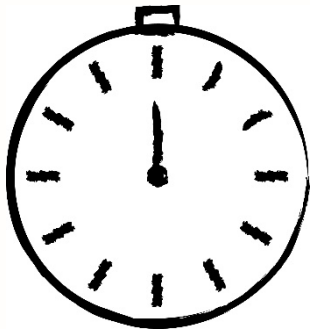
La suite du projet

4. Nos choix de leviers de financement

Stratégie en cours de finalisation : plan d'action et des ressources nécessaires

5. Organisation

Début du travail sur l'organisation



Les changements prennent du temps ! Il faudra 2 à 3 ans pour déployer complètement la stratégie de financement et qu'elle porte ses fruits.

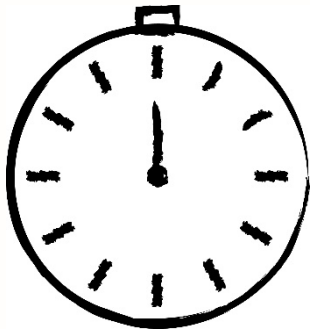
Next steps

4. Our choices for funding levers

The strategic document will be finalised soon: action plan and needed resources

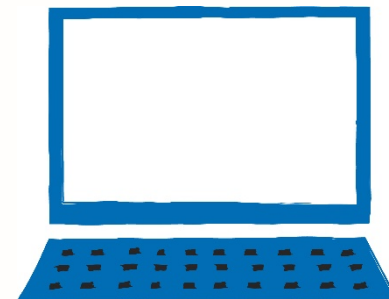
5. Organisation

Starting working on the organisation



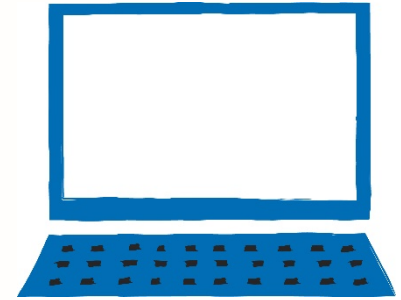
Changes need time! We need 2 to 3 years to fully implement the new funding strategy and achieve the first outcomes

Pour en savoir plus



- Note CA orientation politique pour le développement et la croissance de MdM
- Quizz sur notre modèle économique et analyse complète du modèle
- Note évolution des ressources pour les ONG
- Charte des financements et vidéo de la charte
- Bibliographie et références

Pour en savoir plus



- Policy note of the Board on the development and growth of MdM
- Quiz on the evolution of our model since 2000
- The ressources available for NGOs
- Funding Charter
- Bibliography and references