

PAS À PAS

2020 • NUMÉRO 111

learn.tearfund.org

COLLECTER DES FONDS LOCALEMENT



DANS CE NUMÉRO

- 3** La collecte de fonds, un ministère
- 6** Bien gérer l'argent
- 10** Le récit visuel
- 12** Une communication qui incite à l'action
- 14** Entreprendre pour transformer
- 15** Travailler en partenariat avec les administrations

tearfund

DANS CE NUMÉRO

ARTICLES

- 3 La collecte de fonds, un ministère
- 6 Bien gérer l'argent
- 8 Une poignée de riz
- 14 Entreprendre pour transformer
- 15 Travailler en partenariat avec les administrations

RUBRIQUES RÉGULIÈRES

- 5 ÉTUDE BIBLIQUE :
Plus que suffisant
- 17 LE COIN DES ENFANTS :
Des graines de gentillesse
- 18 RESSOURCES
- 19 COMMUNAUTÉ
- 20 INTERVIEW :
Collecter des fonds au niveau local

PRATIQUE

- 9 Derrière l'objectif
- 10 Le récit visuel
- 12 Une communication qui incite à l'action
- 16 Les réseaux sociaux

PAS À PAS

COLLECTER DES FONDS LOCALEMENT

Avant, je pensais qu'il était difficile de « convaincre » les gens de donner de l'argent pour soutenir des projets et des programmes. Mais à force d'entendre des histoires illustrant à quel point il peut être gratifiant de rencontrer des personnes qui ont le désir de changer les choses grâce à leurs dons, j'ai commencé à voir les choses autrement.

J'ai ensuite eu l'occasion d'en faire moi-même l'expérience. À mon retour d'un voyage en Haïti, j'ai rendu visite à un groupe de personnes qui voulaient en savoir plus sur le travail des gens que j'avais rencontrés là-bas. Étant donné que j'avais moi-même recueilli leurs témoignages, il m'était facile d'en parler. Quelle joie lorsque certaines personnes du groupe ont décidé de financer le projet ! J'ai quitté cette rencontre encouragée, et interpellée par la générosité du groupe. Cela m'a fait prendre conscience que c'est une joie et un privilège d'inviter des gens à prendre part au travail que nous faisons (pages 3 et 20).

Il existe de nombreuses façons de mobiliser des fonds, que ce soit par le biais d'initiatives locales (page 8), de la création d'entreprises (page 14) ou de partenariats avec les administrations (page 15). Dans tous les cas, une bonne communication est essentielle (page 12). Pour cela, l'utilisation de photos, de vidéos et des réseaux sociaux peut être utile (pages 9 à 11 et 16). Et en tant que bons gestionnaires des ressources qui nous sont confiées, la redevabilité et la transparence s'imposent en toutes circonstances (page 6).

Paul a expliqué aux Corinthiens que ce que nous donnons doit venir du cœur et être donné sans contrainte et avec joie (2 Corinthiens 9:7). C'est en partageant tous généreusement l'argent, le temps et les dons que Dieu nous a accordés que nous pourrions rendre le monde meilleur.

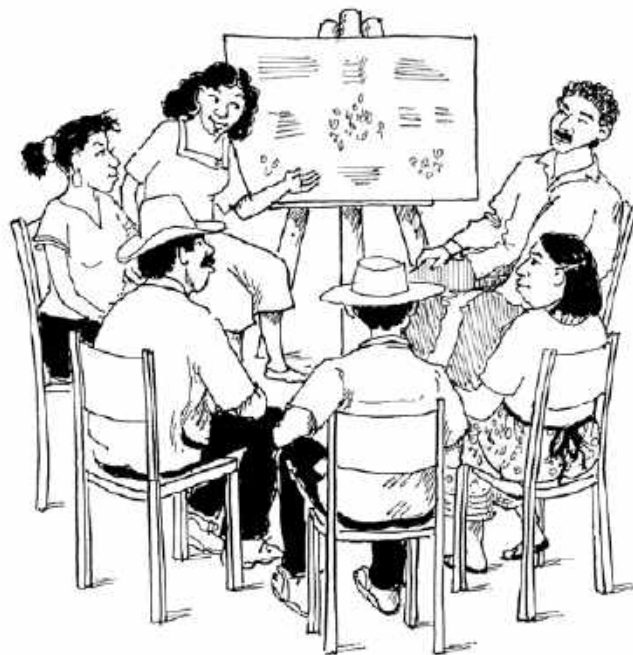


Jude Collins – Rédactrice en chef

📷 Photo de couverture : Au Bangladesh, les groupes communautaires collectent souvent des fonds pour des projets comme l'amélioration des routes, ou l'eau potable et l'assainissement. Photo : Ralph Hodgson/Tearfund



Nicky Crampton



Prenez le temps d'expliquer aux gens l'importance de votre projet et son impact.

LA COLLECTE DE FONDS, UN MINISTÈRE

Lorsque j'explique aux gens que mon travail consiste à collecter des fonds, ils me répondent souvent des choses du genre : « Je n'aimerais pas faire ça », ou « Ça doit être difficile ». Je leur demande alors ce qu'ils ressentent lorsque quelqu'un fait preuve de générosité à leur égard, ou lorsqu'ils se montrent généreux envers les autres. La plupart des gens me confient alors à quel point leur vie s'en trouve enrichie, et qu'ils éprouvent du soulagement et un sentiment d'accomplissement.

Pourquoi les gens pensent-ils que lever des fonds est une tâche difficile, s'il y a tant de joie à donner et à recevoir ? Peut-être parce que, si la générosité existe, il y a également beaucoup de cupidité dans ce monde.

ÉQUILIBRE

Jésus a dit : « Personne ne peut servir deux maîtres, car ou il détestera le premier et aimera le second, ou il s'attachera au premier et méprisera le second. Vous ne pouvez pas servir Dieu et l'argent. » (Matthieu 6:24). Il a également dit : « Gardez-vous avec soin de toute soif de posséder, car la vie d'un homme ne dépend pas de ses biens, même s'il est dans l'abondance. » (Luc 12:15).

Quand j'ai commencé à collecter des fonds, je me suis vite aperçue que les personnes les plus généreuses sont souvent celles qui savent se contenter de peu. Elles savent que

« LA COLLECTE DE FONDS EST UNE ACTIVITÉ PASSIONNANTE, QUI APPORTE BEAUCOUP DE SATISFACTION. C'EST UNE EXPRESSION DU MINISTÈRE CONFIANTE, JOYEUSE ET PLEINE D'ESPOIR. EN NOUS METTANT AU SERVICE LES UNS LES AUTRES, CHACUN À PARTIR DES RICHESSES QU'IL POSSÈDE, NOUS ŒUVRONS ENSEMBLE POUR ÉTABLIR LE ROYAUME DE DIEU. » HENRI NOUWEN

l'argent pourrait devenir leur maître, mais elles sont déterminées à ne pas se laisser faire. Elles donnent généreusement une part de ce qu'elles ont, et cela les aide à préserver un équilibre dans leur vie, tout en étant une bénédiction pour les autres.

MINISTÈRE

J'ai découvert la joie qu'il y a à parler de générosité aux gens. J'aime les inviter à participer à quelque chose de plus grand qu'eux, afin de contribuer à réduire la pauvreté, de renforcer le pouvoir d'action de l'Église, d'apporter de la dignité et de guérir le monde de Dieu.

Henri Nouwen, dans son ouvrage *A spirituality of fundraising*, dit : « La mobilisation de fonds est avant tout une forme de ministère. Mobiliser des fonds, c'est proclamer ce que nous croyons, de manière à donner à d'autres la possibilité de participer

à notre vision et à notre mission. Lorsque nous nous employons à mobiliser des fonds, nous ne disons pas : 'S'il vous plaît, pourriez-vous nous aider, car ces derniers temps, les choses ont été difficiles.' Nous déclarons plutôt : 'Nous avons une vision formidable et passionnante. Nous vous invitons à vous investir à travers les ressources que Dieu vous a confiées (votre énergie, vos prières et votre argent) dans cette œuvre à laquelle Dieu nous a appelés.' »

Voir les gens investir dans l'œuvre de Dieu m'a incitée à reconsidérer mon attitude à l'égard de l'argent et à faire les changements nécessaires. Aujourd'hui, je sais également que Dieu est pleinement présent dans les conversations que j'ai à ce sujet. Je me suis aperçue que du moment que j'ai bien fait mon travail, si les gens ne souhaitent pas donner, c'est que le Seigneur a prévu une autre opportunité pour eux. Cela n'a rien à voir avec moi. C'est l'affaire de Dieu, pas la mienne.

Lorsqu'un projet requiert une somme d'argent importante, je n'ai pas peur. Je suis très enthousiaste, sachant que Dieu est déjà en train de mobiliser son peuple et de l'appeler à quelque chose de nouveau, qui bénira toutes les personnes impliquées.

Laissez Dieu se servir de vous pour inviter des personnes à participer à votre vision. Si le Seigneur est déjà en train de parler à vos sympathisants de son œuvre, vous frappez à une porte ouverte. Préparez-vous à ce que le Seigneur fasse plus que vous ne pourriez jamais demander ou imaginer (Éphésiens 3:20).

RÉUSSIR UNE COLLECTE DE FONDS

PRIEZ

Commencez toujours par prier. L'œuvre que vous invitez les gens à soutenir enrichira-t-elle leur vie et les entraînera-t-elle à participer au vaste plan de Dieu ? Demandez à Dieu de vous diriger vers les bonnes personnes au bon moment. Priez qu'il guide vos conversations, et qu'il soit glorifié, quelle que soit l'issue.

NOUEZ DES RELATIONS

Une mobilisation de fonds réussie repose sur de bonnes relations. Les gens doivent pouvoir être sûrs que leur argent sera utilisé de manière responsable.

Réfléchissez bien à la façon dont vous allez leur demander de l'argent. Le moyen le plus efficace consiste à les rencontrer en personne. Il vous faudra donc peut-être aller voir des personnes, une Église, une entreprise ou une administration. Si vous décidez d'envoyer un courrier, mieux vaut l'adresser à une personne spécifique, au lieu d'envoyer des lettres standard et impersonnelles.

Dans la mesure du possible, et si c'est approprié, proposez aux gens de venir voir ce que vous faites. En plus de les aider à mieux comprendre le projet, ces visites contribueront à créer des liens durables entre les personnes qui apportent leur soutien et les communautés où vous travaillez.

EXPLIQUEZ LE PROBLÈME

Expliquez très clairement la situation que vous vous efforcez d'améliorer et ce qui risque de se passer si rien n'est fait. Par exemple, n'expliquez pas seulement ce que vous comptez faire pour remédier à un problème d'accès à l'eau et à l'assainissement ; expliquez **pourquoi** le problème est si grave pour la communauté.

Utilisez des témoignages, des photos, voire des petites vidéos pour aider les donateurs potentiels à s'identifier aux communautés. Expliquez ce que vous prévoyez de faire, avec qui et comment. Incluez un budget dans

vos propositions, ainsi qu'une estimation du nombre de personnes qui bénéficieront du projet.

Expliquez comment vous prévoyez d'assurer le suivi des progrès et d'en évaluer l'impact. Décrivez les retombées durables attendues du projet.

REMERCIEZ

Lorsque les gens font un don, n'oubliez pas de les remercier !

Envoyez-leur des nouvelles et des rapports pour qu'ils puissent prier pour votre projet et en connaître l'impact. Partagez les bonnes nouvelles et les mauvaises. Si vous avez décidé de travailler à un endroit, c'est qu'il y a des défis à relever. Si certaines choses se passent mal, communiquez rapidement ce qui s'est produit et pourquoi. Expliquez ce que vous avez appris et les modifications que vous prévoyez d'apporter au projet pour l'améliorer.

.....
Nicky Crampton dirige une équipe de collecteurs de fonds pour Tearfund Royaume-Uni.

Courriel : nicky.crampton@tearfund.org



CONSEIL LECTURE : WHEN MONEY GOES ON MISSION

Fundraising and giving in the 21st century

(Lorsque l'argent part en mission – La mobilisation de fonds et les dons au 21^e siècle)

Rob Martin



La raison majeure pour laquelle de nombreux ministères et organisations manquent de finances pour leurs activités pourrait bien être l'appréhension qu'ils ont à collecter des fonds, plutôt que le manque de générosité des donateurs.

Dans cet excellent ouvrage (en anglais), Rob Martin explique clairement que la mobilisation de fonds ne devrait pas être une chose difficile, et que personne ne doit se sentir obligé de donner. Lorsque l'acte de demander, de donner et de recevoir repose sur des relations, la mobilisation de fonds devient une joie, aussi bien pour ceux qui collectent que pour ceux qui donnent. L'objectif d'une collecte de fonds est donc d'attirer les donateurs au ministère en présentant des témoignages et en rapprochant leur passion de celle du ministère.

When money goes on mission fournit des conseils pratiques sur l'exercice des responsabilités, la communication, la redevabilité et de nombreux autres aspects essentiels de la mobilisation de fonds. Et surtout, l'ouvrage nous montre que la mobilisation de fonds basée sur les relations est un ministère joyeux !

.....
Chronique du Révérend Dr Sas Conradie, directeur théologique et travail en réseau pour Tearfund (Afrique).

When money goes on mission est publié par Moody Publishers, 820 N. LaSalle Boulevard, Chicago, IL 60610, États-Unis.

www.whenmoneygoesonmission.com



Révérend Dr Shadrach Vegah



Les Israélites ont fourni tout ce qu'il fallait pour construire et aménager le tabernacle.

ÉTUDE BIBLIQUE

PLUS QUE SUFFISANT

Lisez Exode 25:1-9 ; 35:4-29 ; 36:2-7

À l'époque où les Israélites erraient dans le désert, Dieu a dit à Moïse de construire et d'aménager un beau lieu de culte : le tabernacle. Une fois celui-ci achevé, Dieu l'a rempli de sa gloire (Exode 40:34). Il est devenu un lieu saint, où les gens pouvaient vivre la présence de Dieu de manière unique.

Avant que les travaux du tabernacle ne commencent, Dieu a chargé Moïse de demander aux Israélites de fournir tout ce qu'il fallait pour ce projet : de l'or, de l'argent, du bronze, du fil de couleur, du lin fin, du bois, de l'huile d'olive, des épices et des pierres précieuses (Exode 25:3-7). Toutes ces choses avaient une grande valeur pour les Israélites errants. Ces derniers étaient également invités à mettre à disposition leur temps et leurs compétences pour Dieu et pour le projet (Exode 35:10).

Dieu a insisté sur le fait que les dons devaient être volontaires de la part des personnes qui avaient à cœur de donner (Exode 25:2). Il voulait que personne ne se sente obligé de contribuer.

STOP !

Moïse ayant rapporté au peuple les instructions de Dieu, les Israélites ont commencé à donner avec abondance : « Chaque matin, on apportait encore à Moïse des offrandes volontaires. » (Exode 36:3). Les constructeurs ont dû finir par demander à Moïse de dire aux gens d'arrêter de donner !

Ils avaient trop d'offrandes ! « On empêcha ainsi le peuple d'en apporter. Les objets préparés suffisaient pour tous les travaux à réaliser, et il y en avait même trop. » (Exode 36:6-7).

Voilà une belle illustration de dons joyeux, abondants et généreux faits au Seigneur par son peuple.

AVEC LE CŒUR

Une offrande est quelque chose que nous donnons à Dieu pour son œuvre. Ce que nous donnons doit venir du cœur, et être donné sans contrainte et avec joie (2 Corinthiens 9:7).

Lorsque notre cœur est touché par la grâce de Dieu et que nous prenons conscience de tout ce qu'il a fait pour nous, cela suscite en nous le désir de donner. Notre don devient un acte d'adoration et une action de grâce (1 Chroniques 16:29). Peut-être que si les Israélites ont tant donné, et si volontiers, c'est parce qu'ils se souvenaient de la façon dont Dieu les avait sauvés de l'esclavage en Égypte, et qu'ils étaient reconnaissants de la manière dont il pourvoyait à leurs besoins dans le désert.

Lorsque nous apportons quelque chose à Dieu, nous devons lui donner le meilleur de nous-même. Peu importe notre richesse ou notre pauvreté (Luc 21:1-4). Il n'y a pas que l'argent ou les choses de valeur : nous pouvons aussi donner notre temps et nos compétences.



QUESTIONS POUR LA DISCUSSION

- D'après vous, pourquoi Dieu a-t-il demandé ces offrandes aux Israélites ?
- Selon vous, qu'est-ce qui les a incités à donner plus que prévu pour le projet ?
- Pourquoi Dieu nous demande-t-il de lui apporter des offrandes aujourd'hui ? Quelle forme prennent ces offrandes dans votre contexte ?
- Les Israélites ont librement donné à Dieu des choses de valeur comme de l'or, de l'argent et du bronze. Aujourd'hui, sommes-nous prêts à donner à Dieu ce que nous avons de meilleur, ou de plus précieux, pour son œuvre ?
- Si nous n'avons pas de choses de valeur à donner, quels autres types d'offrandes pourrions-nous apporter à Dieu ?

Le Révérend Dr Shadrach Vegah est pasteur principal de l'Église baptiste Gospel de Bamenda, au Cameroun. Il est également président du Conseil d'évangélisation et de mission de la Convention baptiste du Cameroun.

Courriel : vegahsz@yahoo.com



Dr Gary G Hoag

BIEN GÉRER L'ARGENT

Aux tout débuts de l'Église, Paul a demandé à ses adeptes de la ville de Corinthe de régulièrement mettre de côté une petite part de leurs revenus pour aider les habitants de Jérusalem touchés par la famine et la pauvreté. Les lettres qu'il a adressées aux Corinthiens sont depuis devenues la base de l'enseignement chrétien sur la générosité, la collecte de fonds et la redevabilité.

GÉNÉROSITÉ

Paul ne mendiait pas. En revanche, il enseignait à ses adeptes l'importance de donner généreusement. Il les encourageait à mettre régulièrement de l'argent de côté afin qu'ils aient toujours de quoi partager.

« En ce qui concerne la collecte en faveur des saints, faites, vous aussi, comme je l'ai prescrit aux Églises de la Galatie : que chacun de vous, le dimanche, mette de côté chez lui ce qu'il pourra, en fonction de ses moyens, afin qu'on n'attende pas mon arrivée pour récolter les dons. » (1 Corinthiens 16:1-2).



Formation à la collecte de fonds pour responsables d'Églises et de ministères en Égypte, dans le cadre de l'initiative NABLA. Photo : NABLA Initiative

ENCOURAGER LA GÉNÉROSITÉ

En Égypte, il existe de nombreux ministères chrétiens reconnus, mais nous dépendons essentiellement d'un soutien extérieur, car nous n'avons pas la tradition du don.

Nous sommes néanmoins en train de prendre conscience que Dieu nous a déjà donné tout ce dont nous avons besoin. Notre groupe de redevabilité (NABLA Initiative) libère le potentiel des Églises et des ministères en les dotant des moyens dont ils ont besoin pour encourager la générosité, enseigner sur le sujet de la collecte de fonds d'un

point de vue biblique, et promouvoir la redevabilité financière.

Aujourd'hui, NABLA Initiative compte six membres accrédités et nous nous attendons à ce que bien d'autres rejoignent le mouvement. Avec le temps, nous espérons également servir l'ensemble de l'Église dans la région du Moyen-Orient et de l'Afrique du Nord.

.....
Adel Azmy Matta, directeur général de NABLA Initiative, Égypte.
www.nabla-initiative.org

COLLECTE DE FONDS

Paul a ensuite demandé aux Corinthiens de choisir des personnes de confiance pour gérer les dons et les distribuer. Si les fonds étaient mal gérés, ou gérés par des personnes corrompues, les gens refuseraient de donner.

« Quand je serai chez vous, j'enverrai avec des lettres ceux que vous aurez choisis pour porter vos dons à Jérusalem. » (1 Corinthiens 16:3).

Ces lettres étaient la preuve que les personnes qui s'occupaient de l'argent étaient dignes de confiance.

REDEVABILITÉ

Dans la deuxième lettre de Paul aux Corinthiens, nous voyons les règles que

INSTAURER LA CONFIANCE

CONFIABLE, qui signifie « digne de confiance », est un groupe de redevabilité établi au Guatemala. Le groupe a été créé pour aider les ministères à instaurer la confiance et à promouvoir la libéralité au plan local, malgré des antécédents de corruption dans le pays.

CONFIABLE promeut sept normes de gestion organisationnelle :

1. un engagement à opérer selon des valeurs et des pratiques bibliques
2. une bonne gouvernance, par l'intermédiaire d'un conseil d'administration indépendant composé d'au moins cinq personnes qui se réunissent deux fois par an
3. la responsabilité financière, qui implique des audits indépendants et la

production d'états financiers complets et exacts

4. le respect de la loi, en veillant à ce que les ressources soient utilisées de manière responsable
5. la transparence, qui implique de présenter des états financiers et tout autre document exigé par la loi
6. des salaires équitables et des valeurs d'intégrité et de respect dans toutes les transactions avec les individus et les organisations

7. la bonne administration des dons caritatifs, fondée sur les principes de la générosité chrétienne.

Bien que CONFIABLE soit une initiative récente, les membres du groupe jouissent déjà d'une forte crédibilité et d'une excellente réputation auprès des donateurs. Des personnes d'autres pays, dont El Salvador et le Brésil, s'intéressent déjà à cette initiative et envisagent de discuter des sept normes et de créer des groupes similaires.

.....
Juan Callejas, président du conseil d'administration de CONFIABLE, Guatemala.

suivaient les personnes impliquées dans la collecte de fonds. Par exemple, elles voyageaient par deux, afin de réduire les risques de tentation ou de vol. C'était plus de travail, mais elles prenaient ces précautions pour veiller à honorer Dieu dans tout ce qu'elles faisaient.

« Nous voulons en effet éviter qu'on nous critique au sujet de la forte somme dont nous avons la charge, car nous recherchons ce qui est bien non seulement devant le Seigneur, mais aussi devant les hommes. » (2 Corinthiens 8:20-21).

Lorsque les gens financent une œuvre, ils veulent que l'argent soit utilisé à bon escient. S'il est bien dépensé, ils pourront à

nouveau confier leur argent à l'Église ou à l'organisation en question. Mais s'il n'est pas utilisé à bon escient, ils ne souhaiteront plus financer cette œuvre et l'organisation risque d'entacher sa réputation.

GROUPES DE REDEVABILITÉ

Il existe différentes manières de rendre des comptes. Vous pouvez faire un retour d'information par le biais de réunions, produire des rapports réguliers, ou procéder à des évaluations indépendantes.

Aujourd'hui, de nombreuses Églises et organisations chrétiennes collaborent en formant des groupes spécifiquement chargés de la redevabilité. Chaque groupe veille à ce que ses membres respectent les normes établies en matière de gestion responsable. L'appartenance certifiée à l'un de ces groupes assure aux donateurs que leur argent sera bien utilisé.

Des « groupes de redevabilité » ont été créés dans plusieurs pays, dont l'Australie (CMA Standards Council), le Canada (CCCC), la Corée du Sud (CCFK), l'Égypte (NABLA Initiative), les États-Unis (ECFA), le Guatemala (CONFIABLE), l'Inde (EFAC), le Kenya (AfCAA, au service de l'ensemble de l'Afrique) et les Philippines (CCTA).

NORMES

Pour Paul, la générosité, la collecte de fonds et la redevabilité étaient étroitement liées. Le peuple de Dieu devait suivre certaines directives pour préserver et prouver son honnêteté et son intégrité. Ce modèle, qui permet de garantir le respect de certaines normes dans le but

d'instaurer la confiance et d'encourager les gens à donner généreusement au niveau local, est encore d'actualité.



QUESTIONS POUR LA DISCUSSION

- Comment votre Église ou votre organisation communiquent-elles sur la générosité, et comment l'encouragent-elles ? Pourriez-vous en faire davantage ?
- Comment pourriez-vous vous assurer que les personnes engagées dans le ministère de la collecte de fonds sont des personnes de confiance ?
- Comment un groupe comme NABLA Initiative ou CONFIABLE pourrait-il vous aider à renforcer la redevabilité financière dans votre contexte ?

.....
Le Dr Gary G Hoag est président-directeur général de Global Trust Partners (GTP). GTP aide les pasteurs et responsables de ministère d'Églises nationales à instaurer la confiance et à promouvoir la libéralité au plan local pour l'œuvre de Dieu. S'il n'existe pas de « groupe de redevabilité » dans votre pays, GTP peut vous aider à en créer un.

Écrivez à : GTP, PO Box 101132, Denver, CO 80250, États-Unis.

Courriel : mail@gtp.org
www.gtp.org

DÉFINITIONS

Crédibilité

Capacité à gagner la confiance d'autrui.

Gestion responsable

Administration prudente de l'argent ou des biens qui appartiennent à Dieu et qu'il a confiés à des individus, des groupes ou des organisations pour qu'ils les utilisent conformément aux instructions bibliques.

Redevabilité

Obligation de rendre des comptes sur ce que l'on fait et de le justifier de façon satisfaisante.

UNE POIGNÉE DE RIZ

L'initiative Buhfai tham (« poignée de riz ») a été lancée en 1910 dans l'État du Mizoram, dans le nord-est de l'Inde. Cette pratique prévoit que chaque famille, essentiellement de l'ethnie Mizo, mette de côté une poignée de riz à chaque fois qu'elle prépare un repas. Puis, régulièrement, les familles font don à l'Église de ce qu'elles ont collecté. À son tour, l'Église vend le riz et génère ainsi des revenus pour soutenir son œuvre.

Au fil du temps, les dons de riz ont augmenté et les gens ont également commencé à donner d'autres choses, comme du bois de chauffage, des légumes et d'autres produits. Grâce à cela, les Églises du Mizoram sont désormais autonomes.

Un des responsables d'Église explique : « Nous ne recevons aucun financement extérieur. Tout l'argent que nous avons, nous le collectons entre nous. L'État du Mizoram n'est pas riche, pourtant nous pouvons collecter des fonds pour le ministère du Seigneur. Aujourd'hui, nous pouvons soutenir 1 800 responsables d'Église.

Ici, nous disons souvent : 'Tant que nous avons quelque chose à manger chaque jour, nous avons quelque chose à donner à Dieu chaque jour.' »

INSPIRATION EN CÔTE D'IVOIRE

Edmond est pasteur dans le village de Nassian, en Côte d'Ivoire. À son arrivée, le village ne comptait qu'une petite congrégation, et l'église était en très mauvais état.

Pour Edmond, il était important de reconstruire l'église, mais la région étant pauvre, sa congrégation n'en avait pas les moyens. Au cours de sa formation, il avait appris que de grandes choses peuvent être réalisées à partir d'une simple « poignée de riz », alors il a commencé à parler de reconstruire l'église « avec un kilo de ciment à la fois ».

La principale culture agricole de la région est la noix de cajou, et la plupart des gens en possèdent plusieurs arbres. Les membres de l'Église ont eu l'idée d'écrire 1, 2 ou 3 sur des bouts de papier, ce qui correspondait à



📷 Si tout le monde donne un peu chaque jour, de grandes choses peuvent être accomplies.
Photo : Ralph Hodgson/Tearfund

1, 2 ou 3 anacardiers. Les bouts de papier ont été pliés puis placés dans une boîte. Chaque membre de l'Église a pioché un morceau de papier et accepté de donner la récolte de noix de cajou correspondant au nombre d'arbres indiqué. Les noix ont ensuite été vendues pour acheter les matériaux nécessaires à la rénovation du bâtiment et financer les ministères de l'Église.

Un agriculteur, Illio, a tiré le numéro 3, mais lorsqu'il a fait sa récolte, il a annoncé qu'il donnait les noix de cajou non pas de 3, mais de 21 arbres ! Il a fait la même chose l'année suivante, et a également donné à Edmond, nouveau venu dans le village, des terres pour qu'il plante ses propres arbres.

Le bâtiment de l'église est à présent terminé, avec deux salles supplémentaires pour des cours d'alphabétisation et d'autres activités.

Les membres de l'Église ont entrepris de travailler des parcelles d'essai dans le but d'améliorer les rendements. Les jeunes mènent des projets ensemble au service de leur communauté. Toutes ces activités ont incité des habitants d'autres villages à venir voir ce qui se passait et à demander conseil pour pouvoir apporter des changements dans leurs propres communautés.

Edmond dit : « Nous pouvons mener ces activités dans nos Églises en recensant les capacités et les ressources disponibles et en donnant à chacun la possibilité de participer. »

.....
Vous pouvez visionner une vidéo sur Buhfai tham au Mizoram sur <https://vimeo.com/163251947>



Margaret Chandler

DERRIÈRE L'OBJECTIF

Le succès de toute campagne de collecte de fonds dépend de notre capacité à attirer l'attention du public sur le travail que l'on fait. Les photos et les vidéos sont pour cela d'excellents outils. Les gens aiment les regarder, et elles permettent souvent de partager des informations plus rapidement et plus efficacement qu'avec des mots.

Mais avant de prendre l'appareil, il y a quelques points importants à prendre en compte.

DEMANDER L'AUTORISATION

Ne photographiez/filmez jamais les gens sans demander au préalable leur autorisation.

Dans les contextes de groupe, comme des réunions ou des cultes, demandez au responsable d'annoncer que vous allez prendre des photos ou filmer. Les gens doivent avoir la possibilité de s'asseoir ailleurs s'ils préfèrent ne pas figurer sur les photos ou dans les vidéos.

Si vous prenez des photos dans un lieu public (p. ex. dans la rue), ou si les personnes qui y apparaissent ne peuvent être identifiées, il n'est généralement pas nécessaire de demander leur autorisation. Toutefois, si c'est possible, il est conseillé de le faire.

Si vous photographiez des enfants, il est important d'obtenir l'autorisation de l'adulte qui en a la charge.

Veillez à ce que les gens comprennent bien tout ce qui est mentionné dans l'encadré ci-dessous avant de décider de vous autoriser à les photographier ou les filmer.

HONNÊTÉTÉ

Lorsque vous prenez des photos ou que vous filmez, il est important que vous respectiez les droits et la dignité des personnes. Vos images ne doivent pas exagérer ou déformer la vérité. Exemples :

- ne demandez pas aux gens d'avoir l'air triste ou de pleurer pour la photo/vidéo
- lorsque vous prenez une photo de quelque chose, ne dites pas ou n'insinuez pas ensuite qu'il s'agit d'autre chose
- si votre photo montre une situation inhabituelle, p. ex. des enfants non scolarisés, ne l'utilisez pas pour sous-entendre que le problème est plus grave qu'il ne l'est. Dans la mesure du possible, utilisez plusieurs images pour refléter fidèlement l'ensemble de la situation.



Les appareils photo des téléphones portables sont de plus en plus performants. Certains sont aujourd'hui capables de prendre d'excellentes photos et vidéos. Photo : Rhiannon Horton/Tearfund

Demandez-vous si les personnes photographiées considéreraient vos images comme étant fidèles à la réalité si elles étaient amenées à les voir, et si leur utilisation leur paraîtrait honnête. Dans la mesure du possible, par respect, demandez aux personnes concernées l'autorisation de mentionner leur nom sous les photos. Mentionnez également le nom du photographe.

Margaret Chandler est coordinatrice de la bibliothèque d'images pour Tearfund Royaume-Uni.

CINQ CHOSES QUE LES GENS DEVRAIENT SAVOIR AVANT D'ACCEPTER D'ÊTRE PHOTOGRAPHIÉS OU FILMÉS

- 1. POURQUOI** vous souhaitez les prendre en photo ou les filmer, p. ex. pour montrer l'excellent travail que fait l'Église locale.
- 2. COMMENT** les images seront utilisées, p. ex. sur un site internet, dans des publications imprimées ou lors de réunions.
- 3. QUI** pourra utiliser ces images, p. ex. uniquement les membres de votre organisation.
- 4. DANS QUEL BUT** elles seront utilisées, p. ex. collecte de fonds, campagne, sensibilisation.
- 5. DROIT DE REFUS** Rassurez les gens en leur expliquant que s'ils ne souhaitent pas être photographiés ou filmés, cela n'aura aucune incidence sur leur relation avec vous ou votre organisation.



LE RÉCIT VISUEL

Karen Lau et Andrew Philip

Les photos ou les vidéos peuvent vous aider à raconter des histoires qui montrent l'importance de votre travail et son impact.

Éléments d'un bon récit :

- **CONTEXTE** : le pourquoi de votre récit et où cela se passe
- **SUJETS** : personnes, animaux ou autres choses impliquées dans l'histoire
- **ACTION** : ce qui se passe

Voici un récit visuel qui présente la coopérative de café Fero, dans la région de Sidamo en Éthiopie. La coopérative, qui regroupe des petits exploitants agricoles, est équipée d'une station de lavage des cerises de café. Celle-ci permet aux agriculteurs de gagner davantage que s'ils vendaient les grains non transformés.

Karen Lau est monteuse vidéo et Andrew Philip est directeur de la production audio et vidéo pour Tearfund Royaume-Uni.
Courriel : publications@tearfund.org
Photos : Andrew Philip/Bean There

CONSEIL

Pour pouvoir facilement retrouver vos images plus tard, notez et conservez le lieu, la date, le nom des personnes, les autorisations d'utilisation, ou tout autre élément important pour chaque vidéo et album photos.



Les séchoirs à cerises de café se voient de loin dans ce village de Sidamo, où de nombreuses personnes cultivent du café à l'ombre des arbres de la forêt.

1

Pour situer le contexte, éloignez-vous suffisamment afin de pouvoir présenter une vue d'ensemble. Par exemple, si vous vous rendez dans un village, arrêtez-vous avant pour prendre une photo du village ou le filmer depuis l'extérieur. Si l'action se déroule dans un bâtiment, montrez à quoi ressemble ce dernier à l'intérieur et à l'extérieur.



Les agriculteurs locaux ont créé une coopérative et, ensemble, ils dépulpent les cerises de café, laissent fermenter les grains, puis les lavent.

2

Pour chaque photo ou vidéo, réfléchissez bien à ce que vous souhaitez montrer. Imaginez votre photo dans un cadre. Que voyez-vous sur l'image ? Puis déplacez-vous si nécessaire, et remplissez le cadre en conséquence. Si un élément dans le cadre n'a rien à voir avec votre histoire, cela risque de créer de la confusion.



Le processus de lavage élimine les résidus collants qui restent sur les grains une fois la pulpe des cerises enlevée.

3

Montrez-vous des personnes en train de faire quelque chose ? Attendez qu'elles se soient habituées à votre présence, afin que leur attitude soit naturelle. Essayez de saisir leurs émotions, que ce soit leur rire ou leur inquiétude. Il vous faudra peut-être attendre que cette émotion apparaisse sur leur visage. Déterminez donc d'abord où vous allez vous placer, puis attendez le moment propice pour capter l'émotion.



La pulpe restante est retirée des grains à la main.

4

Si vous voulez montrer des détails, rapprochez-vous et essayez d'exclure tout ce qui n'est pas important pour l'histoire. Vous pouvez le faire en jouant sur la hauteur de l'appareil ou l'angle de prise de vue.



Les grains sont disposés sur des grilles pour être séchés et les travailleurs retirent ceux qui sont endommagés ou difformes.

5

Faites bon usage de la lumière, des couleurs et du contraste (zones claires et sombres) pour que les sujets soient plus visibles.



Les ouvriers retournent régulièrement les grains pour qu'ils séchent uniformément. Une fois le café sec, il est prêt à être vendu.

6

Incluez des rangées ou des motifs dans vos images pour les rendre plus attrayantes.



VIDÉO

Vérifiez la qualité du son. Le son est tout aussi important que l'image. Si vous prévoyez de filmer des personnes qui parlent, approchez le micro de votre téléphone ou caméra de votre interlocuteur. Vous pouvez également utiliser un micro externe.

Veillez à tenir votre smartphone dans le bon sens lorsque vous filmez !

Les vidéos doivent être prises horizontalement, comme sur un écran de télévision. Sinon, lors de leur visionnage, elles ne seront pas à la dimension de l'écran.



Essayez de ne pas bouger. Les personnes ou les objets que vous filmez peuvent en revanche être en mouvement (p. ex. personnes qui marchent ou oiseaux qui volent). Plus vous secouez ou bougez votre appareil, plus les gens auront du mal à regarder la vidéo. Prévoyez un trépied ou un support stable pour poser votre appareil photo/caméra.



Steve Adams

UNE COMMUNICATION QUI INCITE À L'ACTION

L'efficacité de la communication est déterminante pour réussir à mobiliser des fonds. Notre travail a beau être excellent, si nous n'en parlons pas d'une manière qui donne envie aux gens de s'investir, il nous sera difficile de lever les fonds dont nous avons besoin.

Non seulement une communication efficace transmet un message clair, mais elle stimule la partie de notre cerveau qui pousse à l'action.

Notre cerveau contient des milliards de cellules nerveuses qui coordonnent nos pensées, notre comportement, nos mouvements, notre mémoire, nos sensations et notre humeur. Toutes les parties du cerveau fonctionnent de concert, mais chacune est chargée d'une fonction spécifique.

Nous allons considérer le cerveau comme étant composé de deux parties principales :

- le **cerveau externe**, où l'on forge nos opinions et l'on tire des conclusions
- le **cerveau central**, où l'on prend des décisions et l'on passe à l'action.

Chaque fois que nous communiquons, nous transmettons des messages, soit au cerveau externe, soit au cerveau central.

Voici quelques idées pour vous aider à communiquer de manière à inciter les gens à agir, en s'adressant à leur cerveau central. Cela s'applique aussi bien aux dons et à la prière, qu'au bénévolat.

COMMENCEZ PAR LE POURQUOI



Il est souvent plus facile de raconter **ce** que nous faisons, que d'expliquer **pourquoi** nous le faisons. Pourtant, si nous commençons par expliquer pourquoi notre travail est important, nous nous adressons au cerveau central et encourageons ainsi l'action.

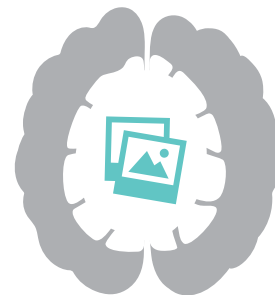
Voici un exemple de message expliquant **ce** que nous faisons : « Par le biais d'une formation à la santé et à l'hygiène, nous aidons les communautés à mettre fin à la pratique de la défécation en plein air et à construire des latrines. » Notre interlocuteur pourra en conclure que notre travail est utile

(cerveau externe), mais il risque de ne pas donner suite aux informations que nous lui avons communiquées.

En revanche, si nous lui expliquons **pourquoi** ce travail est important, nous nous adressons à son cerveau central, et il y a alors de fortes chances qu'il souhaite y donner suite. Par exemple : « La défécation en plein air cause des problèmes de santé liés à des maladies évitables, comme la diarrhée. Les jeunes enfants et les personnes âgées sont particulièrement touchés, et certains en sont morts. De plus, certaines femmes ont été agressées alors qu'elles cherchaient un endroit pour se soulager après la tombée de la nuit. »

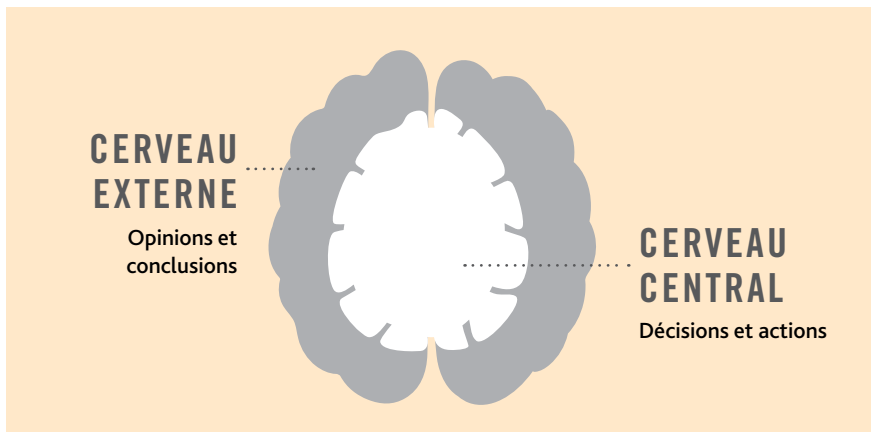
Tout ce que nous avons d'autre à dire sur le projet (ce que nous faisons, la façon dont nous le faisons, où et quand, les personnes impliquées...) viendra ensuite naturellement. En effet, le « pourquoi » agit comme une loupe, qui met en évidence le « quoi » en lui donnant plus de sens.

IMAGES



L'essentiel de ce que nous voyons, ressentons et vivons est archivé dans notre cerveau sous forme d'images. Ce sont ces images qui agissent sur nos émotions et qui déclenchent une réponse au niveau du cerveau central.

Pensez à votre plat préféré, à la pièce dans laquelle vous vous êtes réveillé-e ce matin, à une personne que vous aimez, à un instrument de musique. Voyez-vous des mots, ou votre cerveau a-t-il suscité des images ?



Il est important que notre communication avec nos donateurs potentiels suscite des images dans leur esprit. Si ce que nous disons et écrivons est plus intéressant, plus clair et plus facile à retenir, ils seront plus enclins à agir et à donner.

Jésus a transmis bon nombre de ses messages sous forme d'images.

- *En parlant de l'amour concret de Dieu, il a évoqué les fleurs, les moineaux et les cheveux sur la tête des gens (Matthieu 6:28 ; 10:29-31).*
- *En parlant du royaume des cieux, il a mentionné une graine de moutarde, la levure, un trésor caché, une perle et un filet de pêche (Matthieu 13:31-51).*
- *Il a comparé les croyants à une ville sur une colline, et à une lampe qui ne peut être cachée (Matthieu 5:14).*

CONNEXION ÉMOTIONNELLE



Ce que nous ressentons vis-à-vis d'une chose ou d'une personne a une incidence sur notre façon d'agir. Les gens seront plus susceptibles de soutenir notre vision s'ils ont établi un lien émotionnel avec nous et avec les personnes auprès desquelles nous travaillons.

En relatant des histoires, nous aidons les donateurs potentiels à créer des liens avec les individus et les communautés, même s'ils ne pourront jamais leur rendre visite.

Pour être intéressante, une histoire doit susciter des images dans l'esprit des gens. Elle doit également aider les gens à comprendre pourquoi notre travail est important. Par exemple, une histoire peut expliquer comment les familles qui ont perdu leur maison et leurs moyens de subsistance lors d'un tremblement de terre sont soutenues pour reconstruire leur vie, et retrouvent ainsi l'espoir.

Dans la mesure du possible, utilisez des citations directes. Vous pouvez également raconter toute l'histoire du point de vue d'un membre de la communauté. Les photos et les vidéos contribuent à donner vie aux histoires

ACTIVITÉ : DEUX MINUTES POUR S'EXPRIMER

Imaginez que vous disposez de deux minutes pour éveiller l'intérêt de quelqu'un au sujet de votre travail. Que diriez-vous ?

N'oubliez pas de commencer par expliquer **pourquoi** votre travail est important, avant de parler de ce que vous faites. Favorisez une connexion émotionnelle en racontant une histoire, et en vous exprimant de manière à

susciter des images dans l'esprit de votre auditeur. Utilisez le contraste pour l'inciter à l'action (voir ci-dessous).

Notez vos idées, puis entraînez-vous à prononcer ce petit discours devant un ami-e. Une fois que vous l'aurez répété, vous serez toujours prêt-e à répondre lorsque quelqu'un vous demandera ce que fait votre organisation !

(voir pages 9-11). Avant d'utiliser des photos ou des histoires pour promouvoir votre travail, demandez toujours l'autorisation des personnes concernées.

Lorsque nous demandons aux gens de soutenir notre travail, si nous ne proposons qu'une seule option, le cerveau se chargera lui-même de proposer un contraste, qui pourrait consister à « ne pas répondre du tout ».

Notre communication doit mettre en évidence le contraste entre ce qui se passe si on ne fait rien (p. ex. les gens souffrent de diarrhée) et ce qui se passe si on aide les communautés à améliorer leur situation (p. ex. améliorer hygiène et l'assainissement). Nous pouvons également proposer à nos sympathisants de choisir entre plusieurs options, par exemple : prier, donner ou faire du bénévolat.

En plus de nouer de solides relations personnelles avec les personnes qui l'entouraient, lorsqu'il parlait, Jésus créait un lien émotionnel avec ceux qui l'écoutaient. Il utilisait des histoires que les gens pouvaient facilement comprendre et auxquelles ils pouvaient s'identifier.

Citons par exemple le constructeur sage et l'insensé (Matthieu 7:24-27), le bon Samaritain (Luc 10:25-37) et la graine de moutarde (Matthieu 13:31-32). Jésus s'est servi de ces histoires pour illustrer des vérités importantes sur la confiance, l'amour de son prochain et le royaume des cieux. Il les a utilisées pour expliquer pourquoi ces choses sont importantes, avant d'aborder ce qu'il fallait faire.

Jésus connaissait la différence entre le bien et le mal, mais il voulait que ses interlocuteurs pensent par eux-mêmes. Il a eu recours au contraste pour les aider à réfléchir aux conséquences de leurs décisions. Par exemple, est-il préférable de construire votre maison sur le roc (suivre Jésus) ou sur le sable (entendre les paroles de Jésus, mais ne pas en tenir compte) ?

CONTRASTE



Si vous voyez un étal avec des mangues rouges à vendre, votre cerveau mettra plus de temps à se décider à les acheter que s'il y avait des mangues rouges et des mangues jaunes sur l'étal. C'est parce que votre cerveau central (qui décide d'acheter ou non) a recours au contraste pour prendre une décision.

Steve Adams est directeur de l'engagement public pour All We Can. Voir page 18 pour plus d'informations sur son ouvrage : The centre brain.

Courriel : centrebraincomms@gmail.com
<https://centrebraincommunication.com>

Steve Adams et Tearfund ont produit un cours en ligne sur la communication et le cerveau central. Si vous souhaitez en savoir plus, veuillez envoyer un e-mail à emma.raspin@tearfund.org ou écrire à Emma Raspin, Tearfund, 100 Church Road, Teddington TW11 8QE, Royaume-Uni.

ENTREPRENDRE POUR TRANSFORMER

« De nombreuses personnes vivent dans la rue parce qu'elles ne trouvent pas de travail », explique Artur*, responsable d'un groupe communautaire dans un pays d'Asie centrale. « Les gens quittent leur village pour s'installer dans la capitale, où ils rencontrent de nombreuses difficultés. Ils se mettent à boire ; dans la rue, les jeunes boivent trop et il y a beaucoup de gens qui meurent en hiver. Nous voulions faire quelque chose, mais nous ne savions pas quoi. »

La formation à la création d'entreprise et le financement de démarrage fournis par le partenaire de Tearfund ont permis à Artur et à son groupe communautaire de créer des petites entreprises, dont un atelier de menuiserie, des ruches, un broyeur pour l'alimentation animale, une presse à parpaings et des élevages de volailles pour la production d'œufs.

Les bénéfices de ces initiatives permettent au groupe de gérer cinq centres de réinsertion pour personnes souffrant d'addictions ou qui sortent de prison. Ces petites entreprises offrent également à ces personnes la possibilité d'acquérir de nouvelles compétences et de gagner un peu d'argent.

Leonid* gère un des élevages de poulets. Il raconte : « Quand mes parents ont divorcé, je me suis retrouvé dans la rue et j'ai rencontré des personnes qui ont eu une mauvaise influence sur moi. À 18 ans, j'ai commis des délits et j'ai fait huit ans de prison. Quand j'ai été libéré, j'ai commencé à me droguer. J'ai d'abord touché aux drogues douces, puis à l'héroïne. Je me suis shooté pendant sept ans.

Puis j'ai rencontré Artur, et il m'a aidé à me remettre sur pied. Je ne consomme plus de drogues ni d'alcool. Aujourd'hui je crois en moi, et j'ai de nouveaux rêves d'avenir. »

CRÉER UNE ENTREPRISE

Vendre des biens et des services dans le but de recueillir des fonds pour des projets peut être un bon moyen de réduire la dépendance vis-à-vis des donateurs. Toutefois, la réussite de votre initiative dépendra du marché, qui est fluctuant. Avant de se lancer, il est important de réfléchir aux risques et d'élaborer un plan d'affaires. Pour la plupart des entreprises, il faudra également un capital de démarrage.

Voici quatre éléments à considérer pour la vente d'un produit. Si vous vendez un service



Les résidents d'un centre de réinsertion utilisent ce broyeur pour préparer les aliments pour leurs poules. Ils peuvent également vendre des sacs d'aliments pour poulets dans le village, et ainsi réaliser des bénéfices. Photo : Alice Philip/Tearfund

(p. ex. nettoyage), les mêmes principes peuvent être appliqués.

- **PRODUIT** Quels sont les avantages du produit que vous vendez ? Est-il de bonne qualité et bien conçu ? Pensez à l'équipement dont vous aurez besoin, et à l'endroit où vous le fabriquerez et le stockerez. Qui participera au processus de production ?
- **PRIX** Fixez un prix juste pour votre produit. Les gens ne l'achèteront que si le prix est raisonnable, mais vous devez pouvoir couvrir vos frais et réaliser un bénéfice.
- **LIEU** Réfléchissez à l'endroit où vous allez vendre le produit. Comment allez-vous l'apporter sur place ?
- **PROMOTION** Comment allez-vous faire connaître le produit aux gens et les inciter à l'acheter ?

Pour trouver des réponses à ces questions, consultez des entreprises, rendez-vous sur des marchés et discutez avec des clients potentiels. Commencez petit, avec ce que vous avez à disposition (p. ex. compétences, locaux, matériel) et développez progressivement votre projet. Si besoin, demandez conseil à un spécialiste.

*Les noms ont été changés

.....
Pour plus d'informations sur la gestion d'une petite entreprise, voir Pas à Pas 103 : L'entrepreneuriat.



Dans cet atelier, plusieurs hommes fabriquent des parpaings et les vendent. Ils reçoivent un petit salaire et les bénéfices sont utilisés pour le centre de réinsertion où ils vivent. Photo : Alice Philip/Tearfund



Godawari Kafle

TRAVAILLER EN PARTENARIAT AVEC LES ADMINISTRATIONS

Dans de nombreux pays, les administrations locales mettent des fonds à disposition pour les projets et les initiatives communautaires. Pourtant, les communautés ignorent souvent l'existence de ces sources de financement, ou ne savent pas comment y accéder.

Voici quelques idées pour vous aider à obtenir un financement des administrations locales pour votre projet :

- Il est peu probable que les administrations locales financent des organisations dont elles n'ont jamais entendu parler. Invitez des personnes clés à des événements spéciaux pour leur présenter votre travail.

- Utilisez le formulaire de demande officiel, s'il en existe un. Répondez soigneusement à toutes les questions, et s'il y a des dates limites, respectez-les.
- Tenez-vous en à la longueur spécifiée : la qualité prime sur la quantité. Les fonctionnaires n'auront peut-être pas le temps de lire l'intégralité de votre demande ; fournissez-leur une synthèse.
- Soulignez les **raisons** pour lesquelles votre projet est important, et expliquez ce que vous comptez faire, où, quand et avec qui.
- Si vous ne demandez qu'une partie du financement nécessaire à votre projet, expliquez d'où proviendra le reste. Si les membres de la communauté participent

- financièrement, en donnant de leur temps, ou en mettant à disposition leurs compétences, indiquez-le clairement. Cela permettra à l'administration de savoir que la communauté participe activement au projet.
- Si vous recevez un financement, communiquez régulièrement et de manière soignée sur l'avancement du projet, et produisez un rapport final. Incluez des histoires, des photos et des informations financières.
- Invitez les fonctionnaires à se rendre dans votre communauté pour constater par eux-mêmes l'impact du projet. S'ils sont satisfaits de votre travail, ils seront plus enclins à vous octroyer des fonds à l'avenir.



ÉTUDE DE CAS : ŒUVRER ENSEMBLE POUR LE CHANGEMENT

À Dhaulabaseni, un village isolé du Népal, il n'y avait pas de route. Les chemins étant escarpés et glissants, il était difficile pour les gens de se rendre à l'hôpital le plus proche ou de porter leurs produits au marché. La communauté se sentait isolée et coupée du reste du pays.

En 2017, United Mission to Nepal a invité les habitants de la région à participer à une formation pour savoir comment accéder aux fonds de l'administration locale.

Om Bahadur de Dhaulabaseni s'est rendu à la formation. Il explique : « J'ai appris que les fonds pour le développement appartiennent à tout le monde et que nous avons notre mot à dire sur la façon dont ils sont alloués. J'ai pris connaissance du budget et du processus de planification des autorités népalaises, et appris à rédiger des propositions. Aujourd'hui, j'ai plus d'assurance pour m'exprimer et participer au processus de planification dans mon village. »

Om a contacté tous les membres de sa communauté et, ensemble, ils ont identifié les principaux problèmes qu'ils rencontraient et discuté des solutions possibles. Ils ont

convenu que l'isolement, les problèmes de santé et les difficultés causées par l'absence de route étaient leurs plus grandes préoccupations.

Un groupe du village a alors entrepris de dialoguer avec les conseillers locaux, les représentants des partis politiques et d'autres acteurs susceptibles de soutenir la communauté. Ils ont élaboré une proposition de financement et l'ont présentée au conseil communautaire local. Leur proposition a été approuvée et la communauté a reçu 200 000 NPR (1 800 USD).

Cela ne constituait qu'une petite partie du montant dont ils avaient besoin, mais comme tous les ménages s'étaient impliqués dans le projet, ils ont fait don de leur main-d'œuvre, ce qui représentait un montant équivalent à près de 1 400 000 NPR (12 600 USD). La route a été construite à la satisfaction de tous, profitant aux 47 ménages. Désormais, de petits véhicules, dont des jeeps et des ambulances, peuvent accéder au village, et les agriculteurs peuvent acheminer leur production vers plusieurs marchés. Toutes les réparations nécessaires sont effectuées par la communauté.



Ensemble, les habitants de Dhaulabaseni ont collecté des fonds pour leur projet de construction de route. Photo : Godawari Kafle

Godawari Kafle est coordinatrice de programme pour United Mission to Nepal.

Vous trouverez d'autres exemples d'Églises et de communautés qui ont influencé les décisions, les politiques et les pratiques des décideurs locaux sur www.learn.tearfund.org en recherchant « Plaidoyer PMEC ».



Karen Lau



LES RÉSEAUX SOCIAUX

Dans les régions du monde où l'accès à Internet le permet, de nombreuses personnes utilisent des sites tels que Facebook, Instagram, WhatsApp ou Twitter pour rester en contact avec leurs amis et leur famille à travers le monde. Les gens utilisent également ces réseaux sociaux pour rechercher des opportunités de carrière, trouver des personnes qui ont des centres d'intérêts similaires, donner de l'argent pour des causes, ou faire part de leurs réflexions sur différents sujets.

Si vous vivez dans une région où bon nombre de personnes utilisent ces réseaux, vous pouvez les utiliser pour inviter les gens à prier, à faire du bénévolat ou à donner de l'argent pour votre œuvre.

Voici quelques idées pour bien s'y prendre :

1 Choisissez les bons sites : Facebook, Instagram et Twitter sont les trois réseaux sociaux les plus utilisés, mais ils ne sont pas nécessairement les meilleurs à

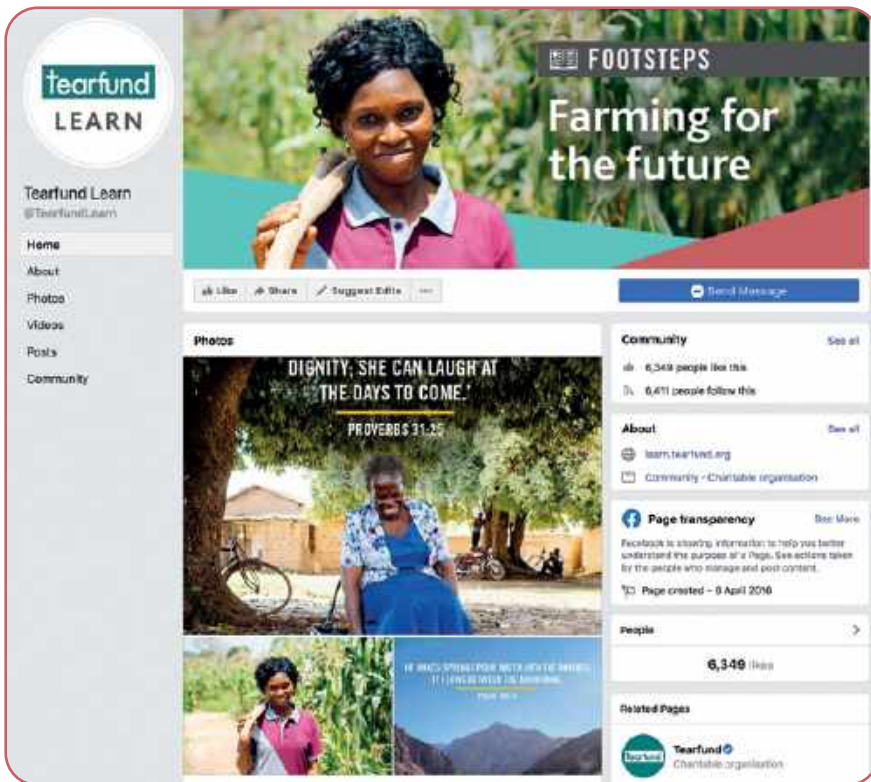
utiliser dans votre contexte. Cherchez à savoir quels réseaux vos donateurs potentiels utilisent, et privilégiez ceux-là.

2 Utilisez des histoires, des photos et des vidéos qui illustrent de manière concrète le travail que vous effectuez. Elles permettront à votre public de comprendre l'importance et l'impact de votre travail.

3 Les gens aiment se sentir impliqués dans un projet. Interagissez avec vos sympathisants avec des « J'aime », et en répondant à leurs commentaires. Vous leur montrerez ainsi que vous appréciez leur soutien, ce qui les incitera à publier des messages et à promouvoir votre travail.

4 Maintenez l'intérêt et l'engagement de vos sympathisants en les invitant à partager leurs propres histoires. Vous pouvez par exemple choisir une publication de l'un d'entre eux et la partager sur votre page sous le titre « Inspiration de la semaine ».

5 De nombreuses organisations font la promotion de leur travail sur les réseaux sociaux. Réfléchissez à ce qui pourrait démarquer votre organisation et concentrez vos efforts dans ce sens. Soyez créatif et tentez de nouvelles choses.



Page Facebook Tearfund Learn : facebook.com/tearfundlearn

Karen Lau est monteuse vidéo pour Tearfund Royaume-Uni.

Courriel : karen.lau@tearfund.org

DES GRAINES DE GENTILLESSE



LE COIN DES ENFANTS

Dieu veut que nous aidions les autres et que nous leur fassions du bien, par exemple en étant gentils. Nous pouvons aussi partager tout ce que nous avons, même notre argent.

Le fait d'être gentils et généreux peut avoir beaucoup d'effet. Certaines plantes, comme celle que tu vois sur le dessin ici, ont des graines qui s'envolent avec le vent. Les graines qui atterrissent par terre deviennent de nouvelles plantes, qui produisent leurs propres graines. Puis un jour ces graines s'envolent, et d'autres plantes poussent.

Faire preuve de gentillesse, c'est comme donner une graine. On ne sait pas quel effet cette graine de gentillesse aura, mais elle peut se développer et apporter un changement dans la vie de nombreuses personnes.

Dans les graines blanches sur cette page, dessine des choses gentilles que tu pourrais faire. Exemples : aider les gens, ou partager ce que tu as.



UNE HISTOIRE DE LA BIBLE : MARC 12:41-44

Un jour, Jésus regardait les gens faire leur offrande au temple. Il voyait de nombreuses personnes riches mettre de l'argent dans la boîte à offrandes, mais il a plus particulièrement remarqué une femme. Son mari était mort et elle avait très peu d'argent, mais elle a donné tout ce qu'elle avait.

Jésus a expliqué à ses amis que sa petite offrande valait plus que les plus grosses offrandes apportées par les gens plus riches, parce qu'elle avait donné tout ce qu'elle avait par amour pour Dieu.

On peut se dire que l'on n'a pas grand-chose à donner, mais on peut tous donner du temps et de la gentillesse. Chaque fois que l'on est gentil avec une personne, on montre notre amour pour Dieu.

La Bible dit qu'il vaut mieux donner que recevoir (Actes 20:35). Penses-y. Comment te sens-tu lorsque tu es gentil avec quelqu'un ?

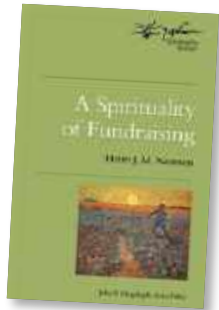


A SPIRITUALITY OF FUNDRAISING

Henri JM Nouwen

Un petit livre inspirant qui explique de quelle façon les collecteurs de fonds peuvent convaincre les gens de participer à leur mission (en anglais).

Publié par Upper Room Books, 1908 Grand Avenue, PO Box 340004, Nashville, TN 37212, États-Unis. www.upperroom.org

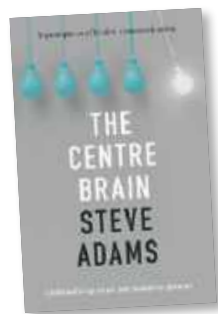


THE CENTRE BRAIN

Steve Adams

Apprenez à communiquer de manière efficace afin d'inciter vos interlocuteurs à l'action (en anglais).

Publié par SPCK, 36 Causton Street, London SW1P 4ST, Royaume-Uni. <https://centrebraincommunication.com>



ANCIENS NUMÉROS DE PAS À PAS

- PAS À PAS 103 : L'entrepreneuriat
- PAS À PAS 100 : Impact et changement
- PAS À PAS 93 : Mobilisation des ressources locales
- PAS À PAS 71 : Une communication efficace

Pour télécharger des exemplaires gratuits, allez sur www.tearfund.org/pas-a-pas, ou contactez-nous pour commander des exemplaires imprimés en français, anglais, espagnol ou portugais.



SITES INTERNET UTILES

lausanne.org/fr

Le Mouvement de Lausanne a pour but de renforcer les ministères de l'Église dans le monde. Le site internet propose une « salle de classe mondiale » qui comprend un module en ligne sur la collecte de fonds pour le ministère.

Site disponible en français, anglais, espagnol et portugais.

ministryfundraisingnetwork.org

Ce site internet regorge d'informations et de ressources de formation visant à aider les Églises et les organisations à collecter des fonds localement et à devenir plus durables.

arukahnetwork.org

Arukah Network aide les communautés locales à travailler ensemble pour apporter un changement. Sur leur site internet, vous trouverez des podcasts et des outils de communication intéressants.



LE GUIDE DU PLAIDOYER

Le guide du plaidoyer de Tearfund est un excellent guide théorique et pratique du plaidoyer. Vous pouvez le télécharger gratuitement sur www.learn.tearfund.org (cherchez « guide du plaidoyer »).

Veillez nous contacter si vous souhaitez commander un exemplaire imprimé. Disponible en français, anglais, espagnol et portugais.



GUIDE ROOTS : LES COLLECTES DE FONDS

Rachel Blackman

Ce guide pratique explique comment élaborer une stratégie de collecte de fonds et trouver diverses sources de financement.

Vous pouvez le télécharger sur www.tearfund.org/roots ou nous contacter pour commander des exemplaires imprimés en français, anglais, espagnol ou portugais.



Pas à Pas est une publication reliant ceux qui travaillent pour le développement et la santé dans le monde entier. C'est un moyen d'encourager les chrétiens de toutes les nations alors qu'ils travaillent ensemble pour créer une harmonie dans nos communautés.

Pas à Pas est gratuit pour les agents de développement communautaire et les responsables d'Église. Les personnes qui sont en mesure de payer peuvent souscrire à un abonnement en contactant la rédactrice. Cela nous permet de continuer à fournir des exemplaires gratuits à ceux qui en ont le plus besoin.

Nous invitons nos lecteurs à nous envoyer leurs points de vue, articles, lettres et photos.

Pas à Pas est également disponible en anglais (*Footsteps*), en espagnol (*Paso a Paso*) et en portugais (*Passo a Passo*). Également disponible en hindi.

Rédactrice : Jude Collins

Tearfund, 100 Church Road, Teddington TW11 8QE, Royaume-Uni

Tél : (44) 20 3906 3906

Fax : (44) 20 8943 3594

Courriel : publications@tearfund.org

Internet : learn.tearfund.org

Rédactrice multilingue : Helen Machin

Comité d'édition : Barbara Almond, J. Mark Bowers, Mike Clifford, Paul Dean, Helen Gaw, Ted Lankester, Liu Liu, Roland Lubett, Ambrose Murangira, Rebecca Weaver-Boyes, Joy Wright

Conception : Wingfinger Graphics, Leeds

Illustrations : Sauf indication contraire, les illustrations sont de Petra Röhr-Rouendaal, *Where there is no artist* (deuxième édition).

Illustration en page 5 : Wingfinger.

Sauf mention contraire, texte biblique de la Bible Version Segond 21 Copyright © 2007 Société Biblique de Genève. Reproduit avec aimable autorisation. Tous droits réservés.

Imprimé sur papier recyclé à 100 pour cent et en utilisant des procédés respectueux de l'environnement.

Traduction : I. Deane-Williams, P. Gáñez, M. Machado, J. Martinez da Cruz, C. Rodriguez, M. Sariego, S. Sharp

Abonnement : Contactez-nous par courrier postal ou par courriel aux adresses ci-dessus, en nous expliquant succinctement votre travail et en nous précisant la langue dans laquelle vous souhaitez recevoir *Pas à Pas*. Vous pouvez aussi suivre les instructions ci-dessous pour vous abonner à e-Pas à Pas, en cochant la case correspondante pour recevoir des exemplaires imprimés.

e-Pas à Pas : Pour recevoir *Pas à Pas* par courriel, veuillez vous abonner via le site internet Tearfund Apprentissage learn.tearfund.org. Suivez le lien « S'abonner au magazine *Pas à Pas* » sur la page d'accueil.

Changement d'adresse : Veuillez nous communiquer votre nouvelle adresse en indiquant votre numéro d'abonné figurant sur l'enveloppe d'envoi.

Copyright © Tearfund 2020. Tous droits réservés.

Les textes de *Pas à Pas* peuvent être reproduits à des fins de formation, à condition que les documents soient distribués gratuitement et d'en mentionner la source (Tearfund). Pour toute autre utilisation, veuillez contacter publications@tearfund.org pour obtenir une permission écrite.

Les opinions et points de vue exprimés dans les lettres et articles ne représentent pas nécessairement le point de vue de la rédactrice ni de Tearfund. Tout renseignement technique est vérifié aussi rigoureusement que possible mais nous déclinons toute responsabilité en cas de problème.

Tearfund est une organisation chrétienne de développement et de secours, qui travaille avec des partenaires et des Églises locales pour apporter une transformation de vie totale aux communautés les plus pauvres.

Publié par Tearfund. Une société limitée par garantie. Enregistrée en Angleterre 994339. Œuvre n° 265464 (Angleterre et pays de Galles) Œuvre n° SC037624 (Écosse).

OPPORTUNITÉ DE FORMATION À LA COLLECTE DE FONDS

La Bible compte de nombreux exemples de dons généreux destinés à soutenir l'œuvre de Dieu. Pourtant, les craintes d'abus financier, ainsi que la tendance à séparer les questions d'argent et de foi, empêchent de nombreux responsables de ministère dans le monde de lever les fonds dont ils ont besoin.

Le réseau d'aide à la collecte de fonds du ministère du Mouvement de Lausanne (Lausanne Ministry Fundraising Network) a été créé en 2015 en réponse à ce problème. Le réseau compte des coachs dans de nombreux pays, qui donnent de leur temps pour aider les collecteurs de fonds à découvrir les ressources que Dieu a placées autour d'eux au niveau local. En plus de l'argent, ces ressources incluent le temps et les compétences qui permettent à n'importe qui de s'impliquer.

En outre, plusieurs fois par an, le réseau organise des formations en ligne, afin d'aider les organisations locales à entreprendre et à maintenir des programmes de collecte de fonds basés sur les valeurs bibliques. Cette formation, qui est proposée gratuitement, existe également dans un format qui permet de la suivre seul.

Si vous souhaitez en savoir plus, envoyez un e-mail à info@ministryfundraisingnetwork.org

Vous pouvez également accéder à la formation et à de nombreuses autres excellentes ressources sur les collectes de fonds via le site internet du réseau :

www.ministryfundraisingnetwork.org

Barbara Shantz et Kehinde Ojo sont codirigeants du Lausanne Ministry Fundraising Network.



GRUPE DE RÉTROACTION DES LECTEURS

Je suis à la recherche de nouveaux volontaires qui souhaiteraient rejoindre le groupe de rétroaction des lectrices et lecteurs de Pas à Pas. Souhaiteriez-vous y participer ?

Après la publication de chaque numéro, je vous enverrai un bref questionnaire pour recueillir vos observations sur les différents articles. Je lirai ensuite soigneusement vos réponses, qui seront prises en compte pour concevoir et améliorer les futurs numéros.

Un grand merci aux membres actuels de notre groupe de rétroaction ! C'est toujours un plaisir de vous lire. Veuillez

continuer à m'envoyer vos précieuses observations et suggestions.

Si vous souhaitez rejoindre le groupe de rétroaction des lecteurs, contactez-nous aux coordonnées ci-dessous.



INTERVIEW

COLLECTER DES FONDS AU NIVEAU LOCAL

Zenet Maramara est présidente de la Christian Stewardship Association aux Philippines. Elle nous fait part de quelques enseignements clés tirés au cours de nombreuses années qu'elle a consacrées aux collectes de fonds, notamment sur la manière de réduire la dépendance à l'égard des bailleurs internationaux.

Qu'est-ce qui vous a amenée à collecter des fonds ?

Dans les années 1990, ma première mission de collecte de fonds consistait à soutenir le travail du séminaire théologique asiatique (Asian Theological Seminary) par le biais de promotions, de marketing et d'événements spéciaux. À cette époque, comme tant de ministères aux Philippines, 70 pour cent de nos fonds provenaient des États-Unis, et seulement 30 pour cent étaient recueillis localement.

Il devenait néanmoins de plus en plus évident qu'à mesure que le pays continuerait à se développer, nous aurions davantage de fonds et de compétences à notre disposition au niveau local, ce qui nous permettrait de transférer les responsabilités à des Philippins et d'avoir davantage accès à des financements locaux.

Ressentant le besoin d'être mieux formée sur ces questions, je me suis rendue aux États-Unis, où j'ai étudié les relations publiques. C'est pendant ce temps que Dieu m'a révélé une toute nouvelle façon d'envisager la collecte de fonds.

Que s'est-il passé ?

J'appelle cela ma « deuxième conversion ». Le déclencheur a été de commencer à comprendre que tout appartient à Dieu, y compris toutes les ressources dont nos ministères ont besoin. J'ai pris conscience que les collecteurs de fonds sont appelés à marcher aux côtés des personnes que Dieu a déjà appelées à faire des dons.

Cette prise de conscience a transformé ma conception de la collecte de fonds. Alors qu'avant, j'étais toujours gênée de demander de l'argent aux gens, j'éprouvais soudain de la joie à l'idée de leur offrir la possibilité de soutenir financièrement notre travail.

Il est devenu tellement plus agréable de mobiliser des fonds ! Cette prise de conscience m'a libérée, et aujourd'hui, elle continue à libérer les personnes que je forme. Réunir les ressources nécessaires à notre ministère n'est désormais plus un fardeau, car Dieu est notre partenaire.

« AVANT, J'ÉTAIS GÊNÉE DE DEMANDER DE L'ARGENT AUX GENS. AUJOURD'HUI, J'ÉPROUVE DE LA JOIE À L'IDÉE DE LEUR OFFRIR LA POSSIBILITÉ DE SOUTENIR FINANCIÈREMENT NOTRE TRAVAIL. »

Y a-t-il d'autres choses importantes à savoir pour trouver des financements au niveau local ?

Avant d'inviter des gens à conclure un partenariat financier, vous devez mettre en place une structure. Les organisations doivent avoir une vision et une mission claires, et un plan stratégique à long terme. Les objectifs de la collecte de fonds doivent être établis, en fonction des différents projets et programmes contribuant au plan stratégique à long terme.

Les responsables des organisations doivent allouer suffisamment de ressources budgétaires et humaines à la collecte de fonds. Ils doivent également être disposés à consacrer du temps aux activités de mobilisation de fonds, par exemple intervenir lors de divers événements ou rencontrer des donateurs.

À long terme, il est très important d'établir des relations avec les donateurs assidus. Vous ne pouvez pas collecter des fonds auprès d'une personne que vous ne connaissez pas. De même, la transparence et la redevabilité sont cruciales. Vous devez expliquer au donateur ce qui a été fait avec son argent.

C'est en appliquant ces principes que l'Asian Theological Seminary a pu inverser la tendance et passer à 70 pour cent de financement local et 30 pour cent de soutien international en trois ans.

Qu'est-ce que la générosité ?

D'après mon expérience, lorsque vous recevez, vous devenez également donateur. Dieu fait preuve de générosité envers nous. Il nous a gratuitement donné toutes choses, jusqu'à son Fils bien-aimé. Comment ne pas répondre avec gratitude et s'en remettre à ce Dieu aimant ?

La générosité consiste à comprendre que Dieu possède tout, et que je ne suis qu'un-e gardien-ne des ressources qu'il a placées entre mes mains, y compris ma vie. Cette vérité a des conséquences considérables sur la façon dont nous utilisons notre argent, nos biens, notre travail et tout ce qui nous a été donné.

Courriel : zenet.maramara@gmail.com
www.christianstewardshipassociation.com