

Directeur de la collecte de fonds et du mécénat

RNCP41723 · RNCP · Publiée

L'essentiel

Niveau de qualification	Niveau 7
Code(s) NSF	312p, 320n, 320p
Formacode(s)	34072, 46312
Code(s) ROME	M1705, M1707
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'enregistrement	27/11/2025
Date d'échéance	27/11/2028

Certificateur(s)

ASSOCIATION FRANCAISE DES FUNDRAISERS · SIRET : 45210272600042

Partenaires habilités

1 organisme habilité, d'après la liste publiée par France compétences : 1 à former.

Organisme	SIRET	Habilitation
ASSOCIATION GROUPE ESSEC	77566395800046	Former

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Le Directeur de la collecte de fonds et du mécénat a pour mission de développer les ressources financières de son organisation en mobilisant donateurs et mécènes au service de missions d'intérêt général.

Pour accompagner la professionnalisation de cette fonction stratégique, l'Association Française des Fundraisers – réseau national des professionnels du fundraising et organisme de formation agréé – a conçu une certification métier dédiée. Elle formalise un socle de compétences stratégiques, techniques et managériales indispensables à l'exercice du métier, dans une approche responsable, éthique et adaptée à la diversité des organisations.

ACTIVITÉS VISÉES

Veille stratégique et analyse de l'environnement du secteur de la collecte de fonds et du mécénat

Définition stratégique et opérationnelle de la politique de collecte de fonds

Conception et mise en œuvre du marketing relationnel et multicanal

Pilotage de la performance des actions de collecte

Elaboration et déploiement

de la stratégie d'engagement des donateurs stratégiques

Accompagnement personnalisé des donateurs stratégiques

Organisation et accompagnement des équipes engagées dans la collecte de fonds

Animation collective et climat de coopération au service de la mission de collecte

COMPÉTENCES ATTESTÉES

Mener une veille stratégique sur le secteur de la collecte de fonds et du mécénat en analysant les évolutions juridiques, fiscales et réglementaires aux niveaux national et international, en identifiant les opportunités de collecte adaptées, et en intégrant les tendances sociétales et technologiques, afin d'anticiper les mutations du secteur et d'identifier des opportunités d'innovation.

Analyser l'environnement interne et externe de l'organisation en réalisant un diagnostic de son modèle socio-économique, de son positionnement, en définissant sa vision, ses missions, ses spécificités et ses valeurs, et en conduisant un audit interne à l'aide d'outils adaptés, afin de structurer la stratégie de fundraising.

Élaborer la stratégie de collecte de fonds et de mécénat en définissant les moyens de mise en œuvre et les cibles adaptés à la stratégie et aux valeurs de l'organisation, en identifiant les leviers de collecte et opportunités de diversification, tout en intégrant les enjeux éthiques, réglementaires et réputationnels ainsi que les cadres juridique et fiscal, afin d'assurer un développement financier aligné avec les valeurs et la mission de l'organisation.

Structurer le discours de cause et l'argumentaire de collecte en s'appuyant sur le positionnement stratégique de l'organisation, les attentes des donateurs et les valeurs de l'organisation, tout en garantissant une cohérence avec les évolutions du secteur, afin de construire des messages clairs et engageants adaptés aux différentes cibles.

Construire un budget prévisionnel en prenant en compte les spécificités des différentes activités et de l'analyse économique préalablement réalisée, les risques financiers et les exigences de transparence, tout en priorisant les investissements selon les leviers de collecte identifiés, afin d'assurer une allocation efficace des ressources et obtenir la validation de la gouvernance.

Conduire un plan d'action multicanal combinant prospection et fidélisation, en utilisant les outils adaptés, en développant des dispositifs d'engagement, en identifiant les relais nécessaires et en tenant compte des cadres réglementaires en vigueur, afin de structurer une collecte efficace et adaptée.

Élaborer le plan d'action de marketing relationnel et multicanal en lien avec la stratégie de l'organisation, en analysant les éléments internes et externes existants, en mobilisant les outils adaptés en matière de collecte de fonds et de promotion des legs et libéralités auprès du grand public, en exploitant les données disponibles, en intégrant les spécificités des différents segments de donateurs et testateurs potentiels, tout en tenant compte des facteurs clés de succès, afin de maximiser l'impact et l'efficacité des actions de collecte.

Mettre en place des stratégies adaptées à la prospection et l'optimisation de l'expérience donateur, en mobilisant les outils digitaux et les technologies adaptés, en développant des dispositifs de gestion de la relation donateur, et en veillant au respect des réglementations en vigueur en matière de protection des données (RGPD), afin de renforcer la relation avec les donateurs.

Analyser la performance des campagnes de collecte multicanales, en utilisant les outils et technologies adaptées, en mettant en place des indicateurs de suivi et tableau de bord, afin de faciliter le reporting et d'évaluer l'impact des actions.

Ajuster la stratégie de collecte, en s'appuyant sur l'analyse des résultats, en testant de nouvelles approches et en optimisant l'allocation des ressources, afin d'améliorer en continu les performances des actions de collecte.

Analyser l'écosystème de l'organisation, les cibles potentielles, l'offre existante, et les réseaux activables, en analysant leur niveau d'alignement avec la mission, les valeurs, les priorités de l'organisation, et les opportunités territoriales, afin d'identifier les cibles prioritaires avec qui rentrer en relation pour une sollicitation.

Mobiliser les parties prenantes internes (acteurs de terrain, autres fonctions support, partenaires clé) en apportant une attention particulière à mobiliser la gouvernance et la direction de manière appropriée en fonction des cibles sollicitées et à aligner les ambitions avec les moyens humains techniques et financiers afin d'assurer le réalisme des objectifs et l'efficacité des actions.

Élaborer un argumentaire destiné à convaincre les donateurs stratégiques, en recensant les points clés de l'échange adaptés à chaque interlocuteur, en s'appuyant sur des données et éléments d'impact concrets, en capitalisant sur la mobilisation des parties prenantes internes et en veillant à leur engagement dans le discours porté, afin de structurer un discours convaincant.

Déployer une stratégie d'approche des donateurs stratégiques, en définissant des objectifs et des plans d'action adaptés à chaque cible (testateurs, grands donateurs, mécènes, fondations), en mobilisant des compétences relationnelles fortes, afin de maximiser leur engagement et les montants collectés.

Piloter les étapes de la relation avec les donateurs stratégiques en mobilisant l'écoute active et la communication persuasive, en établissant une confiance durable, en veillant

à

la conformité juridique et éthique, tout en assurant un suivi méthodologique mettant en valeur l'impact de leur engagement afin de les fidéliser dans la durée.

Évaluer l'impact des actions mises en place et assurer une amélioration continue en définissant des indicateurs de suivi, en réalisant des bilans réguliers et en mettant en place des actions correctives, afin de renforcer l'efficacité des dispositifs de collecte.

Analyser l'organisation et les ressources humaines mobilisées pour la collecte de fonds, en s'appuyant sur l'organigramme existant, en identifiant les compétences, expériences, appétences et marges de manœuvre internes,

et en évaluant les écarts entre ressources disponibles et ambitions stratégiques, afin de proposer les ajustements nécessaires pour garantir la faisabilité des objectifs.

Décliner les objectifs stratégiques en objectifs opérationnels, en tenant compte des ressources humaines disponibles, des compétences internes et des modes de fonctionnement propres à l'organisation, en favorisant la coopération entre les équipes et les pôles, et en adaptant la répartition des rôles si nécessaire, afin de soutenir l'engagement des acteurs autour des projets de collecte.

Coordonner les dynamiques humaines mobilisées pour la collecte de fonds, en mobilisant des formes d'implication adaptées aux temporalités des projets, en tenant compte des situations de handicap et en s'appuyant sur les leviers de sens, d'engagement et de développement des compétences, tout en veillant à prévenir les risques psychosociaux liés à l'implication émotionnelle, afin de favoriser une mobilisation durable, inclusive et cohérente avec les valeurs de l'organisation.

Accompagner le développement individuel et collectif des équipes impliquées dans la collecte de fonds, en définissant des indicateurs de suivi adaptés aux réalités de l'organisation, en instaurant des temps de bilan réguliers, et en proposant des actions de formation ou de soutien créatives, afin de favoriser la progression des compétences et de renforcer l'engagement autour des objectifs communs.

Mobiliser et fédérer les équipes, la direction et les différents services de l'organisation autour de l'objectif de collecte, en communiquant de manière claire et convaincante, en s'appuyant sur un leadership mobilisateur et une intelligence émotionnelle adaptée aux profils de l'équipe, en valorisant les réussites et en encourageant l'engagement de la gouvernance, afin d'assurer une dynamique de travail efficace et un engagement collectif.

Prévenir les tensions au sein de l'équipe et de l'organisation, en facilitant le dialogue dans une approche constructive, en tenant compte des profils émotionnels de l'équipe et de son propre style managérial, et en mobilisant les compétences relationnelles et émotionnelles appropriées, afin de préserver un climat de travail propice à la coopération autour des objectifs de collecte.

Blocs de compétences

RNCP41723BC01 — Elaborer la stratégie globale de collecte de fonds et de mécénat en adéquation avec les valeurs et l'identité de l'organisation

LISTE DE COMPÉTENCES

Mener une veille stratégique sur le secteur de la collecte de fonds et du mécénat en analysant les évolutions juridiques, fiscales et réglementaires aux niveaux national et international, en identifiant les opportunités de collecte adaptées, et en intégrant les tendances sociétales et technologiques, afin d'anticiper les mutations du secteur et d'identifier des opportunités d'innovation.

Analyser l'environnement interne et externe de l'organisation en réalisant un diagnostic de son modèle socio-économique, de son positionnement, en définissant sa vision, ses missions, ses spécificités et ses valeurs, et en conduisant un audit interne à l'aide d'outils adaptés, afin de structurer la stratégie de fundraising.

Élaborer la stratégie de collecte de fonds et de mécénat en définissant les moyens de mise en œuvre et les cibles adaptés à la stratégie et aux valeurs de l'organisation, en identifiant les leviers de collecte et opportunités de diversification, tout en intégrant les enjeux éthiques, réglementaires et réputationnels ainsi que les cadres juridique et fiscal, afin d'assurer un développement financier aligné avec les valeurs et la mission de l'organisation.

Structurer le discours de cause et l'argumentaire de collecte en s'appuyant sur le positionnement stratégique de l'organisation, les attentes des donateurs et les valeurs de l'organisation, tout en garantissant une cohérence avec les évolutions du secteur, afin de construire des messages clairs et engageants adaptés aux différentes cibles.

Construire un budget prévisionnel en prenant en compte les spécificités des différentes activités et de l'analyse économique préalablement réalisée, les risques financiers et les exigences de transparence, tout en priorisant les investissements selon les leviers de collecte identifiés, afin d'assurer une allocation efficace des ressources et obtenir la validation de la gouvernance.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Étude de cas

RNCP41723BC02 — Déployer et optimiser la stratégie de collecte de fonds et de mécénat grand public multicanale

LISTE DE COMPÉTENCES

Conduire un plan d'action multicanal combinant prospection et fidélisation, en utilisant les outils adaptés, en

développant des dispositifs d'engagement, en identifiant les relais nécessaires et en tenant compte des cadres réglementaires en vigueur, afin de structurer une collecte efficace et adaptée.

Élaborer le plan d'action de marketing relationnel et multicanal en lien avec la stratégie de l'organisation, en analysant les éléments internes et externes existants, en mobilisant les outils adaptés en matière de collecte de fonds et de promotion des legs et libéralités auprès du grand public, en exploitant les données disponibles, en intégrant les spécificités des différents segments de donateurs et testateurs potentiels, tout en tenant compte des facteurs clés de succès, afin de maximiser l'impact et l'efficacité des actions de collecte.

Mettre en place des stratégies adaptées à la prospection et l'optimisation de l'expérience donateur, en mobilisant les outils digitaux et les technologies adaptés, en développant des dispositifs de gestion de la relation donateur, et en veillant au respect des réglementations en vigueur en matière de protection des données (RGPD), afin de renforcer la relation avec les donateurs.

Analyser la performance des campagnes de collecte multicanales, en utilisant les outils et technologies adaptées, en mettant en place des indicateurs de suivi et tableau de bord, afin de faciliter le reporting et d'évaluer l'impact des actions.

Ajuster la stratégie de collecte, en s'appuyant sur l'analyse des résultats, en testant de nouvelles approches et en optimisant l'allocation des ressources, afin d'améliorer en continu les performances des actions de collecte.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Etude de cas

RNCP41723BC03 — Déployer et optimiser la stratégie de collecte auprès des donateurs stratégiques

LISTE DE COMPÉTENCES

Analyser l'écosystème de l'organisation, les cibles potentielles, l'offre existante, et les réseaux activables, en analysant leur niveau d'alignement avec la mission, les valeurs, les priorités de l'organisation, et les opportunités territoriales, afin d'identifier les cibles prioritaires avec qui rentrer en relation pour une sollicitation.

Mobiliser les parties prenantes internes (acteurs de terrain, autres fonctions support, partenaires clé) en apportant une attention particulière à mobiliser la gouvernance et la direction de manière appropriée en fonction des cibles sollicitées et à aligner les ambitions avec les moyens humains techniques et financiers afin d'assurer le réalisme des objectifs et l'efficacité des actions.

Élaborer un argumentaire destiné à convaincre les donateurs stratégiques, en recensant les points clés de l'échange adaptés à chaque interlocuteur, en s'appuyant sur des données et éléments d'impact concrets, en capitalisant sur la mobilisation des parties prenantes internes et en veillant à leur engagement dans le discours porté, afin de structurer un discours convaincant.

Déployer une stratégie d'approche des donateurs stratégiques, en définissant des objectifs et des plans d'action adaptés à chaque cible (testateurs, grands donateurs, mécènes, fondations), en mobilisant des compétences relationnelles fortes, afin de maximiser leur engagement et les montants collectés.

Piloter les étapes de la relation avec les donateurs stratégiques en mobilisant l'écoute active et la communication persuasive, en établissant une confiance durable, en veillant

à la conformité juridique et éthique, tout en assurant un suivi méthodologique mettant en valeur l'impact de leur engagement afin de les fidéliser dans la durée.

Évaluer l'impact des actions mises en place et assurer une amélioration continue en définissant des indicateurs de suivi, en réalisant des bilans réguliers et en mettant en place des actions correctives, afin de renforcer l'efficacité des dispositifs de collecte.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Mise en situation

RNCP41723BC04 — Mobiliser et accompagner l'équipe en charge de la collecte de fonds au sein de l'organisation

LISTE DE COMPÉTENCES

Analyser l'organisation et les ressources humaines mobilisées pour la collecte de fonds, en s'appuyant sur l'organigramme existant, en identifiant les compétences, expériences, appétences et marges de manœuvre internes, et en évaluant les écarts entre ressources disponibles et ambitions stratégiques, afin de proposer les ajustements nécessaires pour garantir la faisabilité des objectifs.

Décliner les objectifs stratégiques en objectifs opérationnels, en tenant compte des ressources humaines disponibles, des compétences internes et des modes de fonctionnement propres à l'organisation, en favorisant la coopération

entre les équipes et les pôles, et en adaptant la répartition des rôles si nécessaire, afin de soutenir l'engagement des acteurs autour des projets de collecte.

Coordonner les dynamiques humaines mobilisées pour la collecte de fonds, en mobilisant des formes d'implication adaptées aux temporalités des projets, en tenant compte des situations de handicap et en s'appuyant sur les leviers de sens, d'engagement et de développement des compétences, tout en veillant à prévenir les risques psychosociaux liés à l'implication émotionnelle, afin de favoriser une mobilisation durable, inclusive et cohérente avec les valeurs de l'organisation.

Accompagner le développement individuel et collectif des équipes impliquées dans la collecte de fonds, en définissant des indicateurs de suivi adaptés aux réalités de l'organisation, en instaurant des temps de bilan réguliers, et en proposant des actions de formation ou de soutien créatives, afin de favoriser la progression des compétences et de renforcer l'engagement autour des objectifs communs.

Mobiliser et fédérer les équipes, la direction et les différents services de l'organisation autour de l'objectif de collecte, en communiquant de manière claire et convaincante, en s'appuyant sur un leadership mobilisateur et une intelligence émotionnelle adaptée aux profils de l'équipe, en valorisant les réussites et en encourageant l'engagement de la gouvernance, afin d'assurer une dynamique de travail efficace et un engagement collectif.

Prévenir les tensions au sein de l'équipe et de l'organisation, en facilitant le dialogue dans une approche constructive, en tenant compte des profils émotionnels de l'équipe et de son propre style managérial, et en mobilisant les compétences relationnelles et émotionnelles appropriées, afin de préserver un climat de travail propice à la coopération autour des objectifs de collecte.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Etude de cas

Secteur d'activité et type d'emploi

SECTEURS D'ACTIVITÉS

Le directeur de la collecte de fonds et du mécénat permet à son organisation de mener des missions sociales non lucratives par la mobilisation de donateurs.

Il peut exercer cette mission dans tous types de secteurs et de structures.

TYPE D'EMPLOIS ACCESSIBLES

Directeur du développement des ressources - de la collecte de fonds et du mécénat - de fondation - d'une agence spécialiste en collecte de fonds

Directeur / Responsable du développement des ressources - de la collecte de fonds et du mécénat - du fundraising - des partenariats - des grands donateurs - des dons et legs - du développement des legs - des relations testateurs

Directeur / Responsable du marketing et du fundraising - du marketing direct de la collecte de fonds

Délégué général d'un fonds de dotation

Chargé du développement de partenariats - du développement des legs- de CRM fundraising

Coordinateur mécénat et partenariats d'entreprise

Chef de projets mécénés

Juriste libéralités legs

Collecteur de dons

Consultant collecte de fonds

Responsable / chargé de la communication et de la collecte de fonds / et du développement

RÈGLEMENTATIONS D'ACTIVITÉ

Le métier de Directeur de la collecte de fonds et du mécénat n'est pas une activité réglementée au sens strict, mais il s'exerce dans un cadre juridique et fiscal fortement encadré, en particulier en matière de mécénat, de dons, de traitement des données personnelles et de transparence des structures à but non lucratif.

Ces exigences sont intégrées au référentiel de compétences qui structure la certification.

Marché du travail

Indicateurs au niveau des familles professionnelles (FAP) des métiers visés, agrégés au niveau national — France Travail / DARES (open data).

Tension de recrutement (DARES 2024)	Faible (2/5) Moyenne pondérée par l'emploi ; les familles ci-dessous s'échelonnent de 2 à 3 sur 5.
Facteurs principaux	Manque de main-d'œuvre disponible
Salaire médian (mensuel)	3 189 €
Familles professionnelles (FAP)	R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats) · tension 3/5 (Modérée) R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique · tension 2/5 (Faible)
Projets de recrutement (BMO 2026)	9 109
Jugés difficiles à recruter	29 %
Emplois saisonniers	5 %
Familles professionnelles (FAP)	R3X83 — Professions intermédiaires du marketing et des services commerciaux (hors achats) R4X90 — Cadres commerciaux, acheteurs et cadres de la mercatique

Voies d'accès

MODALITÉS D'ACCÈS

Formation continue, Candidature individuelle, VAE

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Être titulaire d'une certification de niveau 5 minimum

COMPOSITION DU JURY — FORMATION CONTINUE, CANDIDATURE INDIVIDUELLE, VAE

Le jury est composé de trois personnes : la directrice de l'AFF et deux professionnels externes

Base légale

Date de décision	27/11/2025
Durée de l'enregistrement	3 ans
Date d'échéance de l'enregistrement	27/11/2028
Date de dernière délivrance possible	27/11/2032

Statistiques

Année	Certifiés	Dont VAE	Insertion 6 mois	Métier 2 ans
2024	52	0	93 %	—
2023	50	0	92 %	65 %
2022	59	0	91 %	84 %

Liens avec d'autres certifications

ANCIENNES VERSIONS

RNCP35432

Pour plus d'informations

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rncp/41723/>

Où se former

Formations référencées	7
Organismes	1
Régions couvertes	1
Prix indicatif	1 022 € – 9 500 €
Durée	117 h

Offre de formation — MonCompteFormation (Caisse des Dépôts), licence ouverte.

Entrées et sorties de formation

Entrées en formation	8
Parcours menés à terme	7
Taux d'achèvement	88 %
Période	04/2026 – 09/2026

Entrées et sorties — Caisse des Dépôts (open data), tous organismes confondus.

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	46
Montant total engagé	241 411 €
Coût moyen par dossier	5 248 €
Durée moyenne	76 h
Période	03/2026 – 09/2026
France compétences	53 %
Reste à charge titulaire	26 %
Entreprise	19 %
France Travail	1 %
Compte d'engagement citoyen	0 %

Formations engagées via le CPF — Caisse des Dépôts (open data), tous organismes confondus.