



# USAID Passerelles



## CAPITALISATION DE LA CAMPAGNE DE LEVÉE DE FONDS AVEC LA FONDATION DU SECTEUR PRIVE POUR L'ÉDUCATION

Années 2018 - 2023

## SIGLES ET ABREVIATIONS

AGR	Activités génératrices de Revenus
CAC	Cycles d'Actions communautaires
CAVE	Cellule d'Alerte, de Veille et d'Écoute
CGD	Comité de Gestion de Daara
CGE	Comité de Gestion d'Ecole / Conseil de Gestion d'Etablissement
CME	Conseil municipal exceptionnel
CNRE	Centre national de Ressources éducationnelles
DA	Direction de l'Apprentissage
DALN	Direction de l'Alphabétisation et des Langues nationales
DEE	Direction de l'Enseignement élémentaire
DEMSG	Direction de l'Enseignement moyen secondaire général
DFC	Direction de la Formation et de la Communication
EAS	Environnement d'Apprentissages sûr
EDB	Education de Base
EPQ	Education Priorité Qualité
IA	Inspection d'Académie
IEF	Inspection de l'Education et de la Formation
GS	Gouvernement scolaire
MEN	Ministère de l'Éducation nationale
MEFPAI	Ministère de l'Emploi, de la Formation professionnelle, de l'Apprentissage et de l'Insertion
OVDS	Observatoire de la Vulnérabilité à la Déperdition scolaire
PA	Parlement d'Apprenants
PAEM	Projet d'Appui à l'Enseignement moyen
PAQUET	Programme d'Amélioration de la Qualité, de l'Équité et de la Transparence
PAV	Plan d'Actions volontariste
PSE	Programme Sénégal Emergent
SIMEN	Système d'Information et de Management de l'Education nationale
UCGE	Union des Comités de Gestion d'Ecole
USAID	Agence des Etats-Unis pour le Développement international
3FPT	Fonds de Financement de la Formation professionnelle

## Contents

INTRODUCTION.....	4
I. CONTEXTE ET JUSTIFICATION .....	6
II. STRATÉGIE / APPROCHES UTILISEES PENDANT LE FUNDRAISING.....	7
II.1 MISE EN PLACE DE LA STRATEGIE DE LEVEE DE FONDS .....	7
II.2 MISE EN ŒUVRE DE LA STRATEGIE DE LEVEE DE FONDS .....	10
III. RESULTATS DE LA MISE EN ŒUVRE DE LA STRATEGIE .....	11
IV. ANALYSE DES ACTIONS MENÉES ET RESULTATS OBTENUS .....	11
V. ANNEXES .....	15
COMITE DE REDACTION .....	17

## INTRODUCTION

Depuis les années 2000, le Gouvernement Américain a toujours accompagné celui du Sénégal dans des secteurs stratégiques, notamment celui de l'Education et de la Formation. Ainsi, les Projets PAEM Class, USAID EDB et USAID EPQ ont apporté une plus-value considérable dans le pilotage administratif et pédagogique des Collèges d'Enseignement moyen mais aussi dans la qualité des Enseignements-Apprentissages.

Avec le Projet USAID Passerelles, l'Agence des Etats-Unis pour le développement international (USAID) appuie encore le ministère de l'éducation et celui de la Formation professionnelle pour apporter des solutions aux défis identifiés dans les domaines de l'accès à l'éducation, du maintien des apprenants dans le système éducatif, de l'équité et l'inclusion sociale, de l'inclusion des enfants handicapés, et de la formation aux métiers pour les jeunes.

A cet effet, le programme USAID Passerelles, en appui au Programme d'Amélioration de la Qualité, de l'équité et de la Transparence (PAQUET) dans ses volets Qualité, Accès, Equité et Transparence, développe des compétences de vie pour améliorer l'accès à une éducation de qualité pour les garçons et filles de 9 à 24 ans dans les régions du Sud du Sénégal, notamment la Casamance (Ziguinchor, Sédhiou, et Kolda) et Kédougou. Ce programme, d'une durée de cinq ans (aout 2018 - juillet 2023), est mis en œuvre par FHI360 en collaboration avec Save the Children, ENDA jeunesse Action et Humanité & Inclusion.

Le Projet USAID Passerelles intervient à la fois dans les sous-secteurs formel (écoles élémentaires et collèges) et non-formel. Dans ces deux sous-secteurs, les approches devront permettre de : (1) répondre aux besoins des communautés et populations cibles ; (2) maximiser le nombre d'enfants bénéficiaires ; (3) s'appuyer sur les bonnes pratiques des communautés locales et des organisations communautaires de base opérant dans les régions cibles ; (4) inclure au maximum les populations exclues du système éducatif (filles, jeunes mères, enfants handicapés, jeunes déscolarisés et non scolarisés) ; et enfin (5) aider à la mise en place d'environnements d'apprentissages sûrs et sans violence et prenant en compte les dimensions équité et inclusion.

Les interventions du Projet USAID Passerelles sont articulées autour de quatre résultats principaux que sont :

- 1 - **Résultat 1 : Améliorer les offres d'éducation complémentaire de base** (le non-formel). Pour répondre aux besoins des communautés, le programme collabore avec les populations cibles pour déterminer et offrir une éducation complémentaire pertinente : l'école communautaire de base (ECB), le daara communautaire (DC), la classe passerelle (CP) ou la formation aux métiers (FAM) afin d'inscrire à l'école le maximum d'enfants hors du système éducatif.
- 2 - **Résultat 2 : Améliorer l'éducation de base formelle.** Il s'agit d'améliorer la qualité de l'éducation formelle, au niveau du primaire et du collège. Le programme contribue à la formation des enseignants pour la mise en place d'environnements scolaires de qualité et sécurisés pour tous les enfants, y compris les filles et les jeunes marginalisés, afin de maximiser le taux de réussite des élèves.
- 3 - **Résultat 3 : Améliorer la transition entre le primaire et le collège.** Le programme vise à réduire les barrières institutionnelles de la transition du primaire vers le collège notamment le défaut d'état civil et fournit aussi un rattrapage pour les élèves en difficulté d'apprentissage des élèves de la deuxième étape (CE1/CE2).
- 4 - **Résultat 4 : Améliorer l'engagement des parents et de la communauté et prendre en compte les besoins en Education des enfants.** Le programme organise des dialogues communautaires afin de comprendre les besoins des

communautés en Education.

Une fois que les communautés ont choisi l'offre éducative pour leurs enfants, le Projet établit des mécanismes pour leur permettre de contribuer au suivi de la qualité et de la pertinence.

Afin de renforcer les offres d'éducation formelle et non-formelle, le programme fournit aussi une assistance technique. Ainsi des formations et des activités de construction ou de réhabilitation d'infrastructures d'éducation, pour en faciliter l'accès à toutes les couches de la population, particulièrement les filles et les personnes ayant un handicap, ont été réalisées en relation avec les Inspections d'Académie et les Communautés.

A la fin de l'intervention du Projet l'USAID Passerelles, il est attendu : (a) 123 900 nouveaux entrants<sup>1</sup> dans l'éducation formelle (primaire et collège) et non-formelle ; (b) 259 800 garçons et filles inscrits dans l'éducation formelle et non-formelle ; (c) 45% des élèves transitionnant du non-formel au formel.

Pour atteindre ces objectifs, FHI360 et ses partenaires, ont collaboré avec le ministère de l'Éducation nationale (MEN) et ses bureaux régionaux. Ainsi le niveau central, les Inspections d'Académie (IA) et les Inspections de l'Education et de la Formation (IEF) ont, en tant que partenaires à part entière, participé particulièrement à l'élaboration de la méthodologie d'intervention et l'identification des communes cibles et des structures d'intervention (Ecoles/CEM, Daara, ECB, Classes Passerelles...), mais aussi, dans la formation des enseignants et le suivi des activités sur le terrain au niveau des écoles.

Le Projet a également travaillé en étroite collaboration avec les Communautés et les Collectivités territoriales à travers des Conseils municipaux et la mise en place de Comités de pilotage communaux pour exécuter des feuilles de route axées sur le décrochage scolaire, la prise en charge des enfants vulnérables à la déperdition scolaire, la mobilisation de fonds additionnels pour financer l'Education etc. A travers cette approche collaborative, le projet USAID Passerelles a amené les Collectivités à mieux identifier les problèmes éducatifs locaux et à y apporter des solutions durables. Ainsi, les membres des communautés, y compris les jeunes et les organes communautaires ont participé de façon active à la conception d'un modèle de gestion de l'Education et se sont engagés à le pérenniser.

Le Projet USAID Passerelles a également travaillé avec un partenaire stratégique en l'occurrence la Fondation du Secteur Privé pour l'Education (FSPE) pour trouver des fonds complémentaires afin de financer les fonds d'incubation des jeunes qui ont achevé leur formation. La FSPE, créée le 29 avril 2013 avec l'appui de l'USAID et de FHI 360, a pour vocation de mobiliser les entreprises et les mécènes pour appuyer une éducation de qualité au profit des enfants et des jeunes du Sénégal à travers des programmes innovants.

Dans ce cadre, la FSPE a déjà mis en œuvre des activités de levée de fonds qui ont permis de mettre en place des programmes tels que les collèges numériques du 21<sup>e</sup> siècle pour l'équipement de 61 collèges et lycées d'un montant d'environ 344.000.000 frs CFA et la formation de 433 apprenants dans les daara pour un montant de 20.300.000 frs CFA.

Sur la base de ces acquis et pour le renforcement des capacités de la Fondation, le projet USAID Passerelles a signé un protocole de partenariat avec la FSPE pour une campagne de levée de fonds afin d'appuyer le financement de l'éducation et de la formation des jeunes des régions cibles du Projet. Le présent document a pour objet de retracer les différentes étapes de cette campagne de levée de fonds en vue d'en capter les bonnes pratiques et les capitaliser.

---

<sup>1</sup> Les nouveaux entrants concernent les élèves de CE2 (élémentaire) et 6eme secondaire, identifiés en fonction de leur tranche d'âge 9 - 16 ans, au démarrage du projet.

## I. CONTEXTE ET JUSTIFICATION

L'initiative de levée de fonds pour l'éducation et la formation des jeunes s'inscrit dans un contexte particulier visant à mettre en œuvre les décisions Présidentielles issues des Assises de l'Education et de la Formation : à savoir « *une Ecole de la communauté, pour la communauté, par la communauté et dans la communauté* ». Cette vision s'est matérialisée dans le PAQUET où il est dit expressément : « *Un système d'Éducation et de Formation équitable, efficace, efficient, conforme aux exigences du développement économique et social, plus engagé dans la prise en charge des exclus, et fondé sur une gouvernance inclusive, une responsabilisation plus accrue des Collectivités locales et des acteurs à la base* ».

La question du financement de l'éducation, particulièrement au niveau du Non formel, reste une grande priorité pour toute la communauté. Les communes, dans les compétences qui leur sont transférées, devraient prendre en charge ce secteur laissé à lui-même. Aussi la campagne de levée de fonds au profit de l'éducation et de la formation des jeunes vise-t-elle essentiellement à mettre les apprenants dans des conditions meilleures afin qu'ils réussissent. Elle a été initiée afin *qu'« aucun enfant en âge d'étudier ne soit laissé en rade »*.

Pour atteindre cet objectif, conformément au protocole d'accord entre le Projet USAID Passerelles et la FSPE, FHI360 a contracté un cabinet de consultant en fundraising pour accompagner la campagne de levée de fonds. Ainsi, le Cabinet BEABA, à la suite d'un appel à candidature, a été recruté pour travailler avec les Collectivités territoriales dans la recherche de ressources additionnelles en réponse aux défis de la prise en charge des enfants hors de l'école dans les régions d'intervention du Projet. Le Cabinet BEABA est un cabinet connu dans la levée de fonds dans la sous-région et en Europe.

### Objectif général de la levée de fonds

Il s'agit de mobiliser des ressources afin d'appuyer les initiatives/activités du projet USAID Passerelles qui vise à offrir des alternatives éducatives aux enfants déscolarisés et non scolarisés dans les régions de la Casamance et de Kédougou.

### Objectifs spécifiques

Plus spécifiquement, il s'agit de :

- ✓ lever un montant de cent millions de francs CFA en nature et en numéraire ;
- ✓ renforcer les capacités de la FSPE et des communautés sur la mobilisation de ressources ;
- ✓ identifier et mobiliser, avec l'appui de la FSPE et du cabinet BEABA, des partenaires potentiels (secteur privé, collectivités territoriales, communautés, mécènes et autres structures de développement aux niveaux local, national et international) capables d'appuyer le financement de l'éducation et de la formation des jeunes dans les daara communautaires, les classes passerelles, les écoles communautaires de base et de la formation aux métiers ;
- ✓ identifier de nouveaux modèles de financements communautaires à même d'accompagner le développement de l'éducation non formelle ;
- ✓ mettre en place un mécanisme pour fidéliser les partenaires dans une relation sur le long terme ;
- ✓ mettre en place des mécanismes de pérennisation de l'initiative.

## II. STRATÉGIE / APPROCHES UTILISEES PENDANT LE FUNDRAISING

Pour mener à bien l'initiative Fundraising, le Projet a mis à contribution la FSPE et le cabinet BEABA. En effet le Projet a signé, d'une part, un protocole d'accord avec la FSPE et d'autre part, un contrat d'un an avec le cabinet BEABA en aout 2020.

Ainsi, le Cabinet BEABA s'est engagé auprès du Projet à fournir les résultats suivants :

- des supports de communication élaborés ;
- un dispositif de collecte de fonds ;
- le lancement de la campagne de levée de fonds ;
- la collecte d'un minimum de 100 millions francs CFA en nature et en numéraires en septembre 2021 ;
- un rapport d'évaluation faisant état de l'impact des actions menées, des leçons apprises, et des perspectives pour de nouvelles levées de fonds.

Dans ses zones d'intervention, le Projet a initié des *pilotes* d'activités génératrices de revenus pour renforcer la participation des communautés à l'effort d'éducation à travers la recherche de moyens additionnels. Le Projet USAID Passerelles, à travers le Cabinet BEABA a apporté un appui technique aux Collectivités territoriales dans la mobilisation de ressources privées avec les sociétés privées (sociétés minières et entreprises) opérant dans les régions de Casamance et de Kédougou.

### II.1 MISE EN PLACE DE LA STRATEGIE DE LEVEE DE FONDS

Pour mettre en œuvre le processus de levée de fonds, il est mis en place un Comité Fundraising composé de 11 membres permanents représentés par :

- le Chef de Projet ;
- le Directeur Technique ;
- les 2 Conseillères Techniques ;
- le Senior Program Manager / Education non-formelle et Engagement communautaire ;
- le Responsable informatique ;
- la Chargée de communication ;
- 2 membres de la FSPE : l'Administratrice et le Directeur des Programmes ;
- 2 membres du cabinet BEABA : la Directrice et la Responsable en communication.

La stratégie de levée de fonds a consisté d'abord en une réflexion qui a abouti à :

- l'élaboration d'un plan de communication ;
- l'élaboration d'un plan media ;
- la mise en place d'un dispositif de collecte de fonds ;
- l'élaboration d'un mécanisme de fidélisation des donateurs potentiels ;
- l'identification des étapes du plan de mise en œuvre.

Ces éléments constituent les axes stratégiques de communication pour la levée de fonds.

#### ○ Le Plan de Communication

Il est constitué d'outils tels que :

- des supports de communication ;
- des messages et spots TV et Radio ;

- un Plan de communication de proximité ;
- un Plan de communication digitale ;
- un Plan de communication de masse.

- **Le Plan Media**

Il a eu pour objectif d'informer les populations sur le déroulement de la campagne de levée de fonds et de mobiliser des fonds à travers les media traditionnels, TV et radio, et les nouveaux media (sites web et réseaux sociaux). Des moyens intermédiaires ont été identifiés pour soutenir le Plan Media notamment :

- **le marketing digital** pour la production du contenu éditorial de la campagne de fundraising sur les réseaux sociaux ;
- **le Community Management** à travers des influenceurs autour de leurs communautés respectives ; les influenceurs devant aussi aider à la recherche de partenaires et de donateurs potentiels et à mobiliser une contribution financière à la campagne et assurer la vente de goodies ; pour ce faire, une rencontre d'échanges a été tenue et a permis une prise de contacts entre la FSPE, les journalistes, les influenceurs et d'autres structures identifiées susceptibles de contribuer à la campagne de levée de fonds pour la l'éducation et la formation ;
- **l'ouverture de comptes** Twitter, Instagram pour diffuser le contenu digital ;
- **la conception et la production** de différents moyens et outils de communication.

- **Le Dispositif de collecte de fonds**

Le Comité de levée de fonds, pour assurer l'ancrage de l'initiative, a mis en place un dispositif de collecte aux niveaux local, national et international et identifié des acteurs cibles comme points d'ancrage pouvant servir de catalyseurs à la campagne. Ces acteurs sont d'éminentes personnalités / des mécènes et des contributeurs potentiels, des entreprises, des grandes surfaces (supermarchés, magasins, etc.), des sportifs, des Influenceurs, des ministères etc.

Pour assurer le portage institutionnel de la levée de fonds, des rencontres sont initiées avec les structures de l'Etat, les organisations de la Société civile, à la fois au niveau local, national et international.

En ce qui concerne l'approche, il s'est agi essentiellement de mécanismes permettant à la fois de collecter les fonds avec des Packs et des kits, d'assurer un Partenariat/Parrainage mais aussi de fidéliser les donateurs.

En résumé, la collecte de fonds s'est réalisée à travers ce dispositif constitué :

- d'influenceurs ayant une forte audience sur les réseaux sociaux, mis à contribution dans la campagne de levée de fonds ;
- d'entreprises sollicitées pour faire des contributions en nature ou en numéraires en appui au fonds d'éducation et de formation ;
- de bienfaiteurs pour bénéficier d'une reconnaissance des communautés, des autorités administratives locales ainsi que du ministère de l'Education nationale (certificat, trophée, visibilité sur le site web de la FSPE et sur tous les autres supports de communication) ;
- des media sollicités pour relayer les actions que les contributions ont permis de réaliser dans les zones d'intervention du Projet.

Dans les régions, notamment à Kédougou, de nouveaux modèles de financement ont été développés ; il s'agissait d'engager les entreprises locales, susceptibles d'accompagner le développement de l'éducation non formelle, à apporter leur appui aux collectivités. C'est



ainsi que des communes ont été choisies pour l'expérimentation du pilote notamment à Tomboronkoto et Saraya avec les sociétés minières Petowal Mining Corporation (PMC) et Sabodala Gold operation (SGO) qui, dans le cadre de leur responsabilité sociale d'entreprise (RSE), sont susceptibles de financer les plans d'actions des maires.

#### ➤ Les Packs et les Kits

Des Packs ont été proposés aux cibles pour soutenir l'éducation ou la formation des jeunes déscolarisés des régions Sud du Sénégal. Ces Packs, parfois constitués de Kits distinguant différents types de dons, sont :

- **le Pack libre**, d'une valeur indéterminée, destiné aux mécènes et entreprises ; il permet une contribution volontaire en nature ou en numéraires ; et
- **le Pack dédié** qui permet de choisir un ou plusieurs kits à la fois ; il est destiné à toutes les cibles ;
- **le Pack « Soutien à la Scolarisation »** avec les *kits* suivants :
  - « **le Kit je vais à l'école** » : cartable(s) et fournitures scolaires ;
  - « **le Kit repas du Jour** » : eau et denrées alimentaires (riz, huile, tomate, etc.) ;
  - « **le Kit Apprentissage** » *pour 30 Apprenants* : 60 Cahiers de 50 pages, 90 Masques lavables, 30 livres de Lecture Etape 1, 30 livres de Calcul Etape 2, Matériel de géométrie, Cahiers double ligne, Cahiers 32 pages ;
- **le Pack « Soutien à l'Auto-Entrepreneuriat »** avec les *kits* suivants :
  - « **le Kit Contribution à la Formation aux Métiers** » : 5 000 FCFA ;
  - « **le Kit Formation aux Métiers** » *pour l'apprentissage d'un Jeune* : 100000 FCFA ;
  - « **le Kit Formation aux Métiers** » *pour un atelier d'apprentissage de 10 Jeunes* : 800 000 FCFA.
- **le Pack « Construction d'un Daara »** avec les *kits* suivants :
  - « **le Kit Contribution à la Construction d'un Espace d'apprentissage avec latrines** » : ciment, sable, fer, etc. ;
  - « **le Kit Construction d'un Espace d'apprentissage avec latrines** » : 5 000 000 FCFA,
  - « **le Kit Parrainage d'un Daara pour l'apprentissage de 30 Apprenants** » : développement personnel / équipement / kits scolaires : 5 150 000 FCFA.

#### ➤ Partenariat / Parrainage

Les membres de la diaspora et autres ressortissants du terroir, susceptibles d'être mis à contribution à travers un système de parrainage d'enfants ou de structures éducatives, ont été identifiés dans les régions d'intervention du projet. En rapport avec les Collectivités territoriales (CT), les unions de comités de gestion d'école (UCGE) et les comités d'éducation communautaire (CEC) mis en place dans les communes ciblées, les fils et les filles du terroir, émigrés ou résidant dans les grandes villes du pays, et disposant de plus de moyens, ont été sollicités à contribuer volontairement à l'effort d'éducation des enfants en alimentant régulièrement le fonds d'éducation et de formation ou en parrainant des enfants de leur communauté.

#### ○ Pour la fidélisation des donateurs

Les distinctions proposées aux donateurs varient selon la valeur du don :

1. **Bronze / YAAKAR** : entre 50.000 et 150.000 FCFA en nature ou en numéraire ;
2. **Argent / JAMBAAR** : entre 150.000 et 500.000 FCFA en nature ou en numéraire ;
3. **Or / TERANGA** : entre 500.000 et 2.000.000 FCFA en nature ou en numéraire ;
4. **Diamant / BAOBAB** : entre 2.000.000 et 5.000.000 FCFA en nature ou en numéraire ;

**Platinum / GAINDE** : au-delà de 5.000.000 en nature ou en numéraire.

La **Gestion transparente de la collecte** est assurée à travers un dispositif mis en place à la FSPE logeant les fonds collectés dans un compte spécifique dont la FSPE assure la fonction d'agent fiduciaire, comme défini dans le protocole d'accord signé avec le Projet.

## II.2 MISE EN ŒUVRE DE LA STRATEGIE DE LEVEE DE FONDS

Le cabinet BEABA, prestataire de service, sous la supervision et l'appui du comité Fundraising a soumis au Projet, après 12 mois, les livrables suivants :

- des supports de communication validés ;
- un dispositif de collecte de fonds à travers des boîtes de collecte déposées dans les grandes surfaces (Auchan) et autres structures de travail ;
- le lancement de la campagne de levée de fonds le 2 juillet 2021 (voir : [https://www.dakaractu.com/Education-formation-et-reinsertion-La-FSPE-lance-une-campagne-de-levée-de-fonds-pour-un-objectif-de-500-millions-de\\_a205749.html](https://www.dakaractu.com/Education-formation-et-reinsertion-La-FSPE-lance-une-campagne-de-levée-de-fonds-pour-un-objectif-de-500-millions-de_a205749.html)) ;
- le cabinet BEABA a entrepris des démarches auprès de plusieurs sociétés privées nationales et internationales telles que : Canal plus, Tap Tap Send, Shulumberger, Fondation Deloitte, ADS, Fondation Société Générale, Auchan Senegal, Shopmeaway, La Casamançaise ; Tap Tap Send et ADS ont immédiatement contribué ; les autres ont tout de même montré des dispositions à participer, ce qui nécessitait donc un suivi ;
- le cabinet, pour la mobilisation du secteur privé national et international, a mené une campagne de communication en direction :
  - des entreprises ciblées et d'autres donateurs potentiels ;
  - des anciens élèves des Daara du secteur informel (UNACOIS, ACIS, etc.) ;
  - des influenceurs tels que les Sportifs et les Artistes.

Dans le cadre du plan de Communication, le Cabinet a également réalisé les supports et outils de communication suivants :

- ✓ un document de plaidoyer ;
- ✓ un calendrier de publication et de diffusion des messages ;
- ✓ la remise à niveau du site web de la FSPE :
  - les codes d'accès des comptes Facebook, Twitter, Instagram, et du site de la FSPE ont été partagés ;
  - les comptes de la FSPE pour la campagne sur les réseaux sociaux ont été mis à jour (Tweeter, Instagram, Facebook, LinkedIn, WhatsApp Pro) avec l'animation régulière sur Facebook et Instagram, dans des groupes de grande audience comme Ladies Club Sénégal, Femmes chics, T'es de Dakar, Galsen Fun, Femmes Osez les Média etc.
  - des visuels et vidéos ont été mis en ligne ;
  - les articles suivants ont aussi été produits :
    - (1000) plaquettes ;
    - (5000) flyers ;
    - (1000) chemises à rabat ;
    - (50) cartons d'appel aux dons ;
    - (4) banderoles de présentation de la campagne ;
    - (1) vidéo de la campagne ;
    - (1) capsule d'appel aux dons ;
  - les supports de Fundraising :
    - (300) tasses mugs ;

- (250) tasses isothermes ;
- (300) portes clés ;
- (500) stylos ;
- (50) boîtes de collecte de fonds.

- **Marketing digital**

Une stratégie de communication digitale a été également définie pour la production du contenu éditorial de la campagne de fundraising sur les réseaux sociaux. Dans le cadre de l'**animation de communauté** nous avons enregistré :

- *des rencontres d'échanges* entre les réseaux des influenceurs , la FSPE, les associations et mouvements communautaires œuvrant dans le domaine de l'enfance, de l'entrepreneuriat ;
- *la signature de contrats de prestation avec les influenceurs* : un contrat a été signé avec 7 influenceurs pour appuyer la communication à travers les réseaux sociaux ; il s'agit de jeunes femmes très suivies dans les réseaux Facebook, Tweeter et WhatsApp en tant que commerciales ou activistes pour soutenir des idées d'intérêt public ; l'objectif du partenariat avec les influenceurs était de :
  - passer les informations sur la campagne de fundraising ;
  - diffuser les messages de la campagne ;
  - proposer les goodies à leurs réseaux pour soutenir la campagne.

Conformément aux contrats de prestation, l'ensemble des influenceurs a réalisé les activités suivantes :

- 10 publications minimum de contenus relatifs à la campagne de levée de fonds ;
- 10 partages minimum des messages de la campagne ;
- 5 vidéos minimum d'appel aux dons et d'achat des goodies (Mugs, Bouteilles Isotherme et Portes clefs) ;
- 2 lives minimum ;
- la vente de goodies pour une contribution financière de leurs communautés à la campagne de fundraising.

Les livrables ont largement dépassé les attentes, vu les activités fréquentes dans les réseaux sociaux. Des vidéos ainsi que les messages qui ont été postés dans le réseau des influenceurs ont été fournis par les influenceurs. A travers la contribution des influenceurs, un certain montant a été obtenu dans la vente de goodies (mugs, thermos, portes clés et stylos).

### **III. RESULTATS DE LA MISE EN ŒUVRE DE LA STRATEGIE**

Le plan de communication a permis de dérouler les activités de levée de fond en mettant à contribution la Direction de la communication du ministère de l'Éducation nationale et d'autres acteurs de la communication tels que les journalistes et les acteurs des réseaux sociaux. La mise en œuvre de la stratégie a été rendue possible avec la mise à disposition d'un budget pour financer les dépenses prévues. Ce budget a été octroyé par FHI360.

### **IV. ANALYSE DES ACTIONS MENÉES ET RESULTATS OBTENUS**

Cette analyse des résultats est faite ici en relation avec les objectifs qui étaient ciblés par cette campagne de levée de fonds. Elle permet d'apprécier le niveau d'atteinte de l'objectif et de faire des recommandations pour réussir la levée de fonds.

### **1. L'objectif de lever un montant de cent millions de francs CFA en nature et en numéraire.**

Cet objectif n'a pas été atteint. Seulement un montant de 10.090.140 FCFA en nature et en numéraires a été levé pour des dépenses engagées d'une valeur de 30 216 505 FCFA. La non-atteinte de l'objectif est due à plusieurs impondérables notamment :

- les nombreuses tergiversations sur le responsable qui doit porter la campagne de levée de fonds ; la FSPE n'a accepté le portage que deux ans après le lancement ;
- le cabinet engagé n'était pas à la hauteur des engagements souscrits et des livrables programmés (le cabinet BEABA était absent durant tout le processus en déléguant ses fonctions à une collaboratrice occupée à d'autres missions).

#### **Recommandations**

Pour réussir une levée de fonds, il est indispensable de :

- trouver un responsable (une structure) convaincu de la mission qui lui est assignée pour porter les activités ;
- engager un prestataire de service (cabinet) expert dans le domaine de levée de fonds avec un excellent carnet d'adresses.

### **2. L'objectif de renforcer les capacités de la FSPE et des communautés sur la mobilisation de ressources**

De grands pas ont été réalisés. En effet, le site web de la FSPE n'avait pas été actualisé depuis les années 2019 et il n'était pas en Link avec les réseaux sociaux et les méthodes modernes de fundraising en ligne.

Avec l'apport du projet USAID Passerelles, le site web a été actualisé avec :

- la mise à jour des codes d'accès des comptes Facebook, Twitter, Instagram, et du site de la FSPE ;
- les comptes de la FSPE pour la campagne sur les réseaux sociaux ont été mis à jour sur Tweeter, Instagram, Facebook, LinkedIn, WhatsApp Pro ; avec une animation régulière sur Facebook et Instagram dans des groupes de grande audience comme Ladies' Club Senegal, Femmes chics, T'es de Dakar, Galsen Fun, Femmes Osez les Média etc.

#### **Recommandation**

Il est attendu que la FSPE pérennise ces nouvelles fonctionnalités pour lever des fonds au profit de l'Education.

### **3. L'objectif d'identifier et de mobiliser des partenaires potentiels (secteur privé, collectivités territoriales, communautés, mécènes et autres structures de développement aux niveaux local, national et international)**

Cet objectif a été partiellement atteint. En effet, au niveau des régions de Ziguinchor de de Kédougou, les entreprises privées comme La Casamançaise, les Sociétés minières Pétowal Mining Corporation et Sabodala Gold Opération ont été très sensibles pour accompagner les collectivités territoriales dans le cadre de leur Responsabilité Sociétale d'Entreprise (RSE) pour financer l'Education. Le Projet USAID Passerelles a réussi à accompagner les collectivités dans la planification d'activités à financer par ces sociétés.

Un suivi est cependant nécessaire pour la pérennisation.

#### **Recommandations**

Il est essentiel de :

- sensibiliser les entreprises privées dans la prise en charge, dans leur RSE, du financement de l'Education formelle et non formelle ;

- aider les collectivités territoriales à disposer de plans d'actions éducatifs budgétisés à soumettre aux sociétés privées.

#### **4. L'objectif d'identifier de nouveaux modèles de financements communautaires à même d'accompagner le développement de l'éducation non formelle**

Les résultats obtenus pour cet objectif restent à confirmer. En effet, concernant les pilotes d'activités génératrices de revenus, des espoirs sont permis avec le concept du *parrainage* dans certaines communes mais aussi l'engagement des maires à planifier dans le budget des communes, un montant permettant de prendre en charge l'Education à la fois formelle et non formelle.

##### **Recommandations**

Il s'agit de :

- sensibiliser la diaspora dans le parrainage pour lever des fonds au profit de l'Education ;
- sensibiliser les maires dans la prise en compte de l'Education à la fois formelle et non formelle dans la planification budgétaire des communes, et la recherche de fonds additionnels pour financer l'Education.

#### **5. L'objectif de mettre en place un mécanisme pour fidéliser les partenaires dans une relation sur le long terme**

La campagne de levée de fonds n'est pas arrivée à ce stade de fidélisation mais il était retenu qu'au bout de l'année, les Grands Parrains (GP) seraient honorés par les CT, les autorités éducatives et administratives à travers une distinction à déterminer.

Pour fidéliser les Donateurs dans une relation sur le long terme et attirer d'autres bonnes volontés, des distinctions et des actes de reconnaissance ont été retenus. Les actes de reconnaissance permettant de fidéliser les donateurs consistent en :

- une remise officielle et publique au donateur/à la donatrice d'un certificat/une attestation de reconnaissance pour service rendu à la communauté / à la nation ;
- une Cérémonie de remise de distinctions d'honneur au profit des GP, sous la présidence des ministres de l'Education nationale et de la formation professionnelle (MEFPAL), à diffuser dans les media et les réseaux sociaux.

#### **6. L'objectif de mettre en place des mécanismes de pérennisation de l'initiative**

A la fin de la campagne, le comité s'est chargé d'élaborer un document d'évaluation et de capitalisation de la stratégie de collecte de fonds dans le cadre de ses engagements. Ce document permet d'apprécier l'efficacité de l'approche en vue de l'améliorer et de la répliquer au-delà de la durée du projet. Il s'agit de montrer surtout les points de non-réussite qu'il faudra éviter afin de réussir une bonne campagne de levée de fonds.

##### **Contraintes ayant plombé la levée de fonds**

La campagne de levée de fonds a été affectée négativement par divers facteurs, notamment :

- la pandémie de la COVID-19 qui a freiné la mise en œuvre de la stratégie avec la limitation des déplacements et la méfiance des chefs d'entreprise et autres autorités à recevoir des visites en face à face ;
- l'inertie du Cabinet prestataire de service vis-à-vis de ses engagements contractuels ;
- l'engagement tardif de la FSPE dans le portage de la campagne et dans la mobilisation du secteur privé pour la campagne ;
- la tenue des élections locales qui n'a pas permis de continuer dans les autres régions les rencontres de sensibilisation et d'engagement initiées à Sédhiou avec les autorités et autres structures ;

- le suivi des engagements souscrits dans les régions qui a souffert des mouvements de personnels au niveau des mairies et du projet.

#### **Leçons apprises globalement**

La grande leçon à retenir c'est la diversité des difficultés pour mettre en œuvre cette campagne de levée de fonds. De ces difficultés il ressort que pour réussir une campagne de levée de fonds il faut disposer :

- d'un responsable identifié et engagé ;
- d'objectifs clairs, d'échéances et de livrables précis ;
- d'un bon plan média ;
- d'un bon carnet d'adresse.

#### **Leçons apprises du partenariat avec la FSPE**

Les difficultés viennent essentiellement de l'absence d'une définition claire des rôles/responsabilités, des attentes, des engagements, de la feuille de route, des sanctions encourues en cas de non-respect des engagements. Cela a occasionné trop d'hésitations de la part des parties prenantes.

La signature des contrats de prestation de service s'est fondée sur des compétences non avérées même si elles sont documentées et le Projet s'est trop fié à des documents écrits qui, dans la réalité des actions menées, semblent ne pas refléter les compétences du prestataire.

## V. ANNEXES

### 1. Documentation des activités Fundraising

**Presse book :** L'Agence de presse Sénégalaise est revenue sur la rencontre dans cet article via le lien suivant :

<http://aps.sn/actualites/societe/article/un-programme-cible-5000-jeunes-sortis-du-systeme-scolaire>

Article repris par la Fédération Atlantique des agences de presse africaines :

<http://www.faapa.info/blog/un-programme-cible-5000-jeunes-sortis-du-systeme-scolaire/>

### 2. Kits et Distinctions



« Entreprises publiques et privées, salariés, mécènes et acteurs de la société Civile, vos contributions mettront à l'abri plusieurs enfants des régions Sud de l'ignorance et de la précarité.»  
Envoyez vos dons en nature ou en espèces pour soutenir l'éducation des enfants en Casamance!

#### PACK « DAARA » CONSTITUÉ DE KITS EN CASH OU NATURE

- ◆ KIT 'Écolier 'Je vais à l'école': Cartable et fournitures scolaires
- ◆ KIT 'Repas du Jour': Eau et denrées alimentaires : riz, huile, tomate,
- ◆ KIT 'Apprentissage' pour 30 Apprenants: 60 Cahiers de 50 pages, 90 Masques lavables, 30 livres de Lecture Étape 1 30 livres de Calcul Étape 2, Matériel géométrie, Cahiers double ligne, Cahiers 32 pages.
- ◆ KIT 'Contribution à la Construction d'un Espace d'apprentissage' avec latrines : ciment, sable, fer, etc.
- ◆ KIT 'Construction d'un Espace d'apprentissage' avec latrines : 5 000 000 FCFA

#### PACK « SOUTIEN À L'AUTO-ENTREPRENEURIAT »

- ◆ KIT 'Contribution à la Formation aux Métiers': 5 000 FCFA
- ◆ KIT 'Formation aux Métiers': 100 000 FCFA pour l'apprentissage d'un Jeune.
- ◆ KIT 'Formation aux Métiers': 800 000 FCFA pour un atelier d'apprentissage de 10 Jeunes.

« Une entreprise citoyenne pour l'éducation et la formation! S'unir pour agir efficacement et durablement.

#### Mobilisons, Rationalisons, Mutualisons!

NOS DISTINCTIONS :

Des Certificats de reconnaissance pour service rendu à la Communauté remis lors d'une cérémonie de distinction d'honneur.

**GAINDE :** Au-delà de 5.000.000 FCFA

**BAOBAB :** Entre 2.000.000 et 5.000.000 FCFA

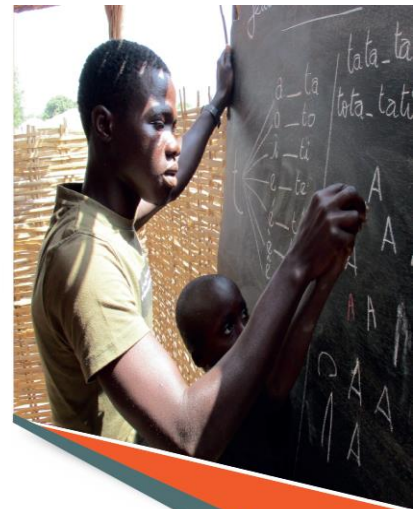
**TERANGA :** Entre 500.000 à 2000.000 FCFA

**JAMBAAR :** Entre 150.000 et 500.000 FCFA

**YAAKAR :** Entre 50.000 et 150.000 FCFA

COMPTE ECOBANK:  
FONDATION DU SECTEUR PRIVÉ POUR L'ÉDUCATION  
Code Banque: SN094  
Guichet:01001  
Num Compte: 100198592001  
Clé: 33  
Swift: ECOCSNDA

Tel: (+221) 77 514 24 22  
Site Web: [www.fspe.sn](http://www.fspe.sn) - Email : [contact@fspe.sn](mailto:contact@fspe.sn)  
Adresse: 22, Rue Carnot. RDC Dakar, Sénégal



## CAMPAGNE DE LEVÉE DE FONDS

Pour l'éducation, la formation et la réinsertion des jeunes défavorisés des régions sud du Sénégal,

**TOUS CONCERNÉS!**



### **3. Témoignages**

#### **Monsieur Papa Kandji, directeur de l'Enseignement moyen, secondaire et général**

La dernière allocution fut celle de Monsieur Papa Kandji, directeur de l'Enseignement moyen, secondaire et général, et représentant du ministre de l'Éducation nationale. Il s'agit selon lui d'une campagne d'envergure nationale. Il n'a pas manqué de souligner la dynamique d'accompagnement du ministère de l'Éducation de base, dans l'optique d'améliorer le système éducatif sénégalais. Tout en mettant l'emphase sur le fait qu'il faut que chacun (entreprises comme particuliers) assume ses responsabilités sociales et s'associe aux efforts déployés dans le secteur de l'éducation, il a officiellement déclaré la campagne de levée de fonds, ouverte.

#### **Monsieur Aboubacar Sy, président du conseil d'administration de la FSPE.**

« Il faut voir l'éducation comme la fondation de la maison ». Il a par la suite défini le rôle de la FSPE, qui est de soutenir non seulement les jeunes, mais également les chefs d'entreprise dans tout ce qui a trait à l'éducation. En citant les divers accomplissements de la FSPE, il rappelle également la responsabilité qu'ont les entreprises dans l'accès à l'éducation tout en invitant le patronat à investir dans ce qui, pour lui, est la matière première la plus importante : la ressource humaine.



## COMITE DE REDACTION

1	Maurice	<b>OUEDRAOGO</b>	Chef de Projet USAID Passerelles
2	Fatimata SEYE	<b>SYLLA</b>	Représentante régionale Education FHI360
3	Aboubacar Sedikhe	<b>SY</b>	Président de la Fondation du Secteur Privé pour l'Education (FSPE)
4	Oumar	<b>BA</b>	Directeur Technique - USAID Passerelles
5	Vieux Inssa	<b>SANE</b>	Directeur Technique adjoint - USAID Passerelles
6	Aminata DIOP	<b>DIOP</b>	Conseillère en Politique Educative - USAID Passerelles
7	Papa	<b>DIALLO</b>	Responsable de programmes FSPE
8	Ndeye Mane	<b>BA</b>	Chargée de la Communication - USAID Passerelles
12	Arthur	<b>NANITELAMIO</b>	Responsable Informatique - USAID Passerelles
13	Momar Talla	<b>BEYE</b>	Chef de Division Communication de la DFC MEN
14	Alioune	<b>NDIAYE</b>	Direction de l'apprentissage - MEFPAL
15	Massamba	<b>THIANE</b>	Directeur de la DRTS