ICODEI
Initiative Communautaire du Développement Intégré

INITIATIVE COMMUNAUTAIRE DU DEVELOPPEMENT INTEGRE
ICODEI
Tél:62 032 855

PLAN DE MOBILISATION DES RESSOURCES DE L'ICODEI POUR LA PERIODE DE 2026-2030

Bujumbura, Novembre 2025

0. Brève présentation de l'ICODEI

<table>
<tr><td colspan="6">PROFIL DE L'ORGANISATION</td></tr>
<tr><td colspan="6">Données d'identification</td></tr>
<tr><td>Sigle ou acronymes</td><td colspan="4">Dénomination complète</td><td>Forme juridique</td></tr>
<tr><td colspan="3">ICODEI</td><td></td><td></td><td>Type Associatif : ASBL</td></tr>
<tr><td>Date de création</td><td>Date de reconnaissance</td><td>Dénomination de l'acte</td><td>No de l'acte</td><td>NIF</td><td>No de sécurité sociale</td></tr>
<tr><td></td><td></td><td>ICODEI</td><td></td><td></td><td>ASBL</td></tr>
<tr><td colspan="3">Siège sociale</td><td colspan="3">Siège d'exploitation</td></tr>
<tr><td colspan="3"></td><td colspan="3">N/A</td></tr>
<tr><td colspan="3">Vision :
Burundi, une société équilibrée, pourvue des meilleures conditions de vie et d'épanouissement psychologique avec un développement intégral de la population éduquée, formée et intégrée dans la Communauté Est Africaine.</td><td colspan="3">Valeurs</td></tr>
<tr><td colspan="3"></td><td colspan="3"></td></tr>
<tr><td colspan="3">Mission :
Accompagner les citoyens de la basse couche par des actions concrètes liées à l'éducation scolaire, à la formation professionnelle, la création d'emploi pour les jeunes et des opportunités d'intégration régionale afin de les aider à faire face aux défis multiformes de la communauté, les empêchant de se relever économiquement.</td><td colspan="3">Objectif global :
Promouvoir le bien-être socioéconomique et éducatif des jeunes, particulièrement les filles vulnérables issus des familles pauvres</td></tr>
<tr><td colspan="3"></td><td colspan="3"></td></tr>
<tr><td colspan="3">Domaine prioritaire d'intervention :
❖ Intégrité et Equité
❖ Redevabilité et transparence
❖ Solidarité et inclusion
❖ Partenariat</td><td colspan="3">Fonction</td></tr>
<tr><td colspan="6">Dirigeant de l'association :</td></tr>
<tr><td colspan="3"></td><td colspan="3"></td></tr>
</table>

RESSOURCES HUMAINES				
Membres : ..... Membres dont ..... femmes et ..... hommes				
Nbre tot	**Nbre femmes**	**Nbre jeunes**	**Réunion AG**	**Observations/ commentaires**
Comités : ..... personnes				
Nbre total	Nbre femmes	Nbre jeunes	Election du CE	Observations/ commentaires
			.....	

1. Introduction

L'Initiative Communautaire du Développement Intégré est une organisation qui est un acteur de développement économique, crée en 2014. Elle vise à contribuer efficacement à la croissance économique du pays avec un alignement aux objectifs du Plan National de Développement (2018-2027) dans son 4ème pilier « le renforcement du capital humain ». Elle s'aligne aussi au 2ème pilier de la Vision Burundi Pays Emergent en 2040 et Développé en 2060 qui est l'efficacité économique.
L'ICODEI est une association agréée par Ordonnance Ministérielle N°530/2069 du 31/12/2014 en vue de promouvoir la culture entrepreneuriale en faisant face aux défis liés à la culture, aux grossesses précoces, aux comportements nuisibles considérés comme des facteurs qui freinent l'auto développement de la jeunesse composée par des hommes, des femmes, des populations plus démunies, des populations vulnérables, les prisonniers, les Orphelins, . L'ICODEI est déterminé à apporter sa contribution pour éradiquer le désœuvrement, le chômage et le sous-emploi des jeunes de la sous-région en général et ces autres couches de la population et du Burundi en particulier qui constituent le défi majeur au Burundi.

En effet, ce défi hante plusieurs pays en voie de développement y compris le Burundi dont la jeunesse constitue plus de [redacted] de la population active. Dans les conditions normales, la jeunesse constitue une main d'œuvre efficace pouvant contribuer activement au développement du pays. Par contre, au Burundi, le faible taux d'employabilité des jeunes rend cette dernière inactive. Cette question devrait être une préoccupation de tous les intervenants en vue de promouvoir la culture entrepreneuriale pour résoudre ce problème chez les jeunes en quête d'emploi.

L'entrepreneuriat est une alternative de solution pouvant contribuer à la réduction du chômage en incitant les jeunes à créer leurs propres entreprises. L'ICODEI étant constituée par des professionnels dans les divers domaines de la vie économique, son expertise constitue une opportunité pour la formation des cadres du secteur public et privé. Cela lui permet de constituer un fonds d'autofinancement de l'Association. Cet autofinancement lui procure aussi des revenus qu'elle affecte à la réalisation des micro-projets sur les collines de la zone.

2. Contexte de l'ICODEI

2.1. Contexte politique et légal

L'Association ICODEI-ASBL évolue dans un contexte politique et légal spécifique au Burundi, qui influence fortement sa capacité à mobiliser des ressources. Le Burundi, tout en faisant face à des défis socio-économiques importants, a mis en place un cadre législatif pour les ASBL, qui réglemente leur fonctionnement et leur permet d'intervenir dans divers domaines d'intérêt public, tels que l'éducation, l'employabilité et la protection des droits humains.

Malgré les difficultés des organisations locales à mobiliser les fonds nécessaires pour réaliser leur mission, le gouvernement a reconnu l'importance des organisations de la société civile, y compris les ASBL, pour le développement socio-économique et la promotion de la paix. Cela offre une opportunité pour L'ICODEI de s'engager activement dans des initiatives qui visent à mobiliser des ressources pour soutenir les communautés vulnérables.
Cependant, le climat politique peut également poser des obstacles. L'association doit naviguer avec prudence pour maintenir sa mission tout en respectant les dynamiques politiques en cours.

Sur le plan légal, la création et le fonctionnement des ASBL au Burundi sont régis par la loi portant cadre organique des ASBLs. Cette législation encadre les conditions d'enregistrement, les obligations de transparence, etc. L'ICODEI doit se conformer à ces exigences pour assurer sa légitimité et sa capacité à lever des fonds. L'association a également la possibilité de solliciter des financements publics et privés, mais cela requiert une transparence totale dans l'utilisation des ressources.

Dans ce cadre, l'ICODEI doit adopter des stratégies innovantes pour mobiliser des ressources, telles que la collaboration avec des partenaires nationaux et internationaux, y compris des ONG, des agences bilatérales de développement, et des entreprises. La levée de fonds se fait aussi via des campagnes de sensibilisation et des initiatives communautaires, ce qui renforce l'engagement des citoyens tout en contribuant à l'amélioration des conditions de vie.

2.2. Contexte socio-économique

Le Burundi fait partie des pays pauvres avec une économie essentiellement basée sur l'agriculture. Cette dernière reste toujours une agriculture de subsistance alors qu'elle fait vivre 90% de la population burundaise. Le café, le thé, le sucre et le coton sont des produits agricoles d'exportations qui apportent

au pays des devises. L'économie du Burundi dépend essentiellement de l'aide internationale. Selon l'indice de la Banque mondiale « Doing Business 2010 »[1].

Les jeunes représentent plus de 60% de la population nationale. Cette composante fait partie des populations frappées par le chômage et le désœuvrement. Dans ce contexte, les cotisations des membres de ICODEI ne peuvent pas financer toutes les activités de l'Association et il est impératif de mobiliser d'autres partenaires pour soutenir le développement des jeunes.

2.3. Contexte technologique et écologique

La technologie de l'information et de la communication se développe petit à petit au BURUNDI. L'utilisation de ces technologies constitue un atout au développement des jeunes. Peu de régions ont accès à l'électricité, suffisamment de connexion internet, les équipements digitaux et les personnes ressources.

Le contexte technologique joue un rôle crucial dans les stratégies de fundraising des associations comme l'ICODEI. L'évolution rapide des outils numériques et des plateformes de communication offre de nouvelles opportunités pour mobiliser des fonds et sensibiliser le public. Les plateformes de collecte de fonds, le marketing digital, les webinaires et évènements virtuels sont privilégiés dans le processus de mobiliser les fonds.

Le contexte écologique est de plus en plus pertinent dans le cadre du fundraising, surtout avec l'augmentation de la conscience environnementale parmi les donateurs et les parties prenantes.

3. Méthodologie suivie lors de l'élaboration du plan de suivi et évaluation

L'élaboration du présent plan de mobilisation de fonds a suivi les étapes suivantes :

- Echange avec les leaders de l'association sur la situation de l'ICODEI pour comprendre le contexte global des interventions de l'association ainsi que les zones d'intervention.

- **Échanges avec les Leaders de l'Association sur la Situation de l'ICODEI**

Ces échanges ont été organisés pour comprendre le contexte général, la mission, la vision et les enjeux actuels de l'ASBL. Dans cette optique, deux réunions ont été organisées avec le représentant légal, le

[1] BAD, Revue à mi-parcours du Document de Stratégie Pays (DSP) 2008-2011, septembre 2010.

coordinateur, national et le conseiller juridique au sein de l'ICODEI pour discuter sur les réalisations à l'actif de l'association. Les informations qualitatives sur les réalisations de l'association ont été notées ainsi que les succès déjà enregistrés.

- **Consultation des rapports des activités exécutées par l'Association dans sa zone d'Intervention**

Une analyse approfondie des activités passées et de leur impact sur la communauté a été facilitée par l'accès aux documents pour déceler les succès et les échecs.

- **Rédaction du plan de mobilisation des fonds adapté à l'association**

Le plan de mobilisation des fonds adapté aux besoins de l'ICODEI comprend les étapes suivantes :

- **Développement de la Structure du Plan :** Établir une structure claire intégrant les sections.
- **Intégration des Données Collectées :** Utiliser les informations obtenues lors des échanges avec les leaders et dans l'analyse des rapports pour adapter les objectifs et les stratégies afin qu'ils répondent de manière appropriée aux besoins identifiés.
- **Rédaction :** Impliquer les leaders de l'association dans la rédaction du plan afin d'assurer que toutes les voix et expertises sont représentées. Organiser des sessions de retour pour affiner le contenu.
- **Validation et adoption :** Présenter le projet de plan aux membres de l'association et recueillir des avis pour effectuer les ajustements nécessaires avant de finaliser le document.
- **Diffusion :** Préparer une version finale du plan de mobilisation des fonds à partager avec tous les membres de l'association, les partenaires, et potentiels bailleurs de fonds.

En se focalisant sur des échanges qualitatives, l'analyse des activités passées, et une rédaction, permettra d'assurer que le plan de mobilisation des fonds est réaliste, pertinent et adapté aux besoins de l'association et de la communauté qu'elle sert. Chaque étape contribue à une compréhension profonde des défis et des opportunités, garantissant ainsi la mise en œuvre efficace des stratégies de collecte de fonds.

4. Analyse SWOT

FACTEURS INTERNES	FACTEURS EXTERNES
Positifs	Positifs
- Équipe dévouée et passionnée pour réaliser la mission de l'Association	- Soutien croissant des donateurs locaux et internationaux.
- Expertise reconnue dans les domaines d'intervention.	- Prise de conscience accrue sur les enjeux de l'éducation et de la protection de l'enfant.
- Réseaux locaux bien établis avec les écoles et autres organisations.	- Politiques gouvernementales favorables à l'éducation et à l'emploi pour les jeunes.
- Réputation solide auprès des bénéficiaires et partenaires.	- Opportunités de financement via des programmes gouvernementaux et des ONG.
Facteurs Négatifs	**Facteurs Négatifs**
- Limitations financières et dépendance à des financements externes	Concurrence accrue avec d'autres ASBL et ONG.
- Ressources humaines limitées	- Instabilité politique et économique dans le pays affectant les processus de financement.
	- Infrastructure parfois insuffisante pour les activités éducatives et formatives.
	- Changements dans les priorités des bailleurs de fonds.
	- Barrières culturelles et sociales pour l'accès à l'éducation et à la formation.

5. Objectifs du plan

a. Objectif Général

- Renforcer la capacité de l'ICODEI à mobiliser des ressources financières pour soutenir ses programmes et initiatives en faveur des enfants et des jeunes au Burundi lui permettant d'être une organisation de référence, crédible et fiable auprès des Partenaires Techniques et Financiers (PTF).

b. Objectifs Spécifiques

1. Accroître le financement par les bailleurs de fonds
2. Diversifier les sources de Financements
3. Renforcer les Capacités de Collecte de Fonds
4. Développer des Partenariats Stratégique
5. Accroître la visibilité de l'ICODEI et ses capacités à élaborer et soumettre de nouveaux programmes/projets pour financement aux partenaires.
6. Renforcer les capacités logistiques de l'ICODEI (véhicule, bureaux et équipement propre en informatique pour les antennes, mobilier, ...)

6. GROUPES CIBLES

a. Donateurs majeurs

No		Groupes cibles	Remarques
1		Les organisations des Systèmes des Nations Unies : FNUAP, PNUD, UNESCO, PBSO, PBF, UNICEF, UNIFEM, FAO, ONU FEMMES, etc.	
2		Les partenaires techniques et financiers : CPI, KIYO, OXFAM, CORDAID, CORD, AFSC,	
3		Coopération bilatérale : NORAD, MOFA, UKAID, AFD, DGD	

b. Donateurs moyens

No	Groupes cibles	Remarques
1	Les organisations internationales qui appuient le renforcement des capacités d'ICODEI:	

7. Vision, Mission et Valeurs de l'ICODEI

a. Vision de l'ICODEI

Burundi, une société équilibrée, pourvue des meilleures conditions de vie et d'épanouissement psychologique avec un développement intégral de la population éduquée, formée et intégrée dans la Communauté Est Africaine.

b. Mission de l'ICODEI

Accompagner les citoyens de la basse couche par des actions concrètes liées à l'éducation scolaire, à la formation professionnelle, la création d'emploi pour les jeunes et des opportunités d'intégration régionale afin de les aider à faire face aux défis multiformes de la communauté, les empêchant de se relever économiquement.

c. Valeurs fondamentales

- Respect des autres
- Amour de la patrie
- Inclusion
- Solidarité
- Transparence

8. Stratégies de Mobilisation des Fonds

Pour mener à bon port les objectifs de la mobilisation des fonds, l'ICODEI basera sa stratégie sur 3 piliers à savoir la diversification des sources de financement ; la collecte des fonds à travers l'organisation des événements de collecte et de vente des produits de l'ICODEI; ainsi que la mise en place d'une stratégie de communication de l'ICODEI.

a. Diversification des sources de financement

La diversification des sources de financement est essentielle pour garantir la pérennité et l'efficacité de l'ICODEI. Face aux défis économiques et sociaux majeurs, l'ICODEI doit explorer diverses avenues de financement afin de soutenir ses programmes et d'atteindre ses objectifs. Trois sources de financement

clés se distinguent : les subventions internationales et nationales, les partenariats avec des ONG et des fondations, ainsi que les contributions du secteur privé.

Les subventions représentent une source de financement cruciale pour les ASBLs. Elles peuvent provenir de gouvernements étrangers, d'agences de développement international, ou d'organisations de coopération bilatérale comme l'Union Européenne ou les Nations Unies. Ces fonds sont souvent attribués pour des projets spécifiques alignés sur des priorités stratégiques, telles que la santé, l'éducation ou la protection des droits de l'enfant etc. Souvent ce genre de subventions comporte les aspects suivants :

- **Financement substantiel** : Les subventions internationales peuvent offrir des sommes importantes, permettant à l'ICODEI de travailler sur des projets de grande envergure.
- **Expertise et Formation** : Les bailleurs de fonds internationaux souvent incluent une composante d'accompagnement, permettant aux ASBLs de bénéficier d'une formation et d'un soutien technique.
- **Visibilité et Crédibilité** : Recevoir une subvention d'une institution reconnue peut renforcer la crédibilité d'une ASBL auprès d'autres partenaires et donateurs.

Cependant, l'accès à ces fonds peut être compétitif et nécessite souvent des délais de candidature longs et complexes. De plus, les ASBL doivent s'assurer de la bonne gestion des fonds pour éviter des problèmes de transparence et d'utilisation des ressources.

b. Partenariats avec des ONG et des Fondations

L'établissement de partenariats avec d'autres ONG et fondations est une stratégie efficace pour diversifier les sources de financement. Ces collaborations permettent d'unir les forces et de combiner les ressources pour atteindre des objectifs communs. Par exemple, les ASBL peuvent partager leurs compétences, leurs connaissances, et leurs réseaux pour mettre en place des projets plus diversifiés et attractifs pour des bailleurs de fonds. Cela implique :

- **Synergie des ressources** : Les partenaires peuvent partager leurs expériences et leurs expertises, optimisant ainsi les résultats des projets.
- **Accès à de nouveaux réseaux** : Collaborer avec d'autres organismes permet d'élargir le réseau de l'ASBL et d'accéder à de nouvelles sources de financement.
- **Réduction des coûts** : Les coûts liés à la mise en œuvre des projets peuvent être réduits grâce au partage des ressources humaines et logistiques.

Néanmoins, une collaboration efficace nécessite une bonne communication, une vision commune et un respect mutuel des valeurs et des compétences de chacun.

c. Contributions du Secteur Privé

Les contributions du secteur privé ont également un rôle important à jouer dans la diversification des sources de financement pour les ASBL. De nombreuses entreprises cherchent à investir dans des projets socialement responsables et à renforcer leur implication dans les communautés où elles opèrent. Cela peut se traduire par des dons, du bénévolat, ou le cofinancement de projets spécifiques.

- **Flexibilité** : Les entreprises peuvent offrir des ressources flexibles qui ne sont pas toujours soumises aux mêmes contraintes que les fonds publics ou des bailleurs de fonds.
- **Compétences techniques** : Les employés des entreprises peuvent apporter des compétences techniques qui enrichissent les projets des ASBL.

Cependant, les ASBL doivent être attentives à établir des partenariats qui respectent leur mission et leurs valeurs, afin d'éviter toute influence indue ou conflit d'intérêts.

La diversification des sources de financement est un impératif pour les ASBL au Burundi, leur permettant de s'adapter aux réalités économiques et sociales changeantes tout en poursuivant leurs missions. Les subventions internationales et nationales, les partenariats avec d'autres ONG et fondations, ainsi que les contributions du secteur privé offrent des opportunités importantes. En s'engageant dans ces différentes options, les ASBL peuvent renforcer leur résilience et maximiser leur impact au bénéfice des communautés qu'elles servent. Ce processus de diversification, bien qu'il comporte des défis, constitue une voie stratégique vers la durabilité et l'efficacité des organisations dans le contexte burundais.

d. Collecte de fonds

La collecte des fonds implique les activités suivantes :

1. **Événements de Sensibilisation et de Collecte de Fonds**

Processus :

- Définition des Objectifs : Déterminer le montant à collecter et les résultats souhaités (sensibilisation, engagement communautaire, etc.).
- **Planification de l'Événement :**

- Choix du Type d'Événement : Il peut s'agir d'un gala, d'une course sponsorisée, d'un concert, ou d'un marché local.
- Établissement d'un Budget : Évaluer les coûts pour la location du lieu, les équipements, la promotion, etc., et identifier les besoins de financement.

- **Mobilisation des Ressources :**
  - Recherche de Sponsors : Identifier et approcher des entreprises ou des individus susceptibles de sponsoriser l'événement.
  - Engagement des Bénévoles : Recruter des bénévoles pour aider dans l'organisation, la logistique et la promotion.
- **Promotion de l'Événement :**
  - Communication : Créer des supports publicitaires (affiches, flyers, médias sociaux) pour attirer le public.
  - Médias : Impliquer les médias locaux pour assurer une couverture de l'événement.
- **Réalisation de l'Événement :**
  - S'assurer que tout se déroule selon le plan, en fournissant des informations aux participants.
  - Intégrer des activités incitatives comme des enchères silencieuses ou des tombolas pour encourager les dons.
- **Suivi et Évaluation :**
  - Collecter des retours via des enquêtes auprès des participants.
  - Évaluer le montant total collecté et déterminer l'impact de l'événement sur la sensibilisation au sein de la communauté.

2. **Campagnes de Financement Participatif (Crowdfunding)**

Processus :

- **Choix de la Plateforme :** Sélectionner une plateforme de crowdfunding adaptée qui correspond au projet et cible le bon public.
- **Définition du Projet :**
  - Élaborer une description claire du projet, en expliquant son but, son impact et le montant nécessaire à collecter.
  - Fixer un objectif financier réaliste tout en considérant la durée de la campagne.
- **Préparation de Contenus :**
  - Créer du contenu attrayant (vidéos, images, témoignages) qui retient l'attention des donateurs potentiels.

- Rédiger une histoire convaincante qui reflète la mission de l'ASBL et pourquoi le projet mérite un soutien.

- **Lancement de la Campagne :**
  - Annoncer le lancement via les réseaux sociaux, la newsletter de l'association, et d'autres canaux de communication.
  - Encourager les membres, les bénévoles et les sympathisants à partager la campagne.
- **Engagement des Donateurs :**
  - Mettre à jour régulièrement les contributeurs sur l'avancement de la campagne.
  - Répondre rapidement aux questions et remercier les donateurs pour leur soutien.
- **Clôture et Reporting :**
  - Analyser les résultats (montant collecter, nombre de contributeurs) après la fin de la campagne.
  - Informer les donateurs des impacts réalisés grâce aux fonds collectés et maintenir un contact pour de futures campagnes.

3. **Vente de Produits et Services**

Processus :

- **Identification des Produits et Services :**
  - Déterminer ce qui peut être vendu (produits artisanaux, marchandises liées à l'ASBL, services comme des formations ou des ateliers).
- **Élaboration d'un Plan de Vente :**
  - Fixer des prix qui couvrent les coûts tout en restant accessibles aux clients.
  - Élaborer des stratégies de marketing pour promouvoir les produits/services (réseaux sociaux, événements, etc.).
- **Mise en Place de la Logistique :**
  - Organiser la production, l'inventaire et la distribution des produits.
  - Créer un système de gestion des commandes et des retours.
- **Promotion et Vente :**
  - Utiliser des canaux variés pour la vente, tels que des marchés locaux, des boutiques en ligne, ou des événements propres à l'ASBL.
  - Proposer des promotions ou des réductions pour inciter à l'achat, tout en divulguant clairement que les bénéfices serviront à financer les activités de l'ASBL.
- **Suivi et Évaluation des Ventes :**
  - Analyser les ventes et collecter des données sur les préférences clients pour adapter l'offre future.

- Partager les résultats avec les donateurs et le personnel sur l'impact des ventes sur les programmes de l'association.

Le processus de collecte de fonds nécessite une planification minutieuse et une exécution stratégique. En organisant des événements de sensibilisation, en lançant des campagnes de financement participatif et en vendant des produits et services, les ASBL au Burundi peuvent diversifier leurs sources de financement et assurer la pérennité de leurs projets. Chaque approche engage la communauté de manière unique, favorisant ainsi non seulement la collecte de fonds mais aussi la sensibilisation et l'engagement autour des missions de l'association.

9. Stratégies de communication pour la mobilisation

Pour assurer une mobilisation efficace des fonds, il est essentiel de mettre en place des stratégies de communication adaptées, qui tirent parti d'un plan de communication structuré et utilisent de manière stratégique les réseaux sociaux ainsi que les médias traditionnels. Les suivantes peuvent être utilisées :

Plan de Communication

Ce plan vise à :

- **Renforcer la visibilité de l'ICODEI :** Accroître la notoriété de l'organisation et de sa mission auprès des donateurs potentiels et de la communauté.
- **Informationaliser les initiatives :** Partager des informations sur les programmes et les impacts des projets pour susciter l'intérêt et l'engagement.
- **Mobiliser des ressources :** Encourager les dons et les soutiens par une communication claire et persuasive.

Éléments clés d'un Plan de Communication :

- **Identification des Publics Cibles :** Déterminer les groupes d'intérêt (donateurs individuels, entreprises, autres ONG, etc.) et adapter le message en fonction de chaque public.
- **Messages Clés :** Élaborer des messages clairs et convaincants qui mettent en avant les enjeux abordés par l'ASBL, l'impact souhaité et l'importance de la contribution financière.
- **Canaux de Communication :**
    - Médias Sociaux : Utiliser Facebook, Twitter, Instagram et LinkedIn pour atteindre un large public, en partageant des mises à jour sur les projets, des histoires inspirantes et des appels à l'action.

- Médias Traditionnels : Établir des relations avec des journalistes locaux pour couvrir les événements de l'association, publier des articles d'opinion, et promouvoir des campagnes de collecte de fonds dans les journaux et à la radio.

- **Calendrier de Communication :** Créer un calendrier répertoriant les actions de communication prévues, les échéances des campagnes et les événements clés.
- **Évaluation de l'Impact** : Mettre en place des indicateurs pour évaluer l'efficacité des communications et ajuster la stratégie si nécessaire.

2. **Utilisation des Réseaux Sociaux**

Stratégies pour Maximiser l'Impact des Réseaux Sociaux :

- **Création de Contenus Engagés :** Produire des contenus variés (vidéos, infographies, témoignages) qui racontent l'histoire de l'ASBL, illustrent les succès et montrent l'impact des dons.
- **Appels à l'Action (CTA)** : Inclure des appels à l'action clairs dans les publications, invitant les followers à cliquer sur le lien de don, à partager, voire à s'inscrire à des événements.
- **Utilisation de Hashtags :** Créer des hashtags dédiés à la campagne pour augmenter la visibilité et faciliter le suivi des conversations en ligne.
- **Interactivité et Engagement :** Répondre aux commentaires, partager du contenu généré par les internautes, et organiser des sessions en direct pour répondre aux questions et interagir avec le public.
- **Partenariats avec des Influenceurs Locaux :** Collaborer avec des influenceurs locaux pour élargir la portée des campagnes, attirer de nouveaux donateurs et renforcer la crédibilité de l'association.

3. **Utilisation des Médias Traditionnels**

Stratégies pour Exploiter les Médias Traditionnels :

- **Communiqués de Presse :** Rédiger des communiqués de presse clairs et engageants pour annoncer des événements importants, des initiatives de collecte de fonds et des réussites notables de l'ASBL.
- **Interviews et Reportages :** Travailler avec des journalistes pour organiser des interviews où les membres de l'association peuvent partager leur expertise et leur passion, augmentant ainsi la visibilité et l'intérêt public pour la cause.
- **Émissions de Radio et de Télévision :** Participer à des émissions locales pour parler des projets de l'ASBL et des besoins en financement, en intégrant des éléments multimédias pour rendre le message plus percutant.

- **Publicité Locale :** Envisager des publicités dans des journaux locaux ou des stations de radio pour atteindre un public qui n'est pas nécessairement actif sur Internet.

La mise en place de stratégies de communication efficaces, tant pour le plan de communication que pour l'utilisation des réseaux sociaux et des médias traditionnels, est essentielle pour la mobilisation des fonds des ASBL au Burundi. En intégrant ces approches, l'ICODEI peut non seulement accroître sa visibilité mais aussi développer un lien fort avec les donateurs, augmenter l'engagement des communautés et instaurer un climat de confiance qui lui permettra d'atteindre son objectif financier. Une communication bien orchestrée peut transformer la perception de l'ICODEI et susciter un soutien significatif pour sa mission.

10. Plan d'Action de Mobilisation des Fonds (2026-2030)

ACTIVITÉS CLÉS	TRIMESTRE (2026-2030)	RESPONSABILITÉS	BUDGET PRÉVISIONNEL (USD)
1. Événements de Sensibilisation et de Collecte de Fonds			
Organisation d'un gala de présentation des réalisations	T1 2026	Équipe de collecte de fonds, Volontaires	
Marché local de produits artisanaux	T4 2026	Équipe des événements, Artisans locaux	

ACTIVITÉS CLÉS	TRIMESTRE (2026-2030)	RESPONSABILITÉS	BUDGET PRÉVISIONNEL (USD)
Concert avec artistes locaux	T2 2027	Équipe de communication, Musiciens	
2. Campagnes de Financement			
Lancement d'une campagne de collecte de fonds pour un projet spécifique	T3 2026	Équipe de communication, Responsables de projet	
Campagne annuelle de crowdfunding (T3)	T3 2027, T3 2028, T3 2029, T3 2030	Équipe de communication, Responsables de projet	
3. Vente de Produits et Services			
Lancement d'une ligne de produits dérivés	T1 2026	Équipe de marketing, Fournisseurs	
Ateliers de formation professionnelle	T1 2027, T1 2028, T1 2029, T1 2030	Formateurs, Équipe de coordination	
Vente des produits pour la fin d'année	T4 2026, T4 2027, T4 2028, T4 2029, T4 2030	Équipe de vente, Volontaires	

ACTIVITÉS CLÉS	TRIMESTRE (2026-2030)	RESPONSABILITÉS	BUDGET PRÉVISIONNEL (USD)
4. Relations et Partenariats			
Identification de nouveaux partenaires financiers	T2 2026	Équipe de direction, Responsables de projet	
Événements de réseautage avec des entreprises locales	T2 2027	Équipe de direction	
5. Suivi et Évaluation des Activités			
Rapports semestriels sur la collecte de fonds	T2 2026, T4 2026, T2 2027...	Équipe de collecte de fonds	
Évaluation des impacts des fonds	T4 2026 à T4 2030	Équipe de suivi et évaluation	

9. Suivi et Évaluation

INDICATEURS	MÉTHODES DE COLLECTE DE DONNÉES	FRÉQUENCE DES ÉVALUATIONS ET RAPPORTS	SOURCES DE VÉRIFICATION	HYPOTHÈSES
Montant total des fonds collectés	Analyse des rapports financiers	Trimestriel	Rapports bancaires, états financiers	Les campagnes de collecte de fonds rencontrent un intérêt constant.

INDICATEURS	MÉTHODES DE COLLECTE DE DONNÉES	FRÉQUENCE DES ÉVALUATIONS ET RAPPORTS	SOURCES DE VÉRIFICATION	HYPOTHÈSES
Nombre de donateurs nouveaux et récurrents	Sondages et suivi des bases de données	Semestriel	Listes de donateurs,	Les efforts de communication et de sensibilisation attirent de nouveaux donateurs.
Volume des ventes de produits/services	Analyse des chiffres de ventes	Trimestriel	Rapports de ventes, reçus	Les produits et services proposés répondent à une demande locale.
Taux de satisfaction des participants	Sondages post-événements et entretiens	Après chaque événement	Résultats des enquêtes, témoignages	Les événements sont organisés de manière à répondre aux attentes des participants.
Feedback positif/négatif sur les campagnes de financement	Groupes de discussion et retours d'expérience	Après chaque campagne	Rapports d'évaluation, feedback verbal	Les participants sont en mesure d'exprimer librement leurs opinions.
Évaluation des impacts des activités	Analyse des rapports d'activité et d'impact	Annuel	Rapports d'impact, témoignages de bénéficiaires	Les nouvelles initiatives ont un impact significatif sur la communauté.
Engagement des détenteurs de droits	Observations directes et suivis	Trimestriel	Déclarations de partenaires,	

INDICATEURS	MÉTHODES DE COLLECTE DE DONNÉES	FRÉQUENCE DES ÉVALUATIONS ET RAPPORTS	SOURCES DE VÉRIFICATION	HYPOTHÈSES
			rapports d'activités	

10. **Rapportage**

	RAPPORTAGE DE LA MISE EN ŒUVRE DU PLAN DE FUNDRAISING				
No	**Quel rapport**	**par qui**	**quel contenu**	**pour qui**	**quand**
1	Le rapport initial	Coordinateur National			
2	les rapports intermédiaires	Coordinateur National			
3	le rapport final	Coordinateur National			
4	le rapport d'évaluation	Coordinateur National			

11. **Gestion des Risques potentiels et stratégies de mitigation**

IDENTIFICATION DES RISQUES	STRATÉGIES DE MITIGATION
1. Manque de fonds collectés	- Développer un plan de communication solide Diversifier les sources de financement (événements, de collecte des fonds, partenariats).
2. Faible participation aux événements de collecte	- Promouvoir les événements via plusieurs canaux (réseaux sociaux, médias traditionnels). - Offrir des incitatifs (réductions, cadeaux).
3. Mauvaise gestion des fonds	- Mettre en place des audits réguliers et des contrôles financiers. - Former le personnel sur la gestion budgétaire.
4. Perte de confiance des donateurs	- Communiquer de manière transparente sur l'utilisation des fonds - Fournir des rapports réguliers et des mises à jour.

IDENTIFICATION DES RISQUES	STRATÉGIES DE MITIGATION
5. Changements réglementaires	- Suivre les évolutions législatives et ajuster les pratiques si nécessaires. - Se former sur les normes et exigences en vigueur.
6. Incapacité à répondre aux attentes des donateurs	- Évaluer régulièrement les besoins et les attentes des donateurs. - Recueillir des feedbacks et ajuster les programmes en conséquence.
7. Concurrence accrue avec d'autres ASBLs	- Identifier des niches de financement non exploitées. - Collaborer avec d'autres ASBL pour mutualiser les ressources et les efforts.
8. Risques liés à la réputation	- Gérer les crises de communication de manière proactive. - Maintenir une présence positive en ligne et hors ligne.
9. Fluctuation de l'intérêt du public	- Lancer des campagnes qui correspondent aux intérêts actuels du public. - Adapter les projets en fonction des tendances socio-économiques.

Fait à Bujumbura, le 31/12/2025

Le Président du Comité Exécutif et Représentant Légal

M. Eric NZAMBIMANA