

Conseil d'Administration - MSF Lux
Lundi 10 janvier 2022
Compte rendu

Administrateurs présents : Seydou Ambié TOGO (VC), Guy BERCHEM (VC), Sophie COUFFIGNAL (VC), , Philippe GOUTIÈRE (VC), Myriam GUERBAZ (VC), Carine LILLIU (VC) Ousmane SAWADOGO (VC), Bechara ZIADE (VC)

Administrateurs excusés : Jean DUBOIS, Christophe VALENTINY

Membres présents : Amrish BAIDJOE, Marie-Nathalie HOUBA, Dave HUDSON, Esther LEICK, Roger MARTINEZ-DOLZ, Carole NUNEZ

La séance commence à 18h30, l'ordre du jour est le suivant :

SEANCE OUVERTE

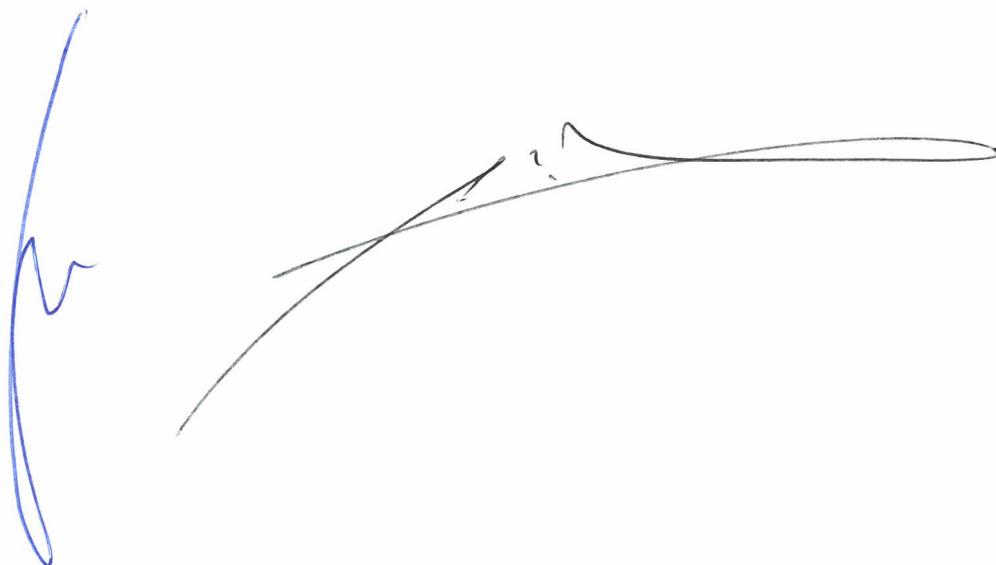
- I. Administratif asbl : signature du Compte-rendu de la réunion du CA précédente et accueil de Laurence Moureh-Ledig

HUIS CLOS

- II. Point Covid check (nouvelle loi Covid applicable dès le 15/01)
III. Point sur la politique de rémunération

SEANCE OUVERTE

- IV. Fundraising : bilan 2021 et plan d'action 2022
V. Public Engagement : bilan 2021 et plan d'action 2022
VI. Présentation du budget



I. Administratif

Compte-rendu des réunions du CA de décembre 2021

Les membres du CA approuvent le compte-rendu de la réunion du CA de décembre 2021. La réunion étant principalement tenue en ligne en raison de la situation sanitaire, il sera signé ultérieurement par le président et le vice-président.

Accueil Laurence Moureh-Ledig, service de volontariat européen

Laurence Moureh-Ledig intègre le département de l'engagement public pour assister Carole en tant que volontaire européenne jusqu'à fin juillet 2022.

Elle a effectué des études en relations internationales et différents stages au sein du réseau culturel français à l'étranger ainsi que pour un programme Interreg dans le domaine de la coopération territoriale européenne. Elle dispose donc d'expérience dans les domaines de la communication et de l'événementiel, ainsi qu'une connaissance des questions humanitaires.

II. Nouvelle loi Covid applicable dès le 15/01 – HUIS CLOS avec Management team

La propagation du variant Omicron, nettement plus contagieux, au Luxembourg et dans les pays frontaliers a forcé le gouvernement à mettre en œuvre de nouvelles mesures pour protéger la population. La nouvelle loi Covid va entrer en application à partir du 15 janvier 2022 et les nouvelles mesures ont des répercussions importantes sur le fonctionnement du bureau. Une communication va être envoyée à l'ensemble des employés concernant la mise en application des règles au bureau.

La management team souhaite porter cette question au niveau du CA car :

1. Une partie de l'équipe ne souhaite pas se faire vacciner : est-ce que le CA donne son accord pour que les frais induits par les tests que les employés doivent effectuer soient pris en charge par MSF ?
2. Cette loi contraste fortement avec les droits fondamentaux et met les employeurs dans une position inconfortable en leur imposant une responsabilité qui devrait incomber au gouvernement,
3. Il est requis de demander au personnel de communiquer ouvertement des informations médicales. Or il s'agit de données que MSF, en tant qu'organisation, met un point d'honneur à protéger. Nous devrions réfléchir à des moyens de mieux préserver ce secret médical. Ce qui se passe dans le cadre de la législation COVID est en contradiction avec les valeurs de MSF, qui exigent au moins que nous expliquions avec force pourquoi nous nous y conformons et ce que nous faisons pour préserver la confidentialité.

Le CA est ferme quant au respect de la loi Covid et exige que l'ensemble des règles et mesures imposées par cette législation soit appliqué à la lettre au sein de MSF Luxembourg.

Le CA ne souhaite pas que les tests soient pris en charge par MSF : l'argent des donateurs ne doit pas servir à financer des tests qui pourraient être évités par une vaccination gratuite. En revanche, Guy se propose de financer les tests pour le personnel qui serait trop fortement impacté par le coût des tests.

Le CA ne souhaite pas non plus appliquer une exception en permettant aux personnes non vaccinées de travailler exclusivement en télétravail.

III. Point sur la politique de rémunération – HUIS CLOS avec RH

IV. Fundraising



Presentation CA 10
janv. 2022.pptx

Esther, Directrice de la Communication et de la Collecte de fonds, présente les résultats 2021 et les perspectives pour 2022 pour le volet collecte de fonds. La partie communication sera abordée lors du CA de février. A noter que les chiffres de 2021 ne sont pas encore consolidés.

Au niveau global

- Les objectifs sont atteints à hauteur de 101%. Meilleure année hors legs depuis 2017.
- Avec legs, 2021 se place juste derrière 2018.
- 2021 a été marquée par les dons exceptionnels de grands donateurs, fondations, et entreprises. Les dons exceptionnels représentent cette année 12% de notre income, contre 1% l'année passée.
- Les cibles Regulars / Fondations / Entreprises / majors et Legs ont été proches de l'atteinte ou surpassés. C'est donc une année de réussite globale sur presque toutes les cibles.

ONE OFF :

- Au niveau du one-off on note une baisse car l'année 2020 avait été exceptionnelle de ce point de vue.
- Les fondations ont très bien fonctionné cette année, par rapport à une année atone en 2020.
- Les Majors donateurs : ont particulièrement performé cette année.
- Les Legs sont légèrement en deçà de notre objectif mais nous sommes dans la moyenne des 12 dernières années.
- Une diminution du nombre de donateurs s'observe en 2021 par rapport à 2020 : tous les donateurs Covid n'ont pas été fidélisés. En effet, l'un des grands enjeux de l'année 2021 était la fidélisation de ces donateurs 50% des primo donateurs en 2020 ont redonné en 2021.
- Le don moyen a augmenté.
- L'année a extrêmement bien fonctionné pour le print (Reflets et Mailing), avec notamment les mailings sur Haïti et Madagascar. La base d'envoi a été élargie tout au long de 2021 pour réactiver des donateurs.
- Le secteur Private event poursuit sa chute : tous les événements sont à l'arrêt en raison de la crise sanitaire. On espère une reprise pour 2022 avec le retour de l'ING marathon notamment.

Temps forts prévus en 2022 :

- Vente aux enchères en avril 2022.
- Communication « urgences » : pouvoir communiquer sur les cibles grand public pour faire de l'acquisition.
- Le digital : il s'agit de poursuivre dans l'acquisition de donateurs via le digital. En effet, ce secteur a fait l'objet d'énormément de projets et de chantiers différents, notamment en communication (point qui sera abordé en février), sans pour autant susciter un acte de don. Le digital a généré 82 440€ : il s'agit de poursuivre dans l'acquisition sur le digital.
- Renforcer notre campagne de fin d'année.
- Au niveau emailing, on revient sur des envois en dehors des newsletters,
- Relance du projet Tirelire, via des dépôts dans les grands centres commerciaux du pays.

Les regular se portent bien également cette année.

- Le D2D et le F2F comptent pour 62 % de l'acquisition. Nous avons permis aux collecteurs d'accepter les dons ponctuels, ce qui a été arrêté. Pour 2022 : on passe de 11 à 7 mois de collecte car les équipes étaient épuisées. Nous allons passer aussi à une équipe réduite et le projet des tablettes a bien avancé (mais n'est pas encore abouti).
- En fin d'année, nous avons instauré une prime variable à l'objectif, qui a bien fonctionné : elle est touchée à partir du moment où la personne a fait au moins un mois effectif de donation.
- Cette année, les dons réguliers deviennent notre première source de revenus.
- La fidélisation des donateurs Covid a plutôt bien fonctionné.
- Nous avons pu convertir et remercier nos donateurs grâce à des appels téléphoniques.

Fondation

- Les fondations représentent 305 000€.
- Acquisition d'une nouvelle fondation : Massvoll Stiftung 100 000 euros sur Covid Inde, avec un potentiel partenariat pluri-annuel : 2022, nous sommes en attente d'une donation entre 100 000 et 200 000 euros en faveur de l'Afghanistan
- L'un des plus gros enjeux était la fondation de Luxembourg : aujourd'hui les échanges sont réguliers, avec un excellent relationnel. Nous avons amélioré la présentation de nos projets et développé nos échanges

avec l'OCB pour mieux gérer les enveloppes : cela va peut-être nous amener de nouvelles fondations (ex Fondation Engelefer pour un projet cancer en 2022)

- Nous allons lancer une newsletter fondation dès janvier.

Entreprises

- Il s'agit d'un gros volet de l'année avec une politique extrêmement dynamique et une nouvelle collaboratrice très active sur ce volet. Les RDV ont été extrêmement nombreux, nous avons essayé d'approcher les family offices et avons gagné en visibilité grâce aux 50 ans.
- En 2022 nous allons proposer des financements de plus petits projets, pour les entreprises qui ont notamment un plus petit budget.
- Nous avons également développé des partenariats pro bono qui ne se voient pas dans la collecte de fonds, mais nous permettent de réduire nos dépenses.
- En 2022 nous poursuivons notre stratégie de 2021, en essayant de concrétiser le payroll giving et la plateforme benevity.
- La due diligence va se renforcer sur les entreprises car toutes les entreprises vont être passées au crible afin de mieux filtrer les entreprises donatrices.

Majors

- Année marquée par des dons exceptionnels. L'année est relativement similaire à 2017. Ils ont donné un peu moins souvent, mais un peu plus.
- La relation s'est développée et Pascale avait plus de temps pour se consacrer à cette cible.
- En 2022 Nous allons nous doter d'un nouvel outil qui s'appelle Wealth X. et poursuivre notre recherche de family offices.

Legs

- Un peu en dessous de l'objectif.
- Le legs Streff est un legs historique au niveau de MSF, ce qui a sauvé l'année pour les legs, grâce à la vente d'un terrain qui s'est concrétisée.
- Pour 2022, nous avons 9 legs potentiels, cependant les dossiers peuvent être très longs à traiter.
- En 2022 nous avons reçu la nouvelle d'un legs à hauteur de 47 millions d'euros et qui sera attribué à la fondation. Il s'agit d'un legs extrêmement complexe. La fondation devra statuer afin d'embaucher une personne chargée de gérer ce legs.

Le CA félicite Esther et toute l'équipe pour le travail accompli.

V. Public Engagement



PUBLICENGAGEMENT
T_CAJAN2022.pptx

Bilan 2021

Le Public Engagement a été créé suite à la restructuration du bureau dans le courant du premier trimestre 2021. Il s'agit de créer le lien entre l'engagement des membres, des bénévoles et l'engagement de la société civile, dans l'optique de réaffirmer la présence de MSF au Luxembourg. C'est une fonction transversale qui travaille avec les différents départements : ressources humaines, communication, fundraising. On voit après cette année d'expériences que c'est un travail quotidien, dont les résultats ne sont pas immédiats, mais qui peuvent servir chacun des objectifs de la section. Ce poste permet d'avoir une vue globale des besoins en interne, face aux opportunités de contact en externe. Par exemple, la mise en relation entre la fondation Vodafone et MSF Luxembourg, la mise en relation entre l'hôtel Melià et le club Vlamse, ou la conversion d'employés en bénévoles (Savills IM) et vice versa.

La fonction de Public Engagement s'articule autour de quatre éléments principaux :

- L'associatif avec le CA, les membres, les bénévoles et le mouvement MSF interne (OCB et MSF international)
- Les relations externes avec les médias, les écoles, le gouvernement luxembourgeois, les organisations de la société civile, les communes, la communauté médicale et les entreprises
- Les événements avec l'organisation de webinaires thématiques, MSF dans les communes et les 50 ans de MSF
- La participation à la management team et notamment via une contribution aux ambitions internes et externes de MSF Luxembourg – à développer en 2022

Au niveau du volet associatif, une attention particulière devra être portée au nombre de votants pour l'AG. En revanche, au niveau international, MSF Luxembourg a été sollicité pour faire partie du comité des élections à l'AGI, ce qui relève d'un haut niveau de responsabilité et de confiance de la part des pairs. Grâce à cette participation, MSF Luxembourg a tout naturellement rejoint le groupe de travail concernant la gouvernance du système de vote en ligne qui est beaucoup utilisé dans le mouvement et qui rencontre un changement stratégique avec le départ du développeur et une externalisation de la gestion vers le SITS.

Les relations externes représentent le plus grand défi de l'année 2021 afin d'amorcer à nouveau l'ancrage local de MSF au Luxembourg. Nous avons initié à nouveau une relation avec les médias et reconstitué un carnet d'adresses, qui a été largement étoffé également grâce aux événements liés aux 50 ans de MSF.

En ce qui concerne l'enseignement, le Kidz Kit, jeu de société pédagogique n'a pas été développé par manque de temps. En revanche, des pistes quant à la stratégie de diffusion de l'outil ont été explorées avec notamment un lien avec l'IFEN, l'Institut de Formation des Enseignants.

En parallèle et grâce aux bénévoles pour l'ISL et grâce à notre participation au groupe de travail dédié à l'éducation au développement pour le lycée Vauban, nous avons pu renouer des contacts avec le monde de l'enseignement.

En parallèle, et notamment via l'outil des mapathons, plusieurs projets sont en cours avec notamment le SportLycée, le lycée technique du centre, le lycée des garçons de Luxembourg sont en cours.

MSF Luxembourg a réaffirmé sa présence dans le milieu des organisations de la société civile et des ONGs, notamment en participant à différents groupes de travail. Ceci permet à MSF d'amorcer son chemin vers un positionnement en tant qu'expert dans certaines thématiques humanitaires et médicales, qui restent à approfondir pour 2022.

La présence de MSF s'est également faite remarquer avec la reprise de la participation aux réunions Cercle/MAE et une sollicitation d'intervention sur l'accès aux vaccins.

MSF dans les communes est un exemple de projet en collaboration avec le département COM/FR et a généré 15 000€ de dons. Il a permis de nouer des contacts avec différents acteurs au sein des communes, qui nous serviront dans notre politique d'engagement des publics pour les années à venir. Le ratio temps et nombre de participants étant cependant en faveur du temps, une autre approche sera abordée en 2022, en essayant de participer à des événements existants.

Les événements ont également contribué à rehausser la notoriété de MSF au niveau du mouvement et au Luxembourg via l'organisation de webinaire thématiques, alliant expertise interne et externe. Les mapathons sont un vrai moyen de proposer un engagement direct envers les opérations de MSF sur le terrain et un véritable outil d'entrée auprès des établissements scolaires. Enfin, les événements autour des 50 ans de MSF avec la venue de Christos Christou, qui ont rassemblé environ 500 personnes sur l'ensemble de la semaine. Chaque profil était ciblé : membres, communauté médicale, grand public, entreprises.

Perspectives 2022

En ce qui concerne l'associatif, les priorités sont fixées aux bénévoles. En effet, derrière chaque bénévole peut se trouver un donateur, une compétence, une entreprise et autant de possibilités d'ancrage dans la société civile.

Dans le contexte de réflexion autour du projet MSF We Want To Be, et conformément aux ambitions de la section, MSF Luxembourg se doit d'être un partenaire fiable et pertinent pour le mouvement.

Enfin, le CA aura besoin d'une attention particulière puisque 4 membres du CA terminent leur mandat et un support au CA est nécessaire pour l'AGI, avec l'élection du président international.

Les priorités en ce qui concerne les relations externes seront cette année tournée vers les organisations de la société civile et la communauté médicale, ainsi que vers l'enseignement.

VI. Budget



Copy of
Budget_2022_CA.xls

Dave présente le budget qui satisfait tous les départements et correspond aux ratios à respecter.

ACTIONS À PRENDRE SUITE À LA REUNION

	ACTIONS	EN CHARGE	CALENDRIER
1	n		
2			
3			
4			

**Date du prochain CA : 7 février 2022 à 18h30
CA conjoint asbl/fondation**

Signature :

Signature :

