

Stratégie du PAM en matière de partenariat et de mobilisation de fonds auprès du secteur privé pour 2020-2025

Session de travail sur les recettes 11 juillet 2019

La présente note vise à soulever les questions essentielles à débattre lors de la session de travail sur les recettes. Les États membres sont encouragés à proposer d'autres questions à traiter lors de cette session.

Le PAM envisage d'augmenter considérablement les fonds provenant du secteur privé – principalement des particuliers – afin de sauver davantage de vies et de changer la vie d'un plus grand nombre de personnes. Les dons des particuliers sont une source importante et croissante de financement, qui est souvent utilisable de manière souple et peut servir à répondre aux besoins les plus pressants du PAM, comme les programmes de développement insuffisamment financés dans le cadre d'opérations de moindre ampleur menées dans les pays. La stratégie prévoit que les recettes du secteur privé augmenteront pour passer de 87 millions de dollars É.-U. en 2018 à 260 millions de dollars en 2025.

Fort du succès de l'initiative ShareTheMeal, le PAM cherchera avant tout à mobiliser les particuliers au moyen de plateformes numériques afin d'offrir un moyen pérenne, souple et efficace de s'adresser à des soutiens potentiels se trouvant dans de nombreux pays sans avoir à mettre sur pied des équipes chargées de recueillir des fonds à plusieurs endroits. Cette démarche s'accompagnera d'activités ciblées de collecte de fonds n'utilisant pas Internet là où les expériences menées se sont révélées efficaces.

Première tranche d'investissement. La première tranche d'investissement couvrant la période 2020-2021 est présentée dans les tableaux ci-après. Une initiative interne d'importance primordiale sera nécessaire pour lancer les opérations de renforcement des activités de mobilisation de fonds. Un montant de 35,3 millions de dollars sur deux ans est proposé, comme indiqué ci-dessous. Des investissements supplémentaires seront demandés uniquement si les valeurs cibles associées aux indicateurs de performance clés convenus sont atteintes en 2020 et au premier semestre de 2021. Les indicateurs et les valeurs cibles sont fournis en page 2.

Millions de dollars	2020	2021	Total
<i>Initiative d'importance primordiale/autre source d'investissement</i>	13,1	22,2	35,3
<i>Autres dépenses</i>	6,1	11,5	17,6
Montant total des dépenses	19,2	33,7	52,9
Montant total des recettes	40,2	73,0	113,2

Note: le montant total des recettes comprend les recettes provenant des organisations "Les Amis du PAM" et les recettes numériques organiques. Les autres dépenses comprennent un prêt accordé au titre du Mécanisme de budgétisation des investissements, les retenues sur les dons et le budget administratif et d'appui aux programmes en cours associé aux postes/activités concernant les dons des particuliers au sein de la Division des partenariats avec le secteur privé.



Le tableau ci-dessous indique les recettes générées par les investissements consentis au titre de l'initiative interne d'importance primordiale uniquement en 2020 et en 2021.

Millions de dollars	2020	2021	2022	2023	2024	2025	Total
Montant des recettes générées par l'initiative interne d'importance primordiale en 2020 = 13,1 millions de dollars	16,5	15,2	11,5	8,9	6,9	5,4	64,5
Montant des recettes générées par l'initiative interne d'importance primordiale en 2021 = 22,2 millions de dollars		28,0	25,8	19,5	15,1	11,8	100,1

Principales hypothèses sur lesquelles repose l'augmentation des dons des particuliers. Le modèle d'augmentation des recettes est fondé sur les facteurs suivants: coût à supporter pour attirer un nouveau donateur; montant que chaque donateur verse par an; et durée de versement des dons. Ces hypothèses ont été établies à partir des éléments suivants: i) résultats actuels du PAM; ii) données sur les investissements en provenance d'autres organismes des Nations Unies; et iii) savoir-faire et enseignement tirés de l'expérience d'autres organisations internationales collectant des fonds. Le modèle a été élaboré avec l'appui technique du Boston Consulting Group.

À titre d'exemple, la publicité payante sous forme numérique est le principal canal d'investissement, et les principales hypothèses du secteur à l'échelle mondiale sont les suivantes:

	Donateur ponctuel	Donateur mensuel/régulier
Coût par nouveau soutien – investissement nécessaire pour trouver un nouveau donateur potentiel et l'inciter à verser un don au PAM.	30 dollars	90 dollars
Don moyen – montant moyen versé par chaque soutien par an.	50 dollars	210 dollars (17,50 dollars par mois)
Taux de fidélisation des donateurs après un an – pourcentage de donateurs qui continuent à donner un an après avoir versé leur premier don au PAM.	25 pour cent	80 pour cent

Dans quelle mesure ces exemples d'hypothèses sont-ils clairs, et quelles autres informations relatives aux prévisions de recettes et de dépenses faudrait-il communiquer pour accroître la confiance accordée au modèle d'investissement?

Indicateurs de performance clés. Le premier investissement sera suivi de près en 2020 et au premier semestre de 2021. Des examens trimestriels seront menés et des ajustements seront apportés si nécessaire pour maximiser l'efficacité de cette activité. Les investissements ultérieurs seront approuvés uniquement si au moins 80 pour cent des valeurs cibles suivantes associées aux indicateurs de performance clés sont atteintes:

- Recettes tirées de l'acquisition payante de nouveaux donateurs en 2020 = 16,5 millions de dollars
- Rendement moyen des dépenses publicitaires pendant les 12 premiers mois = 1,7:1

- Rendement des dépenses liées à la publicité payante sous forme numérique pendant les 12 premiers mois = 2:1
- Principales hypothèses liées au coût par soutien/don moyen/taux de fidélisation après la première année, telles qu'indiquées ci-dessus.

Quels mesure et suivi supplémentaires de la performance des investissements le Conseil d'administration souhaiterait obtenir avant qu'une deuxième tranche d'investissement soit approuvée?