



**Collectez plus,
passez à la version digitale!**

www.jaidemonecole.org

Outil destiné aux écoles

Les **10** éléments clés pour une collecte réussie

Une campagne de crowdfunding nécessite de la préparation.



Faites-vous aider d'un ou de deux parents d'élèves pour la préparation de la campagne

Les membres de l'APEL sont souvent très intéressés par les projets de l'école qui concernent directement leurs enfants et sont donc dynamiques.

Ils seront de bons ambassadeurs auprès des autres parents d'élèves !

A- Rédaction du projet

1. Le nom de votre projet

- 50% des internautes ne liront que ce nom (qui n'est pas le nom de l'école)
- Le temps de lecture d'une page internet est très court :
le nom du projet doit donc être **percutant et enthousiasmant** :
50 caractères maximum
- Exemples :
 - ✓ "Un grand coup de neuf à St Joseph !"
 - ✓ "Exaucez notre vœu et ensemble, bâtissons !"

2. L'objectif (voir p.6)

3. La date de fin (voir p.8)

4. Catégories

5. Courte description

150 caractères max – 2 lignes

6. Texte en 4 paragraphes

1. Une présentation générale plus approfondie du projet

2. A quoi va servir la collecte :

Précisément et concrètement, quelles dépenses vont être engagées avec les sommes collectées ?

3. Et si l'école dépasse son objectif

Projet de dépenses complémentaires en cas de grand succès.

4. Une présentation de l'établissement

B- Quelques conseils

- ✓ Expliquer la **genèse** de votre projet, son **histoire** et son **déroulement**.
- ✓ Exprimez clairement dans les 5 premières phrases **pourquoi vous avez besoin de donateurs** et comment ils vont pouvoir vous aider (par leur don).
- ✓ **N'oubliez pas de parler de l'avantage fiscal pour les donateurs** : en donnant à votre projet, ils peuvent déduire leur don de leur impôt sur le revenu à hauteur de 66%.

Les entreprises peuvent elles aussi déduire leur don à hauteur de 60%.

Donnez des exemples concrets de contribution avec leur coût réel.

Exemples : « En donnant 50€, votre don ne vous coûte réellement que 17€ »

« En donnant 150€, votre don ne vous coûte réellement que 51€ »

- ✓ Publiez des **liens externes** (articles de presse, réseaux sociaux).
- ✓ **Intégrez une image** avec un graphique (éventuellement) sur la page en ligne.

Pensez aussi à répondre aux questions suivantes :

- Est-ce **urgent** ? Il faut que les futurs contributeurs sentent l'urgence de donner dès maintenant
- Si vous étiez donateur, auriez-vous **envie de donner** à ce projet ?
- Soyez clair : le temps passé sur une page est en moyenne de 1'30.
- Ayez un ton optimiste, n'hésitez pas à employer l'humour !

En résumé, le projet doit être compréhensible, mobilisateur et fédérateur !

C- Définir l'objectif



- Fixez un **objectif atteignable** ! Plutôt que de partir des besoins de votre projet, vous devez vous fixer un objectif proportionnel à la taille de la communauté que vous pensez pouvoir fédérer.
En moyenne, 1 famille sur 2 donne, et 60€ est le don moyen sur les plateformes de crowdfunding.
Calcul : nombre de familles de votre école \div 2 \times 60
Exemple : école de 100 familles \div 2 \times 60 = **3 000 € d'objectif**
- Mieux vaut atteindre et dépasser son objectif plutôt que ne pas atteindre un objectif trop haut !
- L'objectif financier d'un projet en ligne doit être fixé au minimum à 1 000€ et au maximum à 50 000 €.
- Détaillez très précisément **les postes de dépenses** que vous intégrez à votre collecte, sans rendre le projet illisible ou trop complexe. La collecte via Jaidemonecole.org peut être un financement complémentaire à votre projet en plus d'un prêt bancaire, par exemple.
- **Attention :** Pensez à inclure dans l'objectif global de votre projet, le **coût des contreparties** que vous offrez à vos donateurs, et les **5% que retient la Fondation Saint Matthieu**.
- Et si vous **dépassez** ou **n'atteignez pas** votre objectif ?
 - ✓ Il n'y a aucune limite à la somme maximale qui peut être collectée.
 - ✓ Si l'objectif n'est pas atteint, la somme vous sera quand même reversée.
 - ✓ Evoquez sur votre page ce que vous pourrez réaliser si vous dépassez votre objectif.

D- Les contreparties

- Contrairement aux autres plateformes de collecte en ligne, la première contrepartie que les donateurs reçoivent d'office est leur **reçu fiscal**. Ils pourront ainsi déduire leur don de leur impôt sur le revenu à hauteur de 66%. N'hésitez pas à mettre cet avantage en avant dans le descriptif de votre page !
 - L'établissement peut distribuer **des récompenses en nature ou des preuves de reconnaissance** à ses bienfaiteurs. Il les définit avant le lancement de la campagne et les associe à des montants de don différents. Les **meilleures contreparties** sont celles qui ont **un lien intime avec votre projet** : des dessins d'enfants, des nouvelles à chaque étape de la construction, des remerciements nominatifs sur les réseaux sociaux ou dans la presse locale, une invitation à une inauguration... Soignez-les particulièrement car vos donateurs deviendront vos meilleurs ambassadeurs et seront des relais de votre projet sur leurs propres réseaux.
 - Organiser des contreparties est **nécessaire pour montrer votre reconnaissance à vos donateurs**. C'est une bonne façon de les intéresser et les impliquer dans votre projet. Elles ont une valeur symbolique.
- **Il ne faut pas créer de contreparties spécialement pour l'événement (= coûts supplémentaires) !**
- La contrepartie est non seulement un **moyen d'attirer les contributions, mais surtout de les augmenter car elles incitent le donateur à donner 20 € plutôt que 10, 30€ plutôt que 20 et 50€ plutôt que 30.**
 - Le palier inférieur : le montant minimum de contribution est de 5€. Vous pouvez tout à fait proposer une contrepartie à 5€, car il n'y a pas de petit don !
 - Les paliers supérieurs : proposez des contreparties à 50 €, 100 €, 200€ de belle qualité car ce sont ces trois niveaux qui sont les plus importants pour collecter des fonds, et donc pour atteindre votre objectif financier.
 - Un contributeur ne pourra pas recevoir une contrepartie si son don est inférieur au montant fixé.
 - Format à respecter pour les images des contreparties : **320px * 210px**
 - Pensez pratique : une fois le projet terminé, il faudra envoyer les contreparties aux donateurs. Pensez donc à des contreparties faciles à envoyer et au stock disponible.

Contreparties

Don de 20 € et plus

Recevez un beau dessin

→ 6 dons



Une œuvre originale et signée de l'artiste.

Don de 50 € et plus

Votre nom sur les réseaux sociaux!

→ 0 dons



Pour vous remercier de votre générosité, nous communiquerons votre nom sur nos réseaux sociaux

Don de 100 € et plus

Don de 100€ et plus

→ 12 dons 18 restants



Recevez un cabas à l'effigie de l'école !

E- Le timing de la collecte

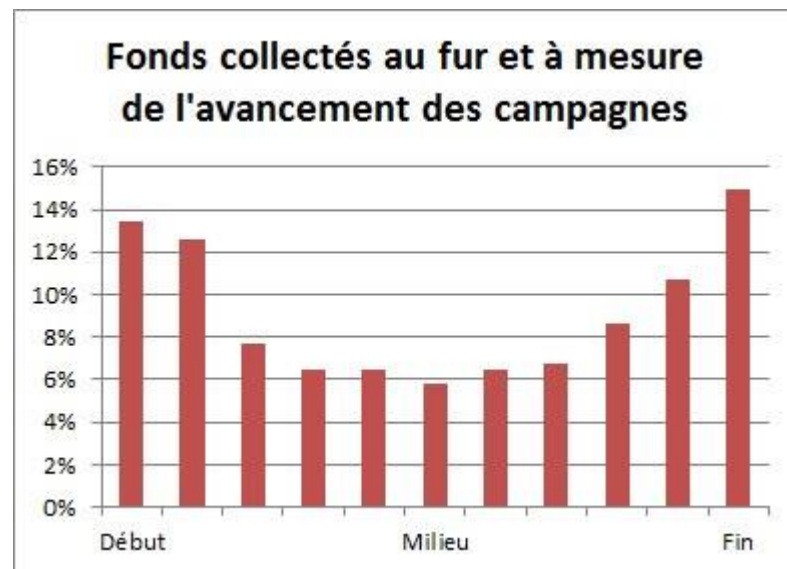
La durée

- Durée courte, en moyenne de 45 jours.
- → Plus dynamiques, les collectes courtes atteignent plus souvent les objectifs de collecte !
- La durée maximale de collecte est de 90 jours.
- → Une durée longue n'est pas une garantie de succès, bien au contraire !
- Le but d'une campagne est de garder un rythme soutenu afin de bannir ou du moins diminuer les effets de procrastination.



Les dates de la collecte

- Réaliser sa campagne au plus proche du projet. Ne lancez pas la campagne un an avant la réalisation des travaux, par exemple.
- Mais lancez-la suffisamment tôt pour vous permettre d'organiser le financement du projet.
- **Date de lancement** : éviter de la faire débuter en fin de semaine ou le week-end. C'est le début de votre collecte, vous devez en parler partout autour de vous. Votre premier cercle va être sollicité et il va relayer votre projet à son propre réseau.
- **Date de fin** : évitez de la faire finir un dimanche ou un lundi, visez plutôt le jeudi ou le vendredi. Les 4 derniers jours totalisent en moyenne 20% des fonds collectés sur l'ensemble d'une campagne.



Conseil : lundi > jeudi ou lundi > vendredi

7. Les photos



- **Portez une attention particulière aux visuels !**

→ Ce sont les éléments les plus regardés. Ils sont primordiaux dans la décision finale de contribuer ou non.

- Format des photos : une petite de **320x210 px** et une grande de **700x350px**.
- Pour retoucher ou redimensionner vos photos, aidez-vous des **sites** gratuits [Pixlr](#), [lunapic](#).

8. La vidéo

Mettez votre collecte en scène !



En moyenne, un projet avec une **vidéo de présentation a 20% de chance en plus de réussir sa campagne !**

- ✓ **Présentez votre projet** en précisant pourquoi vous organisez une collecte pour le financer. Soyez naturel et n'hésitez pas à vous amuser avec **l'univers de votre projet**. Faites participer les bénéficiaires, c'est-à-dire les élèves et les enseignants. Expliquez à vos futurs contributeurs quelle chance ils ont de **partager** avec vous la naissance de ce projet.
- ✓ N'oubliez pas de mentionner qu'il y a des **contreparties** ! Insistez sur les plus originales.
- ✓ Si vous filmez avec votre smartphone, pensez à filmer à l'horizontale !
- ✓ Réaliser une vidéo au format Youtube 16:9
- ✓ Le son est très important. Il existe des petits micros qui se mettent sur les smartphones.
- ✓ Pour le montage, vous pouvez vous aider des sites gratuits : [Stupeflix](#), Adobe Smart Vidéo, Quick (vidéos faites à partir de vos photos, très simple), Movie Maker, ou [Imovie](#) pour Mac.
- ✓ **Envoyez nous ensuite votre vidéo** par le site [wetransfer.com](#) (version gratuite). Nous l'hébergerons sur la [chaîne Youtube](#) de la FSM et nous l'insérerons ensuite sur votre page.

9. Stimulez votre communauté !

C'est le seul et unique moyen de collecter.

Jaidemonecole.org est un moyen et non un but en soi.

--> **Sensibilisez le plus de monde possible** à votre projet

--> **Mobiliser sa communauté** = créer de la viralité !

Pendant la phase de préparation (avant la mise en ligne), **informez déjà votre entourage (parents d'élèves etc.)** de votre projet pour qu'ils soient au courant et prêts à donner lorsqu'ils recevront la campagne !

A/ Les trois cercles du financement participatif

Le 1^{er} cercle: l'entourage proche de l'école

Il s'agit du cercle de lancement : les 1ers concernés par ce projet c'est-à-dire les parents d'élèves, les grands parents. Ils vous connaissent et vous font confiance.

Un compteur à 2% n'incite pas le grand public à faire un don, c'est pourquoi leurs dons sont essentiels en début de campagne pour convaincre ensuite les 2 autres cercles de donner ! Ce cercle doit permettre **d'atteindre 30% de la collecte** !

Ils vont permettre à ce compteur de rapidement augmenter et par conséquent de rendre votre projet plus attractif !

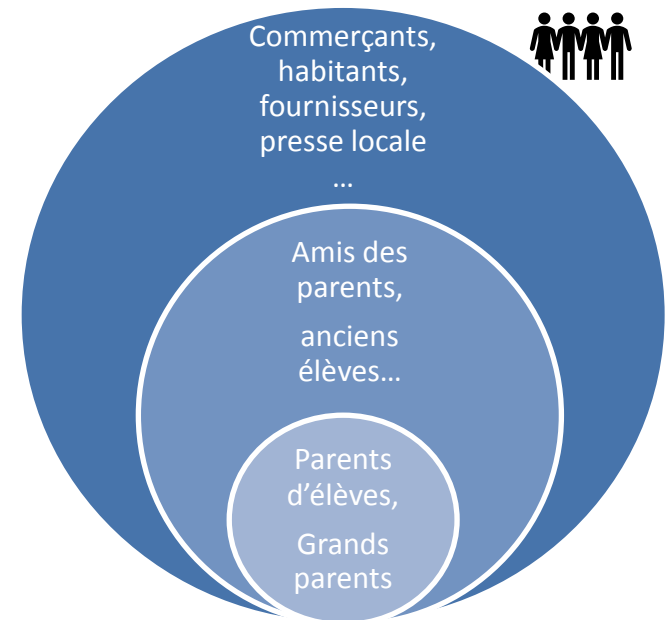
Le 2^{ème} cercle : celui de la résonance

Il s'agit des amis des parents, anciens élèves. Le premier cercle a permis au compteur d'atteindre le tiers de son objectif en moyenne. Le projet est à présent plus attractif, ce cercle sera plus enclin à donner!

Le 3^{ème} cercle: le grand public

Une fois que votre projet a atteint les 50- 60%, pensez à contacter les commerçants, les fournisseurs de votre école (entretien, cantine, sortie de car...). Il faut adapter votre communication légèrement, et ne pas hésiter à se rendre sur place ou à leur téléphoner, puis relancer. Leurs dons étant plus importants, votre campagne a de fortes chances d'atteindre les **100 %** !

Vous pouvez également contacter la presse locale qui relayera votre projet !!



B/ Préparer votre fichier de contacts sous Excel



- **Groupes de personnes à contacter pour soutenir votre projet :**
 - Fichier des parents d'élèves de l'école avec les adresses postales et e-mails.
 - Entreprises (réseau de l'école, réseau des parents)
 - Fournisseurs de l'école (restauration, entretien, fournisseurs de vos travaux)
 - Associations qui soutiennent l'action de votre établissement
 - Amis de l'école, parents et familles d'anciens élèves, anciens élèves...
 - Paroisses (appel dans le bulletin paroissial)

- **Récupérez le plus de coordonnées possible :**
 - e-mails pour diffuser votre campagne plus simplement.
 - adresses postales pour envoyer les contreparties le cas échéant.
 - Utilisez Excel pour créer un fichier de contacts.

C/ La communication



Utilisez les supports de notre Kit de communication envoyé via WeTransfer.

▪ Animez votre page projet

- Soyez prêts et disponibles à répondre aux commentaires de vos donateurs
- Pensez à mettre à jour les informations concernant votre projet pour tenir informée votre communauté de donateurs et futurs donateurs

▪ Relayez votre projet

- **Email** : Il est très important de préparer un **plan de communication en amont du projet** et pendant le projet et en particulier d'envoyer un email d'information/de relance par semaine minimum. Pour avoir des exemples de modèles, voir le document « Emails sollicitation campagne de crowdfunding » dans le Kit de Communication que nous vous avons envoyé via WeTransfer.

- **Via les réseaux sociaux:**

Des boutons de partage Facebook, Tweeter et Google + sont présents sur votre projet pour que vous ou vos donateurs partagiez le projet !

Attention : Ne communiquez pas sur les réseaux sociaux ou à vos cercles 2 et 3 si la collecte est à 0 ou en dessous de 10% de votre objectif. Attendez que votre cercle proche ait donné avant de diffuser ! Ces personnes trouveraient une collecte faible bizarre et ne donneraient pas.

Si vous sollicitez des entreprises par exemple, attendez que la collecte ait bien démarré !

Facebook :

- Si vous n'avez pas encore de page, créez-la dès maintenant pour commencer à vous constituer une communauté (idéalement 1 mois avant)
- Élargissez votre cercle en prospectant tous les groupes Facebook où le cœur de votre cible est présent
- Près de la moitié du trafic est généré par Facebook

- **Téléphone** : un coup de téléphone est bien plus personnel et donc efficace qu'un e-mail !
- **Sms** : le sms est économique et rapide
- **Au travers de vos évènements** : kermesses, fêtes de l'école, fêtes de quartier, etc.



10. Remerciez !

Dites à vos amis combien **leur mobilisation** est **essentielle** pour votre projet !

Pensez à remercier vos donateurs juste après leur don, pendant et après la collecte.

Vous pouvez leur envoyer un email personnel immédiatement après leur don ou remercier au moment de l'envoi de la contrepartie (par un mot, une vidéo, une photo, etc.).

Que votre projet ait atteint son objectif ou non, il est **important de le faire pour garder un bon contact** avec ses donateurs. Votre établissement aura ainsi une bonne réputation.

Et... qui c'est ? Vous aurez peut-être à faire appel à eux à nouveau pour un futur projet !



Résumé pour bien préparer le lancement

- **1 liste de donateurs potentiels**
- **1 photo** de 2 formats différents et d'autres photos avec des élèves pour le corps du texte
 - 320x210 px (elle servira pour la vignette qui s'affichera sur la page d'accueil)
 - 700x350 px (elle s'affichera au-dessus de votre projet)
- **1 nom accrocheur**
- **1 objectif financier pour la collecte**
 - 1 montant atteignable
 - Puis plusieurs paliers avec les contreparties en fonction de chacun des objectifs
 - ⇒ Réfléchir aux contreparties réalisables et au stock de chacune d'elle
- **1 texte**
 - Le pitch : courte description de 150 caractères max
 - Puis :
 - Présentation du projet
 - A quoi va servir la collecte
 - Et si je dépasse mon objectif
 - Présentation de l'établissement
- **1 vidéo de présentation**

Durée : 2' maximum

Exemple de vidéos réalisées par l'Ecole de Villedieu les Poêles

 - Leur appel à dons en vidéo : [cliquez ici](#)
 - Leur remerciement : [cliquez ici](#)



Pour une campagne réussie

+ A FAIRE

- ✓ Objectif atteignable :
 - Nbr familles/2 x 60€
 - Max 50 000€
- ✓ Faites le 1^{er} don !
- ✓ Ton décalé & humour
- ✓ Se mettre à la place du donateur
- ✓ Une vidéo multi-participants
- ✓ Communiquer avant/pendant
- ✓ OGEC/APEL/Etablissement
- ✓ 40-45 jours
- ✓ Bien parler du projet aux élèves
- ✓ S'engager à envoyer une relance aux parents par email au moins 1 fois par semaine (merci de mettre l'adresse mail "ecole@fondation-st-matthieu.org" en copie)

- NE PAS FAIRE

- ✓ Croire qu'une fois en ligne, la campagne tourne toute seule
- ✓ Se fixer un objectif trop haut
- ✓ Oublier d'informer les parents
- ✓ Se passer de vidéo
- ✓ Se passer de relances emails
- ✓ Monter son projet tout seul sans aide
- ✓ Lancer sa campagne pendant les vacances

Regardez, ça a fonctionné !

- Retrouvez [tous les projets](#) des écoles ici
- Les écoles et les donateurs [témoignent](#) !
- Pour plus d'infos sur le [fonctionnement](#)
- Encore des questions ? Aidez-vous des [FAQ](#) très complètes de notre site

Et après ?

- **Faites parler de votre projet !**

Nous vous invitons à **rédiger un article** qui sera publié sur notre site fondation-st-matthieu.org, qui raconte votre projet de crowdfunding, la mobilisation des donateurs, votre vécu, la collecte atteinte et l'annonce du début des travaux par exemple.

(Article à rédiger en 500 mots minimum, avec un titre)

Cela vous permettra :

- de communiquer sur votre école et de la mettre en avant
- de remercier à nouveau vos donateurs

Cela nous permettra :

- de mettre en avant des projets sur notre plateforme de financement participatif et faire connaître la Fondation auprès des écoles.
- → **Ajoutez le logo de JDME et FSM sur votre site web pour nous amener des visiteurs !**

Merci et bonne campagne de
crowdfunding sur jaidemonecole.org !

**N'hésitez pas à nous contacter pour toute question :
nous nous tenons à votre disposition**

Caroline de Dieuleveult

Responsable Relations écoles

caroline.dedieuleveult@fondation-st-matthieu.org

01 45 49 67 16