

## Collecte de fonds Checklist « Suis-je prêt ? »

**Avant de commencer votre action de collecte de fonds et de solliciter des donateurs, vous êtes-vous posé ces 10 questions :**

□ **Ai-je choisi mon projet ?**

Assurez-vous d'avoir bien choisi le projet que vous souhaitez faire financer. Un projet qui doit être adapté à la typologie et aux codes du financement participatif : pas trop important pour éviter de faire peur, concret et opérationnel, mais suffisamment ambitieux pour attirer et donner envie.

□ **Ai-je vérifié que mon association et son projet étaient éligibles au mécénat ?**

Si vous privilégiez le don assurez-vous que votre association est éligible au mécénat et aux avantages fiscaux associés (pour les particuliers et les entreprises). Ce sera un argument de plus à mettre en avant dans votre campagne. Attention, c'est à vous qu'il appartient de faire cette vérification et non à la plateforme de collecte que vous choisirez. Reportez-vous aux pages dédiées aux conditions pour bénéficier de cette fiscalité pour plus de détail.

□ **Ai-je fait un comparatif des plateformes et des modes de financement au regard de mon projet et de mon organisation afin de trouver la plus adaptée ?**

Une plateforme de don contre dons avec ou sans contrepartie est par définition naturellement plus adaptée à la collecte pour une association. Toutefois, les spécificités des plateformes sont telles qu'il vaut mieux bien regarder avant de choisir. En outre, les modes de financement « tout ou rien », « au fil de l'eau » / « cagnotte » ou encore « avec seuil » vont aussi avoir un impact sur votre collecte. Enfin, les frais associés peuvent ne pas être négligeables, pensez à bien les intégrer dans votre budget et dans l'objectif de collecte que vous fixez.

□ **Ai-je mobilisé mes instances dans ce projet (bureau et CA) et l'ensemble des acteurs de mon association : bénévoles, adhérents, financeurs, partenaires actuels... ?**

La réussite d'une campagne de collecte se joue dans la mobilisation des différents acteurs de l'association et de vos réseaux. C'est l'implication de votre premier cercle qui fera la réussite de la mobilisation des 2èmes et 3èmes cercles. Il est donc primordial d'associer le plus grand nombre, le plus en amont de votre démarche, afin que chacun sache à quoi s'attendre et joue son rôle dès le jour J.

□ **Ai-je travaillé sur la communication de ce projet et celle de mon association en amont de ma collecte ?**

Mobiliser les acteurs, faire vivre la campagne de collecte, présenter son projet, faire adhérer et donner, expliquer sa cause... tout ceci est une question de communication, de pédagogie et de cœur. Il n'est pas nécessaire d'être connu pour réussir, mais vital de savoir expliquer son projet et sa cause, pour faire adhérer et agir les donateurs. Mieux vaut être présent depuis plusieurs mois sur internet et les réseaux sociaux avant de se lancer. Créer une communauté de sympathisants est un travail et animer cette communauté afin de la transformer en acteur et donateur en est un autre tout aussi prenant !

Vous ne pourrez pas être partout donc autant faire les choses dans l'ordre afin de maximiser vos chances de réussite.



□ **Le montant de ma collecte / projet et la durée sont-ils réalistes au regard de la capacité de mobilisation des équipes (adhérent, bénévoles...) ?**

C'est l'histoire de la grenouille qui voulait manger un bœuf ! En matière de crowdfunding mieux vaut commencer par de petits projets, mais faire des campagnes régulièrement, plutôt que de lancer un projet très important immédiatement au risque d'essuyer les plâtres.

□ **Ai-je déjà préparé un bon nombre d'outils de communication, de mobilisation ou de gestion (fichiers de contact, liste de diffusion d'e-mail...) afin de gagner du temps ?**

Si vous choisissez de vous lancer dans une campagne avec une date de fin et un objectif à atteindre, la gestion du temps est une clé de réussite. Alors mieux vaut anticiper et réaliser un certain nombre d'actions ou d'outils le plus en amont possible. Ceci vous permettra de vous concentrer sur l'essentiel dès les premiers jours : l'animation de votre campagne et de la communauté.

□ **Ai-je identifié les personnes de mon entourage que je vais solliciter, mais aussi les « amis de mes amis » et les médias ou personnalités qui pourraient nous rejoindre en dernier cercle ?**

La réussite de votre campagne dépend notamment de votre capacité à mobiliser et faire donner votre 1er cercle (entourage, famille, amis, adhérents, bénévoles, bénéficiaires...). Si eux ne donnent pas, alors pourquoi un inconnu le ferait ?

Vos proches peuvent donner bien sûr mais ils peuvent aussi en parler autour d'eux et relayer votre campagne à leurs amis, qui feront de même ! Faites attention, il est naturellement plus facile de relayer une campagne que de donner (c'est moins engagé et moins coûteux) hors l'idéal est d'obtenir les deux !

□ **Ai-je testé mon projet, mon discours, mes arguments, mes outils auprès de personnes potentiellement donatrices ?**

Ne restez pas seul pour choisir vos arguments ou vos outils, parlez-en autour de vous, testez, écoutez ce qu'on vous dit pour retenir les points qui font mouche auprès du plus grand nombre. En amont de la conception d'une vidéo de présentation demandez ce que votre entourage souhaiterait voir dans ce film d'une minute trente !

□ **Ai-je prévu ou imaginé les différentes actions / informations qui vont rythmer et animer ma campagne de collecte ?**

Là encore question de préparation et d'énergie engagée pour vous concentrer sur l'animation de la communauté. Ceci ne vous empêchant en rien de vous adapter à l'actualité ou de modifier ce que vous aviez prévu de faire. La préparation vous laisse plus de souplesse en amont pour réagir en fonction de la tournure de votre campagne.

**Conseils :** Pour en savoir plus, consultez l'ensemble de notre guide « [Partenariats et mécénat](#) ».

Oraveo pour le Crédit Mutuel  
Juin 2017

