

MÉCÉNAT & CO



in

CAMPAGNE DE FINANCEMENT PARTICIPATIF

Quels sont les prérequis ?

Pour quels objectifs ?

*Avec quelles ressources et
selon quelle méthodologie ?*

Avant de se lancer...

1. Comprendre le FP en France

- Plus de **2 milliards d'euros collectés** en 2023
- Trois modèles transactionnels : le **don** (7,6% de la collecte totale), **l'investissement** (12,7%) et le **prêt** (79,7%)
- Le **secteur de l'immobilier** représente à lui seul plus de **55% de la collecte totale**
- **Le financement participatif par don**
 - N'est **pas obligatoirement porté par une association**, ni pour un projet d'intérêt général
 - 160,5 M€ collectés, **dont 53% pour le secteur culturel et 30% pour la solidarité**
 - Plus de **trois millions de financeurs** ont participé au financement de **150 000 projets**

2. Définir ses objectifs

- Une campagne de financement participatif est avant tout **un moyen de communication** et un **moyen d'engager et de fédérer** autour de son action, avant d'être un levier financier :
 - Collecte moyenne sans récompense : 752€, avec récompense : 1 802€
 - 40€ de don moyen sans contrepartie, 68€ de don moyen avec contrepartie
- **L'objet de la campagne doit être spécifique** et porter sur un projet en particulier.
- Ne pas négliger **le temps de préparation d'une campagne** (entre trois à six mois) :
 - La rédaction de la page de collecte
 - La diffusion de l'information en interne, la mobilisation des équipes
 - La préparation des contreparties
 - La préparation de l'animation continue de la campagne sur 30 jours

MÉCÉNAT & CO



CAMPAGNE DE FINANCEMENT PARTICIPATIF

Quels sont les prérequis ?

Pour quels objectifs ?

*Avec quelles ressources et
selon quelle méthodologie ?*

Avant de se lancer...

3. Les règles d'or pour réussir



1. Pas de cercle 1, pas de campagne

La diffusion de la campagne doit suivre rigoureusement ce schéma de diffusion. Le premier cercle représente 20 à 30% de l'objectif de collecte.

2. L'objectif de collecte affiché doit être inférieur à l'objectif réel

Moyenne de réussite de 140% sur Ulule. Prévoir des objectifs par palliers de dons

3. La courbe est en U

Il faut avoir récolté 25% de l'objectif au bout de 4 jours de campagne.

4. Éviter l'effet de procrastination

Fixer une durée de collecte de 30 jours maximum.

5. Tenir compte du calendrier du crowdfunding :

- Eviter les vacances de Noël (22 décembre et 8 janvier) et les grandes vacances (15 juillet – 10 septembre)

Pic d'activité : octobre – novembre, mars – avril – mai – juin.

4. Vérifier les prérequis

- Avoir des réseaux sociaux déjà développés
- Avoir des donateurs potentiels familiers du digital
- Avoir un cercle 1 convaincu et qui s'engage à participer en relayant massivement la campagne durant les premiers jours
- Avoir préparé un plan d'animation pendant 30j