

Benchmark de Plateformes de Collecte

Préparé pour  France
générosités

En partenariat avec le  CREDIT
COOPERATIF

Et  LIBERTÉ • ÉGALITÉ • FRATERNITÉ
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
MINISTÈRE
DE LA VILLE,
DE LA JEUNESSE
ET DES SPORTS  sports
gouv.fr

Rapport d'études
Volet MARKETING
préparé par Jeanne Wagner
Consultante, JWRS

Préambule, remerciements

En 2015, France générosités a souhaité, pour répondre aux interrogations de ses membres, établir un benchmark comparatif de plateformes de dons, et a lancé la présente étude, avec le soutien du Crédit Coopératif et du Ministère de la Ville, de la Jeunesse et des Sports. Pour ce faire, le syndicat a mandaté deux consultants indépendants, le juriste Régis Vabres et la consultante études marketing Jeanne Wagner, pour les volets respectifs juridique et marketing.

La présente partie couvre les aspects marketing de cette étude.

L'auteur souhaite remercier ici : tous les responsables et personnes des plateformes, pour leur accueil, leur partage d'informations, et le temps qu'ils nous ont consacré. La réactivité, la volonté de transparence, l'esprit d'ouverture sont toujours un signe très positif, et très engageant pour un secteur. Nous remercions particulièrement : Fabrice Carrega pour Arizuka, Hortense Garand pour Babeldoor, Léa Thomassin pour Hello Asso, Arnaud Burgot pour Ulule, Vincent Ricordeau pour KissKissBankBank, Thibaut le Moing (parti depuis) et Heloïse Estève pour MyMajorCompany, Olivier Fleckinger pour Alvarum, Laurence Boursican pour Culture Time, Alexandre Ayad pour GivExpert, Antoine Martel pour iRaiser.

Merci aussi à Nolwenn Poupon de France générosités et Jean-Marc Pautras du Crédit Coopératif pour cette étude et les échanges riches et constructifs des comités de pilotage.

Merci à Alain Pierre de la Chaîne de l'Espoir, pour un échange informel sur le vécu et les besoins des associations.

Et merci à Régis Vabres, le co-auteur de l'étude sur la partie juridique pour tous les échanges de perspectives sur le sujet!

TABLE DES MATIERES

Contexte	5
Objectifs	6
Périmètre couvert par l'étude.....	7
Sites étudiés : des sites axés 'dons'	8
Méthode utilisée	10
I-Petit historique et tour d'horizon des offres	11
II-Etablissement d'une typologie	15
1-Première approche : 'généraliste' ou 'spécialiste' ?	15
2-Deuxième approche : Cause ou Projet.....	16
3-Typologie globale	18
4-Utilisation de la typologie pour d'autres plateformes	19
III-Analyse transverse sur les grands thèmes d'intérêt	20
1-Tableau récapitulatif des offres disponibles	20
2-Modalités des projets crowdfunding	21
Des codes communs de présentation :	21
Des convergences au niveau de l'aide et des conseils apportés :	22
3-Questions liées aux conditions financières : frais, délais de reversement, et thèmes liés : données bancaires, reçus fiscaux.....	23
Trois systèmes principaux de frais existent :	23
Délais de Reversement.....	25
Données bancaires et modalités de paiement.....	25
Reçus Fiscaux	27
4- Question des données	27
Points communs des offres hors marque blanche	27
Données nominatives : fonctionnement des offres en marque blanche.....	29
5-Questions autour de l'adaptabilité technique des outils.....	30
Personnalisation.....	30
Exportation-synchronisation	30
Equipes techniques	31
Mobile	31
6-Questions autour de la notoriété des plateformes	33
Les plateformes opérant sous leur propre marque ont intérêt à développer leur notoriété	33
Les plateformes opérant en marque blanche, ont, elles un enjeu moindre à se faire connaître du grand public.....	35
IV-Comparaisons	35
1-Précautions et points à prendre en compte dans les comparaisons et choix	35

2-Comparaisons des généralistes s’adressant à tous types de porteurs, et multithématiques : Ulule, KissKissBankBank et MyMajorCompany	36
Beaucoup de points communs.....	36
Au-delà de tous ces points communs, des différences et nuances	37
Pourquoi choisir une plateforme généraliste ‘projet’ en particulier ?.....	39
3- Comparaisons des offres des spécialistes thématiques.....	41
Points communs.....	41
Différences	41
Culture Time est différente	42
Choix d’une plateforme spécialiste thématique	42
4-Comparaison des offres des spécialistes associatifs orientés cause : Alvarum, Hello Asso.....	44
Les points communs.....	44
Les différences	44
Pourquoi choisir des offres de spécialistes associatifs orientés ‘cause’	47
5-Comparaisons des offres de solutions logicielles (iRaiser et GivExpert).....	48
Points communs.....	48
Points de différence	49
Pourquoi choisir une solution logicielle ?	50
Résumé des points principaux de l’étude	51
ANNEXES	53
FICHES PLATEFORMES.....	65

CONTEXTE

Les dons en ligne, sont en forte croissance : + 35% entre 2013 et 2014, et représentaient en 2014, 5% des dons¹. Le crowdfunding en général, a lui, encore doublé en 2015, en comparaison de l'année précédente, avec 296 millions d'euros collectés au total toutes activités confondues. Les plateformes de dons représentent, elles, 50,2 millions, et si leur croissance est toujours forte (+31% vs. 2014), elle n'est pas aussi importante que les années précédentes (x2 entre 2013 et 2014)².

Cette forte croissance des collectes en ligne se fait alors que les financements participatifs sont encore mal connus du secteur associatif³. Même si de nombreuses associations ont déjà bien commencé à collecter des fonds via ces outils, beaucoup de questions demeurent. On sait que le système français dispose depuis 2014 d'un cadre réglementaire pionnier en Europe, mais que cela implique-t-il pour les plateformes?

Si elles sont a priori perçues comme des relais de croissance au don, et comme la possibilité de recruter de nouveaux donateurs, quelles réelles opportunités les plateformes offrent-elles aux associations?

Note : Les données ont été collectées pendant l'été 2015, et validées par les plateformes à la fin Septembre. Nous avons pu constater depuis des changements dans certaines offres et la présentation de nombreux sites internet, ce qui souligne la réactivité des plateformes. Par ailleurs, mi-Février, My Major Company a annoncé l'arrêt de son activité plateforme en Mars 2016 pour se concentrer sur la production d'artistes. Nous avons fait le choix de garder les informations la concernant, celles-ci pouvant être source d'enseignements.

¹ Baromètre France générosités, 2014, disponible sur <http://www.francegenerosites.org/>

² <http://financeparticipative.org/barometres>

³ Etude Cerphi pour France générosités en partenariat avec le Crédit Coopératif et l'AFF, 2013, disponible sur <http://www.francegenerosites.org/>

OBJECTIFS

L'objectif principal de cette étude est de mieux comprendre le fonctionnement et les offres des plateformes d'un point de vue marketing (couvert dans ce document) et juridique.

Il s'agit aussi de mieux faire connaître ce secteur innovant, son potentiel, et pouvoir nourrir la réflexion.

Au-delà de l'étude, les objectifs opérationnels des associations sont de pouvoir choisir en tout état de cause, de pouvoir sensibiliser, recruter de nouveaux donateurs, et augmenter leurs ressources.

La vocation de ce benchmark est de leur offrir, à partir de l'analyse de 10 plateformes orientées dons, une grille d'analyse, un guide, qui leur permette de choisir la plateforme la mieux adaptée à leur organisation, leurs projets, leurs besoins et leurs contraintes.

Dans cette optique, un choix d'offres diversifiées a été privilégié, plutôt que de viser la revue exhaustive des plateformes, cela afin de comprendre la richesse du marché. Le cadre d'analyse par grands types, ou typologie, pourra également servir à classifier et comprendre d'autres plateformes non – étudiées ici.

Idéalement, l'idée était aussi de pouvoir constituer à terme un baromètre sur le périmètre, afin de compléter et enrichir la vision du baromètre du crowdfunding de l'association Financement Participatif France. En l'absence des données de tous, et dans la mesure où les plateformes qui ont l'activité pages personnelles n'en font pas encore le détail, nous préférons ne pas publier de chiffres globaux, mais les détails disponibles, et notamment les estimations de montants collectés pour les associations peuvent être trouvés dans les fiches individuelles des plateformes, en annexe de ce rapport.

PERIMETRE COUVERT PAR L'ETUDE

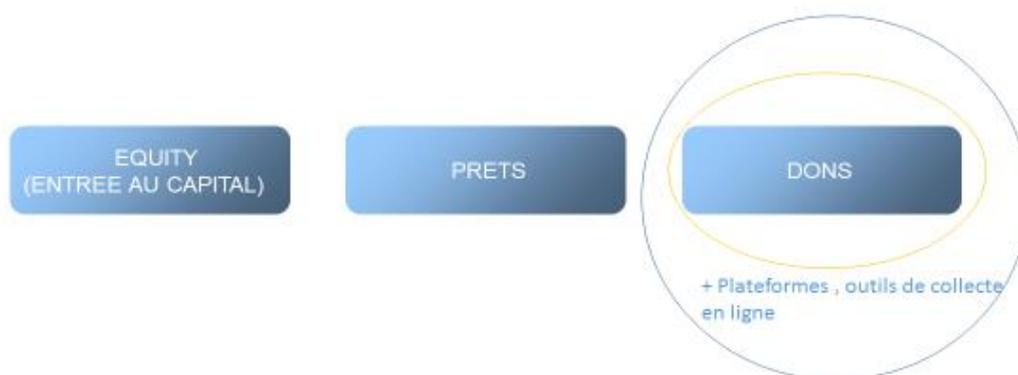
L'étude couvre les :

- Outils web, permettant à des associations sans but lucratif et d'intérêt général de collecter des fonds privés
- Pages personnelles permettant de collecter des fonds pour des OSBL

Dans le cadre de ces outils, les fonds peuvent être affectés ou non à un projet prédéfini et les dons peuvent faire l'objet de contrepartie ou non.

L'étude ne comprend pas les plateformes de crowdfunding pour la levée de capitaux ou l'obtention de prêts, ou permettant le financement de projets individuels au profit exclusif de personnes physiques (et exclut donc les deux autres types de plateformes de crowdfunding, prêt et equity, tels que définis par la réglementation de 2014).

On notera ici que le périmètre est légèrement différent de celui couvert par le baromètre du crowdfunding publié par l'association Financement Participatif France, qui ne comprend pas des solutions logicielles telles celles d'iRaiser ou GivExpert.

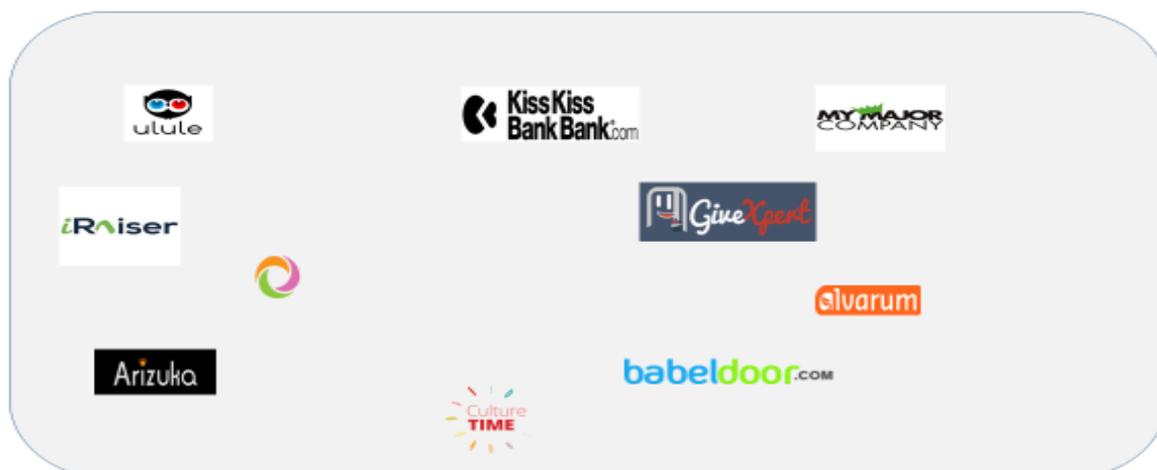


SITES ETUDIÉS : DES SITES AXÉS 'DONS'

Toutes les plateformes étudiées sont axées 'dons'.

Certains des sites font partie du collège des plateformes de dons (avec contrepartie ou non), de l'association Financement Participatif France⁴ : c'est le cas d'Ulule, de KissKissBankBank, MyMajorCompany⁵, Arizuka ou encore Culture Time. BabelDoor et Hello Asso participent également au baromètre de cette association, sans faire partie de ce collège.

D'autres sites, sont eux, axés fundraising, et sont actifs au sein de l'Association Française des Fundraisers (GivExpert, iRaiser).



Rappelons encore qu'un choix d'offres diversifiées a été privilégié, plutôt que de viser la revue exhaustive des plateformes, cela afin de comprendre la richesse des offres, les grands types, et d'élaborer une grille d'analyse, réutilisable pour d'autres sites.

Nous n'avons pas inclus l'américain Kickstarter, bien qu'il soit présent sur le marché français depuis 2015, parce qu'il ne s'adresse pas, en principe, aux associations et fondations faisant appel aux dons. Son activité s'adresse en priorité aux projets de nature entrepreneuriale. C'est

⁴ <http://www.financeparticipative.org>

⁵ Information à l'automne 2015, annonce de l'arrêt de l'activité plateforme MMC en Février 2016

un des leaders mondiaux, avec près de 2 milliards de dollars engagés, et plus de 93,600 projets financés⁶.

Nous n'avons pas non plus inclus l'anglais Just Giving, le leader historique des pages de collecte personnelles parce qu'il n'est pas présent en France, mais nous y ferons référence.

⁶ Kickstarter.com, chiffres à l'automne 2015

METHODE UTILISEE

L'étude s'appuie sur une recherche documentaire, la lecture d'ouvrages spécialisés, et la recherche sur les sites des plateformes.

Elle s'appuie aussi, de manière centrale, sur les rencontres avec les plateformes étudiées pour des interviews structurées autour de grands thèmes d'intérêt : grands principes de fonctionnement, questions sur les données, l'adaptabilité technique des outils, détail sur les collectes dans la mesure du possible, sur la communication des plateformes...

Ces interviews ont donné lieu à la rédaction de fiches récapitulatives détaillées, envoyées aux personnes rencontrées pour validation et précisions. Toutes ces fiches sont disponibles en annexe de ce rapport.

La diversité des offres a suggéré l'élaboration d'une typologie, afin de pouvoir établir des tableaux comparatifs pertinents par la suite, et de pouvoir fournir un cadre d'analyse potentiellement réutilisable pour d'autres plateformes. Tous les tableaux comparatifs sont également disponibles en annexe.

La réflexion s'est nourrie du vécu et des besoins associatifs tels que partagés par France générosités et des associations témoins.

Les données collectées ont été utilisées pour certaines estimations. Ces éléments pourront alimenter un futur baromètre.

I-PETIT HISTORIQUE ET TOUR D'HORIZON DES OFFRES

Les sommes collectées en crowdfunding connaissent une forte croissance portée par une offre de plateformes de dons qui se développe en France depuis 2007.

Pour la mise en perspective de cette étude et la compréhension des activités de chacun, il est intéressant d'évoquer les points suivants :

- **Le crowdfunding est un mode de financement ancien, mais qui se développe depuis l'ère Internet.** Le crowdfunding, littéralement financement par la foule, ou financement participatif, même s'il existe depuis longtemps sous différentes formes, a pris de l'ampleur et vu le jour dans sa forme actuelle, dans les années 2000 avec l'avènement des outils Internet⁷. Parmi les pionniers internationaux, on note Sellaband (2006), Indiegogo (2008), Kickstarter (2009), ou sur le créneau associatif, l'anglais Just Giving, dès 2001, avec des solutions de fundraising telles les pages personnelles de collecte.
- **Les leaders actuels sur le marché français du crowdfunding 'dons' (avec des modèles contre contreparties): Ulule, KissKissBankBank et MyMajorCompany, ont tous fait partie des pionniers dans le pays.** MyMajorCompany avait été la première en 2007 avec un modèle au départ de label participatif, mais celui-ci était depuis séparé de la plateforme généraliste. KissKissBankBank a vu le jour en 2009-2010, et Ulule en 2010. Toutes ces plateformes, sont devenues multithématiques assez rapidement. Chacune jouit d'une identité propre forte et d'une très bonne notoriété, soutenues par des politiques de communication et de partenariats ; elles partagent aussi beaucoup de points communs dans leurs principes actuels de fonctionnement. Elles s'adressent à tous types de porteurs de projets ayant une

⁷ On peut trouver un historique du crowdfunding notamment dans l'ouvrage de V. Ricordeau, 'Crowdfunding, le financement participatif bouscule l'économie' Juin 2013. Les sites des plateformes généralistes KissKissBankBank, MyMajorCompany, ou Ulule prennent également des exemples historiques

visée collective. En Février 2016, MMC a annoncé l'arrêt de son activité plateforme pour se concentrer sur la production d'artistes.

- **Des outils et offres destinés plus spécifiquement aux associations ont également vu le jour dès 2008 en France** : c'est le cas d'Alvarum, le leader français des pages de collecte personnelles, solutions qui permettent à des personnes de collecter des fonds pour des associations : cet acteur a rapidement identifié l'évènementiel comme facteur de mobilisation de donateurs, en créant la Course des Héros. C'est encore le cas du logiciel Izi-collecte, développé, dès 2008, par les fondateurs de l'actuel GivExpert, puis cédé en 2013 à l'offre MailforGood (créée en 2010) qui devenait alors HelloAsso. En 2010, se créait aussi la plateforme de projets crowdfunding Babeldoor, qui se spécialisa rapidement, par affinité, dans les thématiques ESS. Deux ans plus tard, c'était au tour d'Arizuka de proposer aussi des projets crowdfunding sur des thématiques ESS, mais avec un système de seuils, permettant aux porteurs de projets de garder une partie des sommes collectées en cas d'atteinte d'étapes clés prédéfinies.
- **Avec le temps, se développent des acteurs au positionnement plus spécialisé encore** : 2014 a ainsi vu l'apparition de la plateforme Culture Time, à destination des porteurs éligibles au mécénat (elle avait été précédée sur une partie de la thématique par la plateforme du fonds de dotation ProArti en 2013, destinée, elle, à soutenir des artistes en devenir)...
- **Et bien sûr en parallèle de celles évoquées ici, de nombreuses autres plateformes de crowdfunding ont continué et continuent de se créer** : sur les 160 plateformes qui existent à ce jour toutes activités confondues (dons, equity, prêts), l'association Financement Participatif France, qui regroupe une partie mais pas tous les acteurs, décompte 23 membres⁸ dans son collège des plateformes de dons, ainsi que quatre plateformes en cours de lancement.
- **Depuis 2012, on note aussi l'apparition d'offres de solutions logicielles fonctionnant en marque blanche**⁹. C'est le cas de celles du fournisseur de solutions

⁸ A l'automne 2015

⁹ Marque Blanche : dénomination marketing décrivant une licence d'exploitation commerciale sans mention (ou avec mention réduite) de la marque du fournisseur, laissant apparaître seulement la marque cliente, ici associative, pour l'utilisateur final.

logicielles Saas¹⁰ iRaiser, qui permet aux associations et autres OSBL d'utiliser divers modules de fundraising en marque blanche : pages de dons, pages de collecte..., certaines pages pouvant prendre des codes de présentation crowdfunding¹¹. De même, après avoir vendu Izi-Collecte en 2013, ses fondateurs ont également développé des solutions Saas, en modules de fundraising, sous le nom de GivExpert, à destination des grosses structures associatives et OSBL.

- **Nombre de plateformes étudiées ont développé ou développent des offres connexes.** Certaines plateformes se mettent à développer des offres de crowdsourcing, permettant la mise en relation de bénévoles et d'associations ayant des besoins spécifiques : c'est le cas de BabelDoor. Les plateformes qui possèdent leur technologie la proposent quasi toutes au moins en marque grise, pour des fédérations d'associations par exemple, ou en marque blanche¹². Pour certains cette commercialisation de la technologie se fait via une filiale, comme Easycrowd pour Arizuka. On note aussi que la technologie de crowdfunding Mipise, qui alimente notamment BabelDoor ou Culture Time (et bien d'autres encore), va maintenant être aussi distribuée par Babeldoor, via des accords de partenariat.
- **On note aussi avec intérêt l'ouverture internationale :**
D'une part l'américain Kickstarter a développé une version française pour mieux pénétrer le marché en 2015 (sans toutefois avoir encore d'équipe en France, à l'exception d'une représentante). Si Kickstarter n'accepte pas les projets d'OSBL en principe, on note l'initiative menée depuis fin Septembre sur le site américain, et relayée par la version française, qui fonctionne en don sans contrepartie et acquis pour la UN Refugee Agency et la cause des réfugiés syriens. La plateforme ne touche pas de commission, mais à l'évidence, bénéficie des retombées d'image de cette opération. Plus de 1.3 Millions avaient déjà été collectés à mi-Octobre

¹⁰ Saas : Software as a service, solution logicielle hébergée de manière centralisée, accessible via Internet

¹¹ Codes crowdfunding : voir descriptions pages 15 ou 19 dans section 'codes communs de présentation'.

¹² Marque Grise : appellation marketing décrivant une licence d'exploitation commerciale laissant apparaître les deux marques, celle du fournisseur de solution technique et celle de la marque cliente.

(collecte en dollars, dons défiscalisables uniquement pour les résidents américains).

D'autre part, certaines plateformes françaises regardent vers l'international : plusieurs acteurs, tels Ulule et KissKissBankBank sont disponibles en plusieurs langues, ont des membres issus de tous les pays et permettent les paiements dans plusieurs devises. Ulule se positionne comme la première plateforme européenne, et a, dans l'ensemble, des membres issus de 164 pays. KissKissBankBank avec des membres issus de 174 pays, a par ailleurs des ambassadeurs dans différents pays et des bureaux au Canada et en Belgique. Babeldoor porte des projets en Belgique, Alvarum offre ses solutions autour du marathon de Berlin, GivExpert se développe en Suisse, iRaiser vient de racheter deux sociétés néerlandaises...

- **On observe coopération et concurrence sur ce marché.**

Les paragraphes suivants avaient été rédigés avant l'annonce de MMC en Février 2016, mais n'en prennent que davantage de relief.

D'une part, les acteurs militent et se fédèrent pour une meilleure visibilité et reconnaissance de leur activité : nombre des acteurs cités ci-dessus ont été instrumentaux dans les discussions préalables à la réglementation de 2014 et participent au baromètre du crowdfunding, qui leur permet de faire valoir leur activité et leur poids dans l'économie.

D'autre part, alors que le nombre de plateformes ne cesse de croître, la pression concurrentielle peut davantage se faire sentir. Les plateformes ne semblent pas s'engager dans une guerre de tarifs, ce qui pourrait les pénaliser dans un contexte de marge réduite. Les points clés pour la rentabilité et leur avenir semblent être : le volume (projets, sommes collectées... mais le marché sera-t-il assez important pour que tous puissent en vivre ?) et/ou un positionnement original. Dans cette perspective, les acteurs à forte notoriété (le plus souvent parmi les premiers entrants) et ceux qui développent des offres et des modèles originaux, comme la gratuité ou des principes d'abonnement, semblent les plus à même de tirer leur épingle du jeu.

- **Une concentration des acteurs du secteur semble probable à terme**

Cela est pressenti par certains de nos interlocuteurs.

- **Note Février 2016** : L'annonce de l'arrêt de MMC a été analysée dans la presse au regard du ralentissement de la croissance du marché du crowdfunding 'dons' (+30% vs.2014 alors qu'elle avait été multipliée par deux l'année précédente), et en raison de la forte concurrence sur ce marché. MMC a aussi avancé un possible effet d'halo 'label participatif' qui l'a peut-être aussi pénalisé sur d'autres thématiques (nous avons noté de notre côté que les thématiques solidaires étaient bien moins représentées que sur les deux autres plateformes généralistes, et que les frais de plateforme étaient plus élevés que par ailleurs). En tous cas, il semble que la notoriété, même si elle est un facteur important, ne soit pas une garantie de la pérennité des activités.

II-ETABLISSEMENT D'UNE TYPOLOGIE

La diversité des offres invite à établir une typologie, afin d'établir des comparaisons pertinentes. Celle-ci pourra être utilisée comme grille d'analyse pour d'autres plateformes, comme nous le verrons plus loin.

L'analyse des offres peut se faire selon 2 approches principales.

1-PREMIERE APPROCHE : 'GENERALISTE' OU 'SPECIALISTE' ?

Une plateforme peut être **généraliste**,

- En s'adressant à **tous types de porteurs** (particuliers, personnes morales (associations ou entreprises), **sur un grand nombre de thèmes** : c'est le cas de KissKissBankBank, Ulule (ou MyMajorCompany).
- Mais aussi en s'adressant aux associations (et autres organisations sans but lucratif) en priorité, mais en couvrant une grande diversité de thèmes : c'est le cas d>HelloAsso.

Une plateforme peut-être **spécialisée**

- Sur **un type de porteurs** (ex. uniquement associations et OSBL, uniquement associations et structures éligibles au mécénat) : c'est le cas d'HelloAsso (dont on voit qu'elle est multi-thèmes et spécialisée), mais aussi des fournisseurs de solutions logicielles iRaiser et GivExpert.
- Sur **le type de porteur et sur les thématiques** (sur des thématiques ESS par exemple, ou positionnement culturel prépondérant) : c'est le cas de Babeldoor, d'Arizuka sur l'ESS ou encore Culture Time pour les acteurs éligibles au mécénat...

On pourrait aussi retrouver dans les 'spécialisées' des plateformes à visée régionale, telles Graines de Start pour des projets bourguignons.

Le schéma ci-dessous récapitule ces aspects



2-DEUXIEME APPROCHE : CAUSE OU PROJET

Une deuxième approche, complémentaire à la première, est possible, en fonction de l'orientation de principale des collectes de la plateforme : 'cause' ou 'projet'.

Si toutes les plateformes étudiées présentent une activité avec des pages aux codes crowdfunding, c'est-à-dire avec la présentation de projets (description, photo, vidéo, objectifs, jauges d'avancement...), il faut regarder, au-delà de ces codes de présentation, l'orientation des collectes :

- La collecte peut être **orientée Projet**. Son cadre est spécifiquement défini (objectifs budgétaires), dans une durée temporelle fixée dès le départ, avec des jauges d'avancement. Au-delà de ces codes de présentation, pour le reversement des sommes, on peut avoir un principe de 'tout ou rien' (c'est-à-dire 'tout' à échéance de la collecte si celle-ci a atteint ses objectifs, 'rien' si elle n'atteint pas ses objectifs, comme c'est le cas pour Ulule, KissKissBankBank, MyMajorCompany ou Babeldoor). On peut également avoir un système de tout ou rien par seuils avec la nécessité d'atteindre des étapes clés prédéfinies comme c'est le cas chez Arizuka. L'atteinte de ces seuils intermédiaires permet à l'association de collecter les sommes atteintes.
- La collecte peut être **orientée Cause** : le critère principal est que toutes les sommes collectées restent acquises. On notera que certaines plateformes peuvent adopter des codes de présentation projet pour certaines pages (objectifs, jauge d'avancement, délais), c'est le cas de Culture Time, HelloAsso, ou iRaiser ou GivExpert avec certains modules mais il n'y a pas de principe de tout ou rien, toute somme collectée reste acquise à l'association.

Dans le cas des collectes orientées 'cause', les associations peuvent décider de l'affectation des sommes. Dans le cas des collectes orientées 'projet', les plateformes invitent fortement les porteurs à respecter leurs engagements. Si pour une raison exceptionnelle, le porteur devait être amené à modifier son projet une fois la collecte aboutie et les sommes collectées, les plateformes conseillent alors de rester transparent avec les donateurs et de leur communiquer les raisons, et la nature du changement. Il en va de la crédibilité du porteur et du maintien d'un lien de confiance.

Schéma récapitulatif Projet-Cause



3-TYPOLOGIE GLOBALE

En croisant les 2 approches, on arrive à la typologie suivante



4-UTILISATION DE LA TYPOLOGIE POUR D'AUTRES PLATEFORMES

Nous pouvons bien sûr utiliser ce cadre pour classer d'autres plateformes.

- Par exemple, le pionnier et leader américain Kickstarter, non-inclus dans ce benchmark, parce qu'il n'accepte pas les projets caritatifs, se classerait dans les plateformes multithématiques, tous porteurs, orientées projet, avec un modèle de dons contre contreparties, et un principe de tout ou rien.
- Un autre exemple, serait celui de l'anglais Just Giving, non-présent en France, pionnier des pages personnelles, qui se classerait en spécialiste associations, multithématiques, orienté 'cause'. On comparerait surtout son offre à celle d'Alvarum, mais aussi possiblement encore à celle d>HelloAsso.
- Pour toutes les autres plateformes dons non incluses dans cette étude, la démarche serait la même : on regarderait d'abord son activité principale (dons vs. prêts vs. equity), puis on regarderait son degré de spécialisation sur des thèmes et/ou en fonction de porteurs de projets spécifiques. On regarderait enfin son orientation principale et si les dons collectés sont soumis à un impératif de réussite de collecte ou pas. On pourrait la comparer ensuite à des offres de même type identifiées et analysées ici.

III-ANALYSE TRANSVERSE SUR LES GRANDS THÈMES D'INTÉRÊT

Avant de détailler les grands types de plateformes, nous pouvons analyser, sur l'ensemble des acteurs étudiés, les points communs et différences sur les principaux sujets d'intérêt pour les associations : les modalités des offres, leurs frais et les questions associées, leur adaptabilité technique, leur notoriété et leur capacité à amplifier les actions de promotion des associations.

1-TABLEAU RÉCAPITULATIF DES OFFRES DISPONIBLES

	Pages de dons	Pages de collecte personnelles	Projets Crowdfunding Toutes sommes collectées restent acquises	Projets crowdfunding Principes de tout ou rien (objectif doit être atteint à 100% pour déclencher un reversement) ou de seuils à atteindre	Billetterie	Autres
Alvarum	X	X Particuliers collectent pour des associations	X Associations peuvent choisir de présenter des pages de dons sous forme de projet, campagne, ou collecter de manière annuelle			Organisation d'événements en marque blanche : la Course des Héros, ou TechRun, ou marque grise : la Marche des lumières Partenariats événements sportifs comme le semi-marathon Vente de dossards solidaires
Arizuka		Lancement en 2016		Seuils		La technologie crowdfunding d'Arizuka est commercialisée par sa filiale Easycrowd en marque blanche
Babeldoor		Non pas de collecte pour tiers sauf exceptions (voir fiche)		Tout ou rien		Crowdsourcing gratuit Distribue désormais via partenariat la technologie de Mipise
KissKissBankBank		Non		Tout ou rien		Marque grise possible sous conditions Autres Plateformes : Equity : LENDOPOLIS et Prêts solidaires : hello merci

	Pages de dons	Pages de collecte personnelles	Projets Crowdfunding Toutes sommes collectées restent acquises	Projets crowdfunding Principes de tout ou rien (objectif doit être atteint à 100%) ou de seuils à atteindre	Billetterie	Autres
MyMajor Company		Non		Tout ou rien		Marque grise possible sous conditions Label participatif, séparé de la plateforme généraliste
Ulule		Non		Tout ou rien		Marque grise possible sous conditions
Hello Asso	X	X Particuliers peuvent collecter pour des associations	X		X	Marque blanche sous conditions pour fondations d'entreprises et fonds régionaux Possibilité de Dossards solidaires, voir fiche pour explication
Culture Time			X Projets à durée limitée ou collectes annuelles			
iRaiser	X	X	X les pages peuvent prendre des codes 'crowdfunding'			Landing pages, emails pétitions... Partenariats avec agences pour évènements de fundraising
GivExpert	X	X	X Les pages peuvent prendre des codes 'crowdfunding'			Organise la Course Raise for Gift (Genève)

2-MODALITES DES PROJETS CROWDFUNDING

DES CODES COMMUNS DE PRÉSENTATION :

Bien que chaque plateforme se distingue par ses codes de marque (son positionnement thématique, sa culture, ses choix de partenaires, ses couleurs...), il y a une convergence au niveau des codes de présentation des projets dits 'crowdfunding' ceux-ci sont présentés à l'aide de photos, de vidéo, d'une description du projet, d'une

jauge d'avancement. On peut retrouver ces codes de présentation, cela que les fonds restent acquis ou non. Techniquement des pages de dons (associatives) ou des pages de collecte personnelles peuvent prendre ces codes (objectifs, jauge d'avancement...).

Remarque : si ces codes de présentation constituent des repères pour le public en phase de démarrage et d'évangélisation d'un marché, ils peuvent participer aussi d'une certaine uniformisation de l'offre (un porteur pourra être d'autant plus tenté de comparer les offres sur les prix s'il a le sentiment que toutes les offres se ressemblent). Le positionnement des plateformes, leur culture et les relations qu'elles sauront établir et maintenir, bref leurs affinités avec les porteurs, seront clé.

DES CONVERGENCES AU NIVEAU DE L'AIDE ET DES CONSEILS APPORTÉS :

- **Pour la présentation des projets**
 - Soit au travers d'un accompagnement individualisé (mis en avant surtout par Arizuka, qui met en place des points d'étape et par BabelDoor. Ulule et My MajorCompany le revendiquent aussi malgré un volume de projets important. Pour Ulule, cela se traduit par l'attribution d'un référent projet le 'Good Idea Manager'.
 - Soit au travers de conseils en ligne fournis (KissKissBankBank, HelloAsso, Ulule)...
 - Et/ou avec la possibilité de se faire aider par une sélection de prestataires spécialisés : 'Pop My Project' sur le site KissKissBankBank.
- **Pour les durées conseillées** : les durées de collecte ne doivent être ni trop longues, ni trop courtes pour optimiser la mobilisation, de 45-60 jours en moyenne à trois mois maximum. Culture Time se distingue un peu avec certains programmes permettant de collecter annuellement. Le délai de mise en ligne, lui, va de 48h à 15 jours- 3 semaines selon la maturité en amont du projet
- **Pour les contreparties à établir**
 - Ces conseils sont au moins dispensés en ligne (par tous) et peuvent être également adressés lors de l'accompagnement individualisé, ou faire l'objet de prestations spéciales (ex. Culture Time).
- **Pour la communication sur les projets**

- Les plateformes ne communiquent pas avec les contributeurs pendant les projets, laissant cette responsabilité au porteur.
- Elles dispensent toutes, au moins en ligne, des conseils pour développer un plan de communication efficace : toutes citent la théorie des 3 cercles de mobilisation : proches, amis d'amis puis grand public, développée d'abord par KissKissBankBank en France.
- Si leur capacité de caisse de résonance varie beaucoup en fonction de leur propre notoriété, des actions de communication qu'elles engagent elles-mêmes sur les réseaux sociaux, au travers d'évènements ou de partenariats (voir plus loin), toutes s'accordent à **dire que la cause ou le projet, promu par le porteur, attirent d'abord les personnes sur la plateforme** et que si les plateformes peuvent amplifier la mobilisation, elles ne peuvent pas non plus se substituer entièrement à la communication que doit faire le porteur de projet s'il veut mobiliser autour de son projet, et que celui-ci quel que soit son type, associations comprises, va devoir consacrer du temps et des efforts pour la mobilisation des contributeurs.

3-QUESTIONS LIEES AUX CONDITIONS FINANCIERES : FRAIS¹³, DELAIS DE REVERSEMENT, ET THEMES LIES : DONNEES BANCAIRES, RECUS FISCAUX

TROIS SYSTÈMES PRINCIPAUX DE FRAIS EXISTENT :

- **Gratuité de l'inscription sur la plateforme, puis frais de fonctionnement (plateforme et bancaires), uniquement en cas de réussite du projet, par déduction ou facturation séparée des frais.** C'est le modèle de la plupart des plateformes. La médiane est à 8% de frais TTC (plateforme+ frais bancaires). Deux plateformes se distinguent : Arizuka, avec 5% TTC (tous paiements compris, hors PayPal et 4% TTC pour les clients du Crédit Coopératif. Nous avons aussi noté pour MyMajorCompany des frais de plateforme de 10%, hors frais bancaires, ces derniers n'étant pas remboursés en cas d'échec de collecte. Il semble en général que les plateformes ne veuillent pas entrer pas dans une guerre de prix, qui

¹³ Frais : rémunération (le cas échéant) de la plateforme, et frais bancaires

pourrait être contre-productive de toute façon dans un contexte de marges limitées...

- **La gratuité** : c'est l'originalité du modèle HelloAsso, qui lui a permis de se faire connaître très rapidement, et de recruter toujours plus fortement des associations. Tout est gratuit pour celles-ci : inscription, et utilisation des formules de collecte de la plateforme. Celle-ci se rémunère grâce à un système de pourboires optionnels et prend à sa charge les frais bancaires. Quelques clés pour que ce système perdure : avoir suffisamment de volume, suffisamment de contributeurs qui laissent un pourboire, et puis générer d'autres sources de revenus pour financer ce système si besoin. C'est dans ce sens qu'œuvre HelloAsso: plus de 7000 associations sont déjà inscrites, 14 millions d'euros ont été collectés depuis les débuts¹⁴, la proportion de 'pourboires' est passée de 10 à 60% (avec 4% du don en moyenne) et la plateforme développe et vend sa technologie sous conditions à des entreprises et fonds locaux.

- **Les abonnements** : c'est le modèle des fournisseurs de solutions logicielles. Les associations souscrivent à des modules pour lesquels elles paient des frais de mise en service, puis un abonnement (mensualisé), avec possiblement des frais par transaction selon la formule utilisée. On peut observer ce type de fonctionnement aussi chez certains qui vendent leur technologie en marque blanche, comme Easycrowd (Arizuka).

Note : Les avantages de l'abonnement, c'est un lissage de la trésorerie (pour le fournisseur, comme pour l'association), une clientèle qui se fidélise pour le fournisseur, la mise en place de solutions récurrentes, automatisées pour l'association (cela n'exclut pas quand même tous les efforts de communication et de mobilisation des donateurs que l'association doit toujours faire), sans compter qu'il faut qu'elle ait des collectes suffisamment importantes pour couvrir les frais d'abonnement...

Un inconvénient pourrait être celui d'être 'prisonnier d'une offre', mais les fournisseurs offrent la possibilité de résilier à tout moment.

¹⁴ A l'automne 2015, 18+ millions en Février 2016.

- Enfin en dehors de ces trois grands modèles de frais et rémunération, Alvarum a développé une formule avec l'inscription initiale sur sa plateforme payable une fois pour toutes, des frais (de collecte et bancaires) mensualisés, la possibilité de prestations spécifiques ponctuelles en sus, et des conditions spécifiques pour la participation à des événements, et pour l'achat de dossards solidaires (détail voir plus loin et en annexe).

DÉLAIS DE REVERSEMENT

- Pour les projets avec des principes de collecte 'tout ou rien', la durée type est de 48h à 10 jours, à l'échéance d'une campagne réussie.
- Pour les projets orientés cause et dont les fonds restent acquis, on trouve 30 jours fin de mois (iRaiser formule Starter) ou 10 du mois (HelloAsso)
- On trouve aussi des versements directs, en point à point (formules d'abonnement premium iRaiser ou formules d'abonnement GivExpert).

DONNÉES BANCAIRES ET MODALITÉS DE PAIEMENT

- Les données bancaires ne sont pas hébergées par les plateformes. Comme la loi demande que soient utilisés, pour les paiements, des établissements de monnaie électronique agréés en France par l'APCR (Autorité de Contrôle Prudentiel et de Résolution), les plateformes indiquent, dans l'ensemble, faire appel à solutions de ce type, le plus souvent sous forme de porte-monnaie électronique, ou de comptes séquestres mis en œuvre par un prestataire de paiement sécurisé (PSP)¹⁵. Elles indiquent aussi quasi toutes un hébergement et une vérification des données, dans le cadre de mesures anti-blanchiment par ces mêmes PSP. Des schémas explicatifs de flux liés à l'utilisation des solutions de porte-monnaie électronique peuvent être trouvés dans la partie juridique, et chaque solution est détaillée dans les fiches individuelles plateformes en annexe

¹⁵ PSP : techniquement, le PSP est un prestataire de services permettant à des tiers (des marchands, ONG...) d'accepter des paiements en ligne, en général par carte bancaire. Le PSP s'appuie sur des banques acquéreurs qui garantissent l'accès au réseau de paiement. , par exemple pay box.

- **Différences : celles-ci sont surtout au niveau du choix de la solution de monnaie électronique, ou pour le paiement point à point¹⁶ direct pour certaines formules d'abonnement.** On notera ci-dessous les différentes solutions utilisées. Certaines plateformes ont choisi un partenaire basé en France (un PSP peut être agréé en France, mais ne pas y être basé), et le mettent en avant en tant qu'argument commercial.

Plateforme	Solution utilisée (PM= Porte-Monnaie électronique)
Arizuka	Pour paiements CB : PM, S-Money (filiale BPCE)
BabelDoor	Pour paiement CB PM, Lemonway
KissKissBankBank	Pour les paiements par CB, partenaire Ingenico
Ulule	Pour les collectes en euros :PM, MangoPay (Leetchi Corp). Autres devises : PayPal ou Stripe Connect
MyMajorCompany	PM, MangoPay
HelloAsso	Gestion des dons uniquement par CB. PayZen (Lyra Networks), principe de compte sequestre pour les fonds dédiés aux associations. Les pourboires sont versés directement à HelloAsso
Alvarum	Compte ouvert par Alvarum au nom de chaque association
Culture Time	Lemonway (principe de compte sequestre ségrégué, entièrement reversé à échéance de la campagne)
iRaiser	Différentes solutions selon formules et modes de paiement (pour CB : partenaire : Ogone, qui appartient à Ingenico).
GivExpert	Point à Point

¹⁶ Paiement point à point : directement d'un compte à un autre, sans transit via un porte-monnaie électronique ou compte séquestre (le point à point est observé dans un contexte de solutions logicielles, avec du don pur, acquis définitivement à l'association)

REÇUS FISCAUX

- Pour tous, les sommes portées sur les **reçus fiscaux doivent pouvoir comporter la totalité du don**, cela que la plateforme prélève sa commission avant le reversement des sommes collectées, ou qu'elle facture indépendamment ses frais.
- **Tous les outils n'intègrent pas l'émission et l'envoi de reçus fiscaux** : les fournisseurs de solutions logicielles l'offrent en option possible pour les associations qui le souhaitent, et permettent aux donateurs de télécharger ceux-ci dans leur espace donateur. Alvarum propose également l'envoi par email de reçus fiscaux aux contributeurs. Certaines plateformes, telles Culture Time, si elles n'émettent pas elles-mêmes les reçus fiscaux, offrent un suivi (alerte et suivi d'envoi), ainsi qu'un téléchargement possible depuis l'espace donateur. D'autres, telles Ulule, s'organisent, pour l'envoi des reçus fiscaux via un prestataire spécialisé, pour des projets aux volumes importants.

4- QUESTION DES DONNEES

On parle ici des données nominatives (nom, coordonnées), la question des données bancaires ayant été traitée plus haut. On note des différences surtout entre offres en marque blanche et autres types d'offres.

POINTS COMMUNS DES OFFRES HORS MARQUE BLANCHE

- Pour tous les types d'offres hors marque blanche, **les données sont collectées à l'inscription du membre sur la plateforme** (celle-ci est obligatoire pour participer en contribuant ou en proposant un projet). Concrètement, ces plateformes détiennent donc les données nominatives. Leur appartiennent-elles pour autant ? Cette question est davantage de nature juridique et la réponse faite dans un cadre marketing n'est pas claire : seule une plateforme nous a clairement répondu que les données appartenaient juridiquement aux associations (Arizuka, mais dans les

faits, elle détient bien aussi quand même les informations). Les autres nous ont parlé de partage des informations avec les porteurs de projets, et une plateforme a même pointé l'appartenance des données à la personne elle-même : même si cette réponse a des allures de pirouette, ceci peut très bien s'entendre : toute personne faisant partie d'un fichier commercial peut en demander la radiation. Au-delà de la question de l'appartenance, il semble vraiment important pour les associations de veiller à l'utilisation potentielle de ces données. Actuellement, les plateformes ne démarchent pas directement les contributeurs pour des projets, mais envoient-uniquement à ceux qui le souhaitent- des newsletters informatives (parfois ciblées par thèmes d'intérêt). A l'avenir, il faudrait surtout s'interroger sur l'intérêt, et la réelle possibilité juridique des plateformes à utiliser ces données : un démarchage direct semblerait contre-productif et est exclu clairement par certaines dans leurs CGU. Pour elles, il s'agit surtout de jouer de l'effet de masse lié aux inscriptions sur leur plateforme pour crédibiliser leur activité et attirer encore de nouveaux contributeurs...

- Les données demandées **sont minimales pour les contributeurs** (nom, email, adresse pour l'envoi de contreparties et le cas échéant de reçus fiscaux), cela afin de faciliter la conversion.
- Elles sont **plus détaillées pour le porteur de projet** (pour l'association, le porteur doit être le dirigeant et apporter une preuve d'identité, les statuts de l'association, pour Culture Time, par exemple, elle doit aussi faire la preuve de son éligibilité au mécénat).
- Les données nominatives des contributeurs **sont partagées avec les porteurs de projets (pour certaines plateformes, telles Arizuka, les données appartiennent d'ailleurs clairement au porteur)**. Ce partage se fait soit en cours de projet 'nom, prénom et/ ou adresse mail pour suivi, et /ou en fin de projet 'adresse complète' pour la gestion des contreparties, le suivi et l'envoi de reçus fiscaux. Ce partage peut sembler en fait la moindre des choses : les porteurs, associations comprises vont d'abord mobiliser d'abord leurs connaissances, puis l'entourage de celles-ci, et enfin le grand public. Les porteurs contribuent donc fortement aux inscriptions sur la plateforme...et le recrutement 'extérieur' à leurs contacts existants peut leur

sembler uniquement incrémental... Ceci peut être d'ailleurs un frein pour de grosses associations qui ne voudraient pas 'offrir' un fichier donateurs durement développé...

- **Elles sont gardées par les plateformes, qui les déclarent à la CNIL et qui s'engagent à ne pas les céder à des tiers**, mais peuvent les utiliser, sur 'opt-in' du membre à l'inscription, pour des envois de newsletters (Ulule, MyMajorCompany, KissKissBankBank, Arizuka. HelloAsso n'envoyait pas de newsletter à l'été 2015). Certains acteurs segmentent aussi ces données membres pour cibler par thématiques d'intérêt (c'est le cas de My Major Company) ; d'autres conduisent des analyses agrégées.
- Les membres des plateformes (incluant les contributeurs) peuvent découvrir ainsi de nouveaux projets et de nouvelles causes via ce moyen (certaines associations craignent que cette exposition et sensibilisation à de nouvelles causes perçues comme 'concurrentes' détourne leurs donateurs).

DONNÉES NOMINATIVES : FONCTIONNEMENT DES OFFRES EN MARQUE BLANCHE

- Les **donateurs deviennent directement des donateurs des associations**, et ne deviennent pas membres des solutions logicielles (iRaiser ou GivExpert). Ceux-ci n'interagissent jamais avec les contributeurs, ils n'envoient jamais de newsletters (ils ont quand même un accès aux données pour vérifications, et peuvent conduire des analyses anonymes agrégées).
- Les associations ont la possibilité de demander plus d'informations (cela est aussi possible avec les widgets d>Hello Asso). Cela peut bien sûr permettre d'enrichir un CRM, mais peut avoir un impact sur la conversion du donateur.
- **Les fournisseurs de solutions logicielles Saas ¹⁷ n'ont pas l'obligation de déclaration à la CNIL** (celle-ci est de la responsabilité de l'association à qui il incombe aussi de déclarer le fournisseur comme opérateur).

Tableau récapitulatif –Modalités autour des données nominatives, par plateforme.

¹⁷ Saas : littéralement Software as a service, système de licence d'exploitation d'un logiciel sous forme d'abonnement ; le logiciel est hébergé de manière centralisée, et l'accès se fait via une connexion internet

Modalités	Plateformes
<p>Inscription de tout contributeur et des porteurs de projet sur la plateforme</p> <p>La plateforme déclare les données à la CNIL, partage les informations avec les porteurs.</p>	<p>Alvarum, Arizuka, Babeldoor, Culture Time, HelloAsso, KissKissBankBank, MyMajorCompany, Ulule...</p>
<p>Inscription des contributeurs sur le site de l'association.</p> <p>Données non déclarées à la CNIL par le fournisseur de logiciel (de la responsabilité de l'association).</p>	<p>iRaiser, GivExpert</p>

5-QUESTIONS AUTOUR DE L'ADAPTABILITE TECHNIQUE DES OUTILS

PERSONNALISATION

- **Tous les outils contiennent des possibilités de personnalisation**, pour la présentation des projets, mais celle-ci doit, pour les plateformes opérant sous leur propre marque, quand même rentrer dans les options principales offertes par chaque plateforme, pour des raisons de lisibilité et de cohérence de présentation. Les solutions logicielles sont celles qui mettent le plus avant la personnalisation, mais cela semble logique dans un cadre de marque blanche.

EXPORTATION-SYNCHRONISATION

- Toutes les solutions offrent la possibilité d'exporter des fichiers donateurs en format .csv ou .xls
- La **synchronisation des bases** avec les interfaces comptables et CRM des systèmes internes est clairement **plus affirmée par les solutions logicielles** : il peut y avoir sinon un besoin de retraitement manuel pour les associations notamment pour l'envoi de reçus fiscaux. On notera quand même que certaines plateformes offrent déjà des synchronisations et d'autres se disent prêtes à étudier la question. KissKissBankBank par exemple offre une synchronisation comptable pour les

émissions de facture. Nul doute que la plupart pourront être réactives à l'avenir : Ulule offre déjà une solution (avec un prestataire) pour l'automatisation d'envoi de reçus fiscaux en cas de volumes importants ...

EQUIPES TECHNIQUES

- **La plupart des équipes de solutions étudiées ont des développeurs, ou accès à une équipe technique** : celle-ci peut être dédiée au développement des solutions de la plateforme (c'est le cas d'iRaiser et GivExpert, ou encore Ulule, HelloAsso ou Alvarum) ou partagée avec d'autres activités de la plateforme (KissKissBankBank, MyMajorCompany, Arizuka). D'autres ont des ressources internes, mais s'appuient sur un prestataire technique (Culture Time et BabelDoor utilisent la technologie Mipise). Plus d'adaptabilité technique, notamment au niveau des fonctionnalités mobiles et des questions de synchronisation, ne semble donc pas impossible à terme, si c'est une forte demande.

MOBILE

- On note **quelques différences au niveau des fonctionnalités accessibles sur mobile** (tout le monde n'est pas encore complètement « responsive »¹⁸). Ceci devrait se lisser dans un futur proche, mais c'est peut-être encore un point de vigilance pour les associations ayant identifié un potentiel important pour le don sur mobiles et tablettes.

¹⁸ Responsive design : faculté d'un site web à s'adapter au terminal de lecture, et de pouvoir tenir compte des différents types de résolution d'affichage (des différents mobiles, tablettes). Il en va de la facilité et de l'ergonomie d'utilisation.

Tableau récapitulatif

Plateforme	Mobile, tablette	Marque blanche	Marque grise
Arizuka	Responsive	Oui Technologie vendue via filiale Easycrowd	Oui pour fédérations d'associations
BabelDoor	Responsive	Oui : distribue la technologie de MIPISE	
KissKissBankBank	Appli iOS et android pour les créateurs (porteurs de projets) ¹⁹	Non	Possibilité sous conditions
Ulule	Responsive	API disponible en ligne ²⁰	Possibilité sous conditions
MyMajorCompany	Responsive	API disponible en ligne	
HelloAsso	Pas encore complètement responsive (à l'été 2015)	Oui widgets formulaire (dons, pages de collecte...) gratuits pour associations	
Alvarum	Responsive		Oui, ex. Franchise Marche des Lumières
Culture Time	Responsive	Non	Non
iRaiser	Responsive	Oui : au cœur du métier	
GivExpert	Responsive	Oui, au cœur du métier	

¹⁹ Appli iOS et Android : Application pour smartphone Apple, et mobiles fonctionnant avec le système Android (système d'exploitation mobile open source développé actuellement par Google. Source Wikipédia)

²⁰ API : Application Programming Interface, ou interface de programmation, ou briques de fonctionnalités pouvant être utilisées en programmation par des tiers.

6-QUESTIONS AUTOUR DE LA NOTORIÉTÉ DES PLATEFORMES

LES PLATEFORMES OPERANT SOUS LEUR PROPRE MARQUE ONT INTÉRÊT À DÉVELOPPER LEUR NOTORIÉTÉ

- Même s'il n'existe pas de baromètre de notoriété au niveau des plateformes, indiquant leur notoriété spontanée ou assistée ²¹ ; cette notion peut-être approchée indirectement au travers de mesures comme : le nombre de personnes inscrites sur le site, le nombre de projets portés, la présence sur les réseaux sociaux, la communication et toutes opérations visant à augmenter la visibilité de la plateforme, la couverture médiatique. On trouvera en annexe des tables comparatives par type d'offre qui présentent ces mesures pour chaque plateforme. ²²
- Toutes les plateformes opérant sous leur marque ont un intérêt à développer leur notoriété et visibilité :
 - Il en va de leur capacité à inspirer la confiance, recruter des porteurs, permettre à ceux-ci de toucher possiblement encore plus de contributeurs.
 - A terme cette notoriété peut impacter le volume des offres qu'elles traitent, le taux de réussite des projets, et bien sûr impacter leur pérennité...Même si une forte notoriété est un atout, l'exemple de MMC suggère que celle-ci est n'est pas suffisante.
- Plus leur objet est généraliste, plus elles ont intérêt à se faire connaître du grand public et à faire caisse de résonance aux projets. Logiquement, c'est le cas des plus grandes plateformes.
- Des plateformes spécialisées sur un type de porteur, multithématiques ou non, ont aussi besoin du grand public, d'où leur présence sur les réseaux sociaux ; elles ont aussi besoin logiquement de toutes les associations qui peuvent être leur cible, et vont donc essayer logiquement aussi de se faire connaître (par des actions de relations publiques notamment, participations à des salons spécialisés, initiative et

²¹ Notoriété spontanée : remémoration spontanée de noms, notoriété assistée, remémoration, reconnaissance sur présentation d'une liste de noms.

²² Voir pages 49,51,54,57 et 59 en annexe

animation d'évènements affinitaires (Social Good Week pour HelloAsso). Certains événements permettent à ces plateformes de marier « RP » pour elles, et fundraising et/ou de mobilisation : c'est le cas des événements d'Alvarum avec la Course des Héros (fundraising, mobilisation pour les associations) ou encore TechRun (mobilisation, communication pour les start-ups).

LES PLATEFORMES OPÉRANT EN MARQUE BLANCHE, ONT, ELLES UN ENJEU MOINDRE À SE FAIRE CONNAÎTRE DU GRAND PUBLIC

- Elles n'ont en effet pas vocation à se faire connaître du plus grand nombre, mais surtout des associations qui sont leurs clients. Elles seront donc logiquement moins présentes sur les réseaux sociaux, mais plus dans des conférences spécialisées.
- On note que si GivExpert organise Raise for Gift à Genève avec l'association Swiss Gifts, c'est surtout pour faire connaître son application de collecte peer-to peer 'friendraising' aux associations, et que le nom GivExpert n'est pas mis en avant pour les coureurs.²³

IV-COMPARAISONS

1-PRÉCAUTIONS ET POINTS À PRENDRE EN COMPTE DANS LES COMPARAISONS ET CHOIX

Dans la partie ci-après, nous comparons les offres à l'intérieur des grandes catégories définies en première partie : les généralistes multithématiques, les spécialistes associatifs orientés projet, les spécialistes associatifs orientés cause, les fournisseurs de solutions logicielles.

Nous listons aussi pour chaque type de solution, des cas où celles-ci nous paraissent particulièrement pertinentes. Certains conseillent de tester l'offre 'crowdfunding' sur les plateformes avant de passer en mode marque blanche, qui conviendrait mieux à des besoins importants et récurrents. Cela peut être une possibilité. Nous pensons aussi que d'autres besoins peuvent jouer, et que chaque solution présente ses propres avantages, d'où nos listes.

Pour encore plus de détails entre des offres perçues comme similaires, nous conseillons de se reporter aux fiches détaillées en annexe pour mieux appréhender les spécificités de chacune, et de passer un peu de temps sur leur site, pour mieux appréhender leur culture.

²³ <http://www.raceforgift.ch/>

2-COMPARAISONS DES GENERALISTES S'ADRESSANT A TOUS TYPES DE PORTEURS, ET MULTITHÉMATIQUES : ULULE, KISSKISSBANKBANK ET MYMAJORCOMPANY

BEAUCOUP DE POINTS COMMUNS

- **La solidarité est bien représentée.** Chez Ulule, c'est la 2^{ème} thématique de la plateforme : un des projets les plus populaires à l'automne 2015 est l'opération de l'association SOS Méditerranée pour les migrants-en partenariat avec Médecins du Monde. La thématique est bien présente aussi chez KissKissBankBank : c'est le 4^{ème} thème de la plateforme, et on trouve également comme projet populaire un projet documentaire 'Rêves de réfugiés' en cours de collecte à l'automne 2015. Le thème est un peu moins présent chez MyMajorCompany, qui compte cependant de beaux projets, comme les projets Cuisine mode d'emploi (s) portés par l'association d'insertion du chef Thierry Marx.
- **Les associations (tous types confondus) représentent environ un tiers des porteurs de projets** chez ces trois acteurs (35% chez Ulule).
- Toutes obéissent au **modèle 'dons avec contreparties'**, avec des **principes de reversement 'tout ou rien'**, selon la réussite ou l'échec de la collecte.
- **Toutes trois sont pionnières et leaders de l'offre en France** : à elles trois, ces plateformes représentent 80% des sommes collectées par les plateformes de crowdfunding. Chacune compte également plus de 500,000 membres inscrits (Ulule en tête avec +700,000 membres).²⁴
- **Aucune ne fait de pages de collecte personnelles**, mais il n'est pas exclu que certains projets reversent des sommes (profits par exemple) à des associations : on a trouvé par exemple sur KissKissBankBank un exemple avec le projet 'bonnet à pompon du Slip français' dont les profits ont été reversés au Téléthon.
- Ulule et MyMajorCompany ont la même solution de paiement sécurisé : Mango Pay.

²⁴ A l'automne 2015. En Février 2016, Ulule est toujours en tête (978,768+ membres), suivie de KissKissBankBank (798,956+ membres), MMC comptait 555,917+ membres.

- **Toutes développent des actions de communication pour faire connaître leur plateforme, et offrir une caisse de résonance aux projets portés** : toutes ont des événements en propre et une forte présence sur les réseaux sociaux.
- **Toutes ont également de nombreux partenariats**, qui leur permettent de faire gagner aux projets de la visibilité, et aussi parfois de l'accompagnement et des financements. KissKissBankBank a ainsi notamment un partenariat avec la Banque Postale (sélection Coups de cœur de la BP sur le site), Ulule avec la BNP (qui sponsorise le Ulule Tour et apporte un soutien financier à certains projets, tels celui de SOS Méditerranée précédemment évoqué), et MyMajorCompany avec Axa (sélection et soutien financier de projets made in France, élus par les internautes via le programme Protéger-Partager).
- **Aucune ne communique avec les contributeurs pendant la durée des projets**, laissant cette responsabilité au porteur.
- **Toutes envoient des newsletters** (avec des mise en avant de projets et l'actualité de la plateforme...) à ceux de leurs membres qui ont choisi de les recevoir sur opt-in.
- **Toutes font preuve de pédagogie**, avec des sections FAQ très développées sur leur site, voire des forums dédiés.
- **Toutes préfèrent une politique de marque forte** : leur technologie est disponible en marque grise, sous conditions. Techniquement, Ulule et MMC mettent aussi une API à disposition sur leur site, ce qui peut permettre une meilleure appropriation par une structure ayant des programmeurs en interne.

AU-DELÀ DE TOUS CES POINTS COMMUNS, DES DIFFÉRENCES ET NUANCES

- **Chacune de ces plateformes a une histoire et une culture différente**, instillée par leurs fondateurs respectifs : KissKissBankBank, qui se positionne fortement sur les projets créatifs, est partie des thèmes cinéma et musique, passions des fondateurs, qui avaient également une forte culture agence : son plus gros succès à ce jour est le documentaire écologique proposé par Mélanie Laurent et Cyril Dion (fondateur de Colibris)²⁵. L'équipe d'Ulule vient de l'univers web, son plus gros projet financé

²⁵ Ce documentaire a reçu un César en Février 2016

à ce jour est un film de thématique geek, 'Noob'... MyMajorCompany a commencé comme label participatif en découvrant des artistes, tels Grégoire ou Irma, et son modèle de commission de 10% rappelait celui de frais d'agence artistique. Suite à l'annonce de Février 2016, elle va d'ailleurs se concentrer sur la production d'artistes...

- Si KissKissBankBank et Ulule ont des frais dans la médiane des plateformes (5%+3% de frais de transaction hors Paypal), MyMajorCompany est un peu au-dessus (10% +frais bancaires, ces derniers n'étant pas remboursés en cas d'échec de la collecte).
- Au niveau de l'accompagnement : au-delà de l'aide très fournie disponible en ligne, Ulule et MyMajorCompany revendiquent un accompagnement individualisé des porteurs de projets par un chef de projet désigné, qui a même un nom chez Ulule : le 'Good Idea Manager'. Si l'accompagnement existe aussi chez KissKissBankBank, tous les projets sont là aussi, comme pour les deux autres, revus par la plateforme avant d'être sélectionnés et mis en ligne ; si tous les porteurs peuvent bien sûr avoir des contacts avec la plateforme en cas de questions, il y a surtout beaucoup de choses en ligne : le centre d'aide est très fourni, notamment sur les méthodes de mobilisation de l'entourage. La plateforme donne aussi l'accès à une sélection de partenaires 'Pop my project', qui permet au porteur le désirant, de faire appel à ces spécialistes pour valoriser son projet.
- **Au niveau des choix de communication** : celle-ci est forte dans tous les cas avec une couverture médiatique importante, des partenariats, une présence très établie sur les réseaux sociaux, et des événements. **Ulule organise notamment le Ulule Tour (en partenariat avec la BNP), et est encore un peu plus présente sur les réseaux sociaux que les deux autres** (sa présence comprend aussi LinkedIn, et compte +70,000 likes sur Facebook) ; My MajorCompany est surtout très présente sur Facebook (+62,000 likes), mais semble organiser moins d'événements en propre. **KissKissBankBank, très présente sur les réseaux sociaux aussi, semble compter le plus d'initiatives 'événementielles'** et de mise en avant des projets via

des partenariats (ex. Social Cup, tournée et coupe consacrée à des pitchs de projets étudiants, sélection A little Kiss avec la market place A little market, ou encore un festival de court métrages avec les cinémas MK2 etc.).

- Si chacune de ces plateformes bénéficie de bases membres très importantes²⁶ (+700,000 pour Ulule, +700,000 pour KissKissBankBank, et +500,000 chez MyMajorCompany), Ulule et KissKissBankBank mettent davantage en avant des rythmes de recrutement toujours très soutenus (+1200 par jour chez Ulule, +20,000 par mois en moyenne chez KissKissBankBank).
- Si toutes trois mettent en avant des projets de différentes manières (mise en avant sur le site, relais sur les réseaux sociaux, partenariats...), KissKissBankBank et Ulule semblent encore davantage jouer de la carte « émulation » avec des mises en avant sur le site et une reconnaissance des meilleurs contributeurs, avec des classements par exemple, ou encore pour KissKissBankBank, avec la remise du prix du meilleur contributeur à des projets culturels par la Ministre de la Culture, Fleur Pellerin.
- MMC est la seule plateforme à vraiment avoir parlé de segmentation de ses inscrits, pour un meilleur ciblage ultérieur (mais par ailleurs, on note bien qu'Ulule cerne les intérêts, en proposant le choix de newsletters thématiques en opt-in).
- Toutes les trois, comme les autres plateformes d'ailleurs, ont évoqué la théorie des 3 cercles de mobilisation (proches, amis d'amis, puis seulement grand public). Mais KissKissBankBank a été la première à développer cette analyse en France.

POURQUOI CHOISIR UNE PLATEFORME GÉNÉRALISTE 'PROJET' EN PARTICULIER ?

- Pour leur expérience, et le nombre de projets réussis, qui inspirent la confiance et l'adhésion.

²⁶ A l'automne 2015

- Pour leur notoriété (cf. nombre d'inscrits et tous les points évoqués), et leur capacité à faire caisse de résonance.
- Pour pouvoir toucher –et au moins sensibiliser- d'autres personnes que celles ciblées d'ordinaire (l'âge moyen des contributeurs est dans la fourchette 25-45 ans).

Un tel choix semble particulièrement pertinent pour :

- Le développement, le test de nouveau projet d'une association : cette approche peut permettre en effet de ne pas solliciter toute la base donateurs de l'association, mais seulement une cible en particulier (et donc ne pas avoir l'impression d' 'offrir' le fichier, ce qui est un frein exprimé par certaines associations ; On note bien d'ailleurs que cette crainte, même si elle est légitime, peut se réaliser autrement que par l'inscription sur une plateforme : un donateur est en général exposé à de multiples causes, via des sollicitations directes, dans la rue, dans les médias...). Dans tous les cas, pour une association très soucieuse de conserver sa base, recourir à une plateforme serait particulièrement pertinent pour un projet dont le but serait de sensibiliser de nouvelles tranches d'âge, ou profils peu présents dans le fichier donateurs.
- Des projets originaux qui mêlent les points forts de la plateforme et la cause de l'association, par exemple un film documentaire et une cause écologique, ou autre, une bande dessinée solidaire pour collecter des fonds et/ ou mise en avant par d'une cause par une personnalité médiatique. Si Band Aid 'We are the world' collectait maintenant, elle aurait peut-être choisi une plateforme comme celles-ci pour relayer et collecter autour de son message.
- Un projet en résonance avec l'actualité, susceptible de mobiliser un grand nombre de personnes.
- Profiter des retombées en termes de notoriété de la plateforme, ou des ressources proposées par un des mentors ou partenaires pour une petite association.

3- COMPARAISONS DES OFFRES DES SPECIALISTES THEMATIQUES

POINTS COMMUNS

- Arizuka et Babeldoor sont tous deux présents sur des thématiques ESS, et plus de 80% (90% pour Arizuka) des projets des deux acteurs sont portés par des associations.
- Les deux plateformes fonctionnent toutes deux en crowdfunding, mode projet, et sont tous les deux dans des logiques de 'tout ou rien' (avec une nuance de seuils intermédiaires à atteindre pour Arizuka).
- Tous deux mettent en avant un suivi personnalisé (avec des points d'étape pour Arizuka) et une compréhension des questions associatives.
- Tous deux facturent les frais séparément et fonctionnent avec des solutions de porte-monnaie électronique, opérées par des prestataires de paiement sécurisé...

DIFFÉRENCES

- Ensuite, Babeldoor est plus ancienne, a plus de projets aboutis, et plus de membres inscrits sur sa plateforme. La plateforme développe aussi depuis 2015 une offre de crowdsourcing pour la mise en relation de bénévoles et d'associations sur des thématiques précises. Cette offre est gratuite. Babeldoor se rapproche de son fournisseur de technologie, Mipise, et va pouvoir distribuer la technologie de celui-ci. Babeldoor n'organise pas d'événements en propre, par manque de moyens, mais bénéficie d'un bon bouche à oreilles dans le milieu associatif, qui lui permet de recruter et fidéliser : c'est le cas par exemple avec les associations étudiantes de Cergy. Arizuka de son côté bénéficie du soutien du Crédit Coopératif, et est présent sur des conférences, salons spécialisés et affinitaires (en lien avec les thématiques ESS et était présent à la fête de l'Humanité en 2015). La plateforme organise également un tour de France des maisons des associations pour se faire connaître.

- Arizuka a les plus faibles commissions (5% TTC, 4% pour les clients Crédit Coopératif, si paiement par chèque ou CB²⁷, plus si Paypal, mais la plateforme n'encourage pas l'utilisation de Paypal), Babel Door est à 8% TTC (frais plateforme et bancaires).

CULTURE TIME EST DIFFÉRENTE

Elle s'adresse aux porteurs éligibles au mécénat sur des thématiques : culture, éducation...et solidarité (les thématiques peuvent être combinées). Tous les fonds collectés restent acquis, même si les codes de présentation sont 'projet' (limités dans le temps ou annuels). Ses commissions sont de 8% TTC, des prestations additionnelles de conseil peuvent s'ajouter à la demande.

CHOIX D'UNE PLATEFORME SPÉCIALISTE THÉMATIQUE

- Pour leur connaissance des problématiques associatives et leur expérience de collecte dans le domaine ESS (ou culturel, ou autre...)
- Pour leurs communautés affinitaires de membres (toutefois, comme pour les grandes plateformes généralistes et comme pour d'autres plateformes, la participation à un projet nécessite l'inscription sur la plateforme. Une grosse association pourrait donc avoir les mêmes craintes de voir ses donateurs s'intéresser à d'autres causes avec lesquelles il se sent une affinité, et possiblement se détourner d'elles...on notera bien là encore que les plateformes ne cèdent pas leurs données. Après, la probabilité qu'une personne découvre une autre cause en allant sur la plateforme et se détourne de son soutien initial, est toujours possible mais loin d'être certaine, et peut d'ailleurs arriver autrement que par l'inscription sur une plateforme. Dans tous les cas : là encore une association qui serait très soucieuse de préserver sa base donateurs, pourrait ne l'utiliser que partiellement, et profiter d'un projet test pour toucher, sensibiliser des tranches d'âge ou profils non présents traditionnellement dans ses bases.

²⁷ A l'automne 2015.

- Pour leur capacité d'accompagnement, et leur proximité, revendiquée par les acteurs rencontrés.

Un tel choix semble particulièrement pertinent pour :

- Une association qui fait ses choix par affinité, et qui veut rester dans les codes associatifs (par exemple, qui préfère les petites structures et le côté artisanal, aspect revendiqué par Babeldoor par exemple ; ou encore pour une association qui est sensible au type de solution de paiement choisi : Arizuka met en avant la localisation de son partenaire en France).
- Une association qui veut avoir un interlocuteur désigné et un accompagnement personnalisé (comme nous l'avons vu, certaines plateformes généralistes mettent aussi un suivi de ce type en avant)

4-COMPARAISON DES OFFRES DES SPECIALISTES ASSOCIATIFS ORIENTES CAUSE : ALVARUM, HELLO ASSO

LES POINTS COMMUNS

- Ces acteurs sont des spécialistes associatifs, et sont tous les deux multi-thématiques
- Les dons collectés restent acquis aux associations, ce qui en fait des acteurs orientés 'cause'.

LES DIFFÉRENCES

Bien que tournés tous les deux vers les associations, et étant tous les deux dans une logique de don pur (acquis), ces acteurs ont des modèles différents : HelloAsso s'appuie sur la gratuité du service pour les associations, mais avec une rémunération au pourboire optionnel versé par les contributeurs, alors qu'Alvarum est dans un modèle de prestations mariant abonnement (ou utilisation au coup par coup) de la plateforme de collecte, l'organisation d'événements de fundraising, ou encore la vente de dossards solidaires.

- HelloAsso est dédiée aux associations établies en France.
 - Elle est issue de MailforGood, créée en 2010, qui a intégré en 2013, les services fournis par le logiciel Izi-collecte depuis 2008.
 - Elle offre (littéralement : elle est gratuite) beaucoup de solutions 'dons' aux associations, qui représentent 70% de son activité, sans que toutefois la plateforme ne communique sur le détail de ces différents points : dons, pages de collecte, projets crowdfunding, dons minute²⁸. Elle peut aussi leur permettre de vendre des billets pour des événements (15% de son activité) et de gérer leurs adhésions (15% activité).
 - Pour soutenir l'offre pages personnelles, HelloAsso développe une offre de dossards solidaires, avec Odyssea par exemple. Le principe est le suivant : les associations se chargent d'obtenir des dossards directement auprès des

²⁸ Depuis début 2016, Hello Asso a annoncé l'arrêt de l'activité dons minute (visionnage de publicités au profit d'associations).

organisateurs de l'évènement. Ensuite, elles peuvent les vendre sur HelloAsso et encourager les internautes à lever des fonds dans le cadre du challenge sportif. Les prix des dossards dépendent des associations & organisateurs, parfois gracieux, parfois à coût réduit, etc. La collecte sur HelloAsso reste sans aucun frais pour l'association.

- Ses actions de communication sont à la fois orientées 'grand public' et 'affinitaire ESS' avec une couverture médiatique nationale, avec par exemple une tribune (Septembre 2015) dans Libération, les citations régulières dans Télé Matin sur France2, ou encore le partenariat avec Google Initiatives (vote des internautes sur une sélection de projets, les gagnants obtiennent un financement de Google). HelloAsso est aussi à l'initiative de la Social Good Week²⁹, évènement annuel pour 'faire connaître, fédérer et encourager les porteurs de projets qui utilisent le numérique au service de l'intérêt général'. Son action est soutenue par l'Elysée et le Ministère de la Ville de la Jeunesse et des sports, et reconnue par le label 'La France s'engage'.³⁰
- Le site d'Hello Asso indique aussi depuis début 2016 deux partenaires mécènes s'engageant auprès des associations (sans toutefois détailler de programmes spécifiques) : la Fondation EDF (soutien de 150 projets solidarité par an sur des thématiques inclusion sociale, autonomie et intervention humanitaire, organisation annuelle du Trophée des associations (32 projets en faveur des jeunes...), et la fondation Groupama pour la santé (financement de projets d'associations, ainsi que des bourses de recherche).
- Alvarum a été créée en 2008, en s'inspirant des bonnes pratiques d'acteurs étrangers comme Just Giving. Cet acteur propose 3 types de services :
 - I-Plateforme de collecte de dons pour les associations
 - Collectes par les associations (qui peuvent se faire de manière annuelle ou selon un mode projet, mais dont tous les fonds collectés restent acquis) ou par des particuliers au profit d'associations (peer-to-peer ou pages de collecte personnelles). Les pages de collecte

²⁹ ²⁹ <http://www.socialgoodweek.com/>

³⁰ Labélisée en Juin 2014 : <http://lafrancesengage.fr/projets/hello-asso/>

sont activées par les personnes à l'occasion de temps forts pour elles, ou à l'occasion d'évènements au profit d'organisations caritatives.

- II- Organisation d'événements liés au monde caritatif (le plus souvent)
 - Course des Héros (depuis 2010), Marche des Lumières³¹ (en marque grise). Depuis 2015, elle organise aussi TechRun³² une course mobilisatrice pour les start-ups.
- III- Vente de "dossards caritatifs" :
 - Activité créée pour inciter des sportifs à mener un double défi sportif (la course en elle-même) & caritatif (collecte de dons pour une association) à l'occasion d'événements marquants (tels que le Semi-Marathon de Paris, le Marathon de Berlin, ...). Le public visé rassemble essentiellement des sportifs voulant s'inscrire tardivement à l'évènement, et qui n'a pas trouvé de dossard à acheter. Pour obtenir un dossard, il leur est proposé de collecter des fonds, auprès de leurs proches, pour une des associations participante au programme.
 - Le plus gros de l'activité d'Alvarum est constitué par les pages de collecte.
 - Avec près de 40M d'euros collectés au total depuis 2008 (dont 8M d'euros pour la Course des héros seule), et en l'absence de statistiques détaillées des autres acteurs présents sur cette activité, cet acteur apparait comme le leader sur cette activité en France.
 - Il bénéficie de l'exclusivité de dossards solidaires sur les événements ASO (Amaury Sport Organisation) (marathon, semi-marathon...).
 - L'organisation d'événements en marque propre, comme la Course des héros³³, lui assure un positionnement unique en France, et une bonne notoriété dans le milieu associatif.

³¹ <http://www.marchedeslumieres.com>

³² <http://www.techrun.fr/> Cet évènement se présente a priori plus comme une source de mobilisation et de communication pour les start-ups.

³³ <http://www.coursedesheros.com/>

- Dans le cadre de la vente de dossards solidaires, l'offre d'Alvarum est assortie de coaching et d'accompagnement des collecteurs, ce qui lui permet d'augmenter les collectes pour les associations.
- Alvarum est présent à l'étranger et offre ses solutions autour du marathon de Berlin.

POURQUOI CHOISIR DES OFFRES DE SPÉCIALISTES ASSOCIATIFS ORIENTÉS 'CAUSE'

Hello Asso :

- Pour la diversité et la gratuité de son offre, qui permet de tester un grand nombre de formules de collecte de dons.
- Pour la notoriété de la plateforme, qui est un facteur de confiance pour les contributeurs, et peut susciter, renforcer l'adhésion.

Alvarum :

- Pour la mobilisation et le coaching des collecteurs
- Pour ses événements uniques de fundraising affinitaire, comme la Course des héros
- Pour ses dossards solidaires et ses exclusivités avec ASO sur des événements sportifs à forte visibilité (ex. semi-Marathon de Paris...).

On notera, là encore pour ces deux acteurs, l'inscription et le passage par la plateforme pour participer à un projet de collecte (ex. dans le cadre d'une opération émanant d'un collecteur, il y a un renvoi vers le site Alvarum pour faire une donation. Pour Hello Asso, il y a inscription du contributeur sur la plateforme pour soutenir une association). En théorie, une association pourrait exprimer les mêmes craintes que celles déjà envisagées pour les autres acteurs (càd l'exposition potentielle et la sensibilisation du donateur à d'autres causes). Mais dans la pratique, les acteurs s'engagent à ne pas céder leurs bases. De plus, pour l'activité pages de collecte, l'inscription sur la plateforme est aussi un gage de sécurité supplémentaire pour l'association, lui permettant d'être au courant (HelloAsso émet des alertes) et de suivre des sollicitations en son nom... Il s'agira en fait plutôt pour l'association qui serait dans une démarche de développement de pages de collecte, d'identifier et de s'appuyer sur des

collecteurs relais de bonne volonté, de les aider et de les guider dans leurs efforts de mobilisation, puis de ne pas les sur-solliciter (ni eux ni leur entourage), pour ne pas lasser...

5-COMPARAISONS DES OFFRES DE SOLUTIONS LOGICIELLES (IRAISER ET GIVEXPERT)

POINTS COMMUNS

- Tous deux développent et offrent des modules (dons, pages de collecte...) en mode Saas (pas d'installation, seule une connection internet est nécessaire pour l'association). Tous deux sont des opérateurs, sans obligation de déclaration à la CNIL
- Tous deux ont des équipes techniques dédiées (iRaiser à Nantes, GivExpert en Haute-Savoie)
- Tous deux fonctionnent en marque blanche et n'ont pas vocation à se faire connaître du grand public, mais des associations.
- Tous deux fonctionnent avec des formules d'abonnement (mise en service+ abonnement par module choisi).
- Tous deux s'adressent plutôt à des grosses structures habilitées à recevoir des dons : associations et fondations, universités, diocèses, hopitaux...
- Tous deux sont des acteurs orientés fundraising, les collectes sont orientées 'cause', toutes les sommes restent acquises aux associations, la facturation se fait de manière séparée.
- Tous deux proposent l'accès en différentes langues et le paiement en différentes devises
- Tous deux conduisent des audits de sécurité
- Tous deux offrent une synchronisation avec les systèmes internes (comptabilité, CRM) des structures clientes
- Les deux offres comportent l'émission de reçus fiscaux
- Tous deux offrent des formations aux clients

POINTS DE DIFFERENCE

- iRaiser a commencé cette activité en 2012, GivExpert, en la forme en 2013 (avant, avaient développé izi-collecte cédé en 2013 à Hello Asso).
- iRaiser a le plus grand nombre de références clients (150 à l'été, 220 actuellement), et le plus de millions collectés au total (60M en cumulé depuis 2012 à l'automne, 100M prévus pour la fin d'année).
- GivExpert compte une quarantaine de références et plus de 30M collectés (à l'été) en cumul depuis 2013.
- iRaiser offre deux niveaux de service (formule starter, et formule premium) pour ses modules, avec deux tarifications différentes, et travaille avec différentes solutions de paiement sécurisé selon le mode de paiement. GivExpert offre le même niveau de service à tous avec une formule tarifaire et uniquement du point à point pour le paiement.
- GivExpert ne fait pas de « prehome »³⁴
- L'offre pages de collecte de GivExpert compte l'application 'Friendraising', intégrable sous facebook.
- Givexpert est partenaire de la course Raise for Gift à Genève, pour faire connaître son application aux associations. iRaiser fonctionne en partenariat avec des agences pour l'organisation d'évènements sportifs en propre pour pousser le développement des pages personnelles de collecte (ex. Oxfam Trail)
- GivExpert se développe en Suisse, et vient de racheter une société informatique.
- iRaiser se développe aux Pays Bas (viennent de racheter 2 sociétés présentes sur les pages de collecte et le crowdfunding).

³⁴ L'interstitiel pré-home apparaît, comme son nom l'indique avant d'accéder à la page d'accueil d'un site web ou éventuellement avant d'accéder à une tête de rubrique. L'utilisation de ce format a été rendue possible par l'augmentation de la bande passante disponible qui a permis d'éliminer un temps d'attente qui était rédhibitoire à l'époque du bas débit pour tous. Parler d'interstitiel pré-home est d'ailleurs un petit abus de langage car l'élément publicitaire n'apparaît pas dans l'interstice entre deux pages du site. Il est souvent associé à l'élément publicitaire principal de la page d'accueil pour renforcer le message. (Source abc net marketing)

- Les deux acteurs ont quelques analyses différentes : GivExpert préfère la métrique 'nombre de transactions' plutôt que les sommes collectées, qui est plus pertinente selon eux au regard de leur activité de fournisseur de solution logicielle en marque blanche. Ils ne communiquent pas le détail des sommes collectées annuellement. De plus, GivExpert ne pense pas que les mesures liant comportement de dons et Code Postal soient très pertinentes : par exemple, le fait d'habiter dans un code postal 'chic' n'est pas prédicteur de dons.

POURQUOI CHOISIR UNE SOLUTION LOGICIELLE ?

- Pour l'adaptabilité de leurs solutions
- Pour la marque blanche : seule la marque associative est visible
- Les donateurs ne sont jamais recontactés, ne serait-ce qu'avec une newsletter qui pourrait les sensibiliser à d'autres projets et causes...
- Synchronisation des bases : notamment CRM et comptables
- Semblent bien adaptés pour des gros volumes de transactions, et l'envoi en masse de reçus fiscaux

Un tel choix semble particulièrement pertinent pour :

- Une structure qui bénéficie déjà d'une forte notoriété, et qui veut collecter en propre.
- Une structure qui ne veut absolument pas que ses donateurs s'inscrivent sur une plateforme où ils pourraient être exposés à des causes concurrentes.
- Une structure bien au fait des questions fundraising et crowdfunding, qui connaît déjà le fonctionnement de projets et de ce que cela implique en termes de mobilisation.
- Une grosse structure voulant automatiser, optimiser ses donations en ligne.
- Une structure voulant lisser aussi sa trésorerie (formules d'abonnement).

RÉSUMÉ DES POINTS PRINCIPAUX DE L'ÉTUDE

10 plateformes 'dons' ont été étudiées et analysées afin d'offrir un cadre de référence et un grille possiblement utilisable pour l'analyse d'autres offres.

L'analyse permet d'établir les grands types suivants :

- Les acteurs orientés projet, dont le reversement des collectes est lié à la réussite de celles-ci : les généralistes, multithématiques, orientés projets : Ulule, KissKissBankBank (et MyMajorCompany) et les spécialistes associatifs : BabelDoor et Arizuka.
- Les acteurs orientés 'cause', où les sommes collectées restent acquises aux associations : on y trouve : un spécialiste mécénat, avec des codes projets, mais orienté cause : Culture Time, les spécialistes associatifs orientés cause : Alvarum, HelloAsso, et les fournisseurs de solutions logicielles : iRaiser et GivExpert.

On est frappé par les points communs des offres 'crowdfunding', bien que chacune ait ses propres couleurs et spécificités ; ces points communs sont observables au niveau des codes présentation, ou encore au niveau des frais avec une médiane à 8%TTC...

Les atouts des grandes plateformes généralistes, au-delà de leur expérience et ancienneté sur le marché, sont à chercher du côté de leur forte notoriété (bien que celle-ci ne soit pas suffisante comme le montre l'exemple de MMC), de tous leurs partenariats, de toute leur communication, bref, de leur capacité à faire résonance. Elles semblent bien adaptées pour une association qui voudrait tester le crowdfunding, et/ou un nouveau type de projets en lien avec sa cause, et/ou en lien avec les thématiques fortes de la plateforme, et/ou avec l'objectif d'élargir son périmètre (profils et nombre) de donateurs. Si le recrutement de nouveaux donateurs en dehors des profils habituels n'est pas garanti, l'association y trouvera au moins un moyen de communiquer et de sensibiliser plus largement sur sa cause.

Les atouts des spécialistes associatifs projets, sont au niveau de leur connaissance des questions associatives et des communautés affinitaires qu'elles savent développer. Elles

seraient un bon choix pour une association qui voudrait rester dans les codes associatifs, et qui voudrait bénéficier d'un accompagnement personnalisé.

De même, Culture Time est un spécialiste des questions de mécénat participatif, qui offre une très bonne compréhension de cette spécificité et un accompagnement adapté.

Les atouts d'Hello Asso ou d'Alvarum résident dans les réponses qu'ils apportent à des besoins associatifs : la gratuité d'HelloAsso, la diversité de son offre de solutions de collecte, et sa notoriété dans le milieu associatif en font un bon choix pour une association sans beaucoup de moyens, qui veut tester un mode de collecte gratuitement, et potentiellement bénéficier des retombées de notoriété (au moins au niveau de la crédibilité de la collecte) de la plateforme. Alvarum est le seul à offrir un événement multi-associatif en France comme la Course des héros, et a su assurer une exclusivité sur une offre de dossards solidaires sur des événements sportifs à forte visibilité, ce qui lui permet d'avoir un positionnement unique.

iRaiser et GivExpert, offrent des solutions logicielles adaptables. Leur capacité de traitement de gros volumes de transactions, de synchronisation entre bases, permettent aux (grosses) associations ayant des besoins récurrents d'avoir des solutions adaptées. Seule la marque de l'association sera visible, et le donateur s'inscrit uniquement sur le site de l'association.

Les offres de plateformes sont encore amenées à évoluer : de nombreuses solutions continuent de se créer. Y-aura-t-il de la place pour tous ? On note une ouverture de et vers l'international, et les atouts a-priori des offres disposant d'une forte notoriété (même si on voit que celle-ci n'est pas forcément suffisante) et/ou d'un positionnement original. Mais, au regard de l'arrêt de MMC, quels seront les modèles économiques les plus pérennes ?

Si les plateformes offrent de nouvelles possibilités de collecte, et de sensibilisation de nouveaux publics, elles ne sont pas une solution miracle, il faut toujours de la part du porteur, quel qu'il soit, associations comprises, des personnes et des efforts pour mobiliser efficacement autour des projets et des causes. Nous espérons que ce rapport les aidera au mieux.

ANNEXES

	KissKissBankBank	Ulule	My Major Company
Depuis	2010	2010	2007
Principes de fonctionnement	<p>Tous porteurs, 33% portés par des associations</p> <p>Inscription gratuite sur le site pour participer soutenir ou proposer un projet</p> <p>Mode Projet</p> <p>Contreparties</p> <p>Principe du tout ou rien</p> <p>Commission ~8% TTC (frais plateforme et bancaire)</p> <p>Marque grise sous conditions</p>	<p>Tous porteurs, 35% portés par des associations</p> <p>Inscription gratuite sur le site pour soutenir ou proposer un projet</p> <p>Mode Projet</p> <p>Projets</p> <p>Contreparties</p> <p>Principe du tout ou rien</p> <p>Commission ~8% TTC (frais plateforme et bancaire)</p> <p>Marque grise sous conditions</p>	<p>Tous porteurs, un tiers porté par des associations</p> <p>Inscription gratuite sur le site pour soutenir ou proposer un projet</p> <p>Mode Projet</p> <p>Mode Projets</p> <p>Contreparties (plus de contreparties financières comme cela a pu être le cas)</p> <p>Principe du tout ou rien</p> <p>Commission 10% + FB (non remboursés)</p> <p>Marque grise sous conditions</p>
Thèmes	<p>Tous thèmes</p> <p>Dont solidarité (4^{ème} en termes de projets, 5^{ème} en termes de sommes collectées)</p> <p>Le groupe KissKissBankBank Technologies est présent sur les 3 types d'offre crowdfunding : dons, prêts, equity.</p>	<p>Tous thèmes , dont solidarité et citoyen (2^{ème} thème en sommes collectées sur la plateforme</p>	<p>Tous thèmes dont solidarité (7 projets en cours à l'automne 2015)</p> <p>Le label est désormais séparé.</p>

Données à l'automne 2015 (validées par les plateformes) ; *en italique données additionnelles mentionnées sur les sites des plateformes depuis*

	KissKissBankBank	Ulule	MyMajorCompany
Depuis	2010	2010	2007
Chiffres clés	<p>+700,000 Kissbankers (<i>Février 2016 798,956</i>)</p> <p>~20,000 inscriptions par mois</p> <p>37 M d'euros collectés à fin Août 2015</p> <p><i>44.4 M d'euros collectés fin 2015</i></p> <p>La thématique solidaire est la 4^{ème} en termes de projets présentés, 5^{ème} en termes de montants collectés)</p> <p>8728 collectes abouties, taux de réussite : 58%</p> <p>Contribution moyenne : 62 euros</p> <p>(projets solidaires : 59 euros)</p> <p>Le plus gros projet financé à ce jour est un film documentaire écologique (par Mélanie Laurent et le fondateur de Colibris, Cyril Dion) : 444 000 euros collectés (objectifs plus que doublés, auprès de 10 266 Kiss bankers).</p>	<p>+700,000 Ululeurs (<i>Février 2016 : 978,768</i>)</p> <p>1200 incriptions par jour</p> <p>+37 M d' euros collectés à fin septembre 2015</p> <p><i>46 Millions d'euros collectés fin 2015</i></p> <p>5,4M d'euros sur la thématique solidaire, la deuxième du site (derrière film et video)</p> <p>10 080 projets réussis, taux de réussite 66% en 2015</p> <p>Contribution moyenne : 49 euros (projets solidaires 41 euros)</p> <p>Le plus gros projet financé à ce jour : Noob (film de 'geeks') avec 681 046 euros collectés.</p> <p>Octobre 2015 : le projet porté par SOS Méditerranée et Médecins du Monde, soutenu par la BNP a plus que doublé les objectifs de 100k pour les migrants et atteint</p>	<p>+500,000 personnes sur le site (<i>Fév.2016 555,917</i>)</p> <p>21 Millions d'euros collectés depuis 2007</p> <p><i>+22 millions d'euros indiqués sur le site début 2016</i></p> <p>Thématique solidaire un peu moins présente, mais de beaux projets, comme ceux 'Cuisine Mode d'emploi's' porté par l'association d'insertion du chef Thierry Marx</p> <p>Taux de réussite des projets sup à 50%</p> <p>4000 euros par projet en moyenne</p>

<p>+700,000 Kissbankers (<i>Février 2016 798,956</i>)</p> <p>Newsletter envoyée tous les 15 jours, sur opt-in</p> <p>La communication pendant les projets est l'affaire des porteurs.</p> <p>Très bonne couverture médiatique</p> <p>Divers moyens de communication</p> <p>Blog</p> <p>Relais sur réseaux sociaux (Facebook =51600+ likes, <i>55,000+ en Février 2016</i>, Twitter 17000 abonnés)</p> <p>Partenariats, mise en avant 'notre sélection ' et les coups de cœur de la Banque Postale</p> <p>Partenariats avec 'A little market' pour une sélection et mise en avant (A little Kiss), sélection et mise en avant de projets par le magazine Technikart</p> <p>Nombreux événements dont POP, concours de court-métrage avec le ciémas MK2.</p> <p>Participation à de nombreuses conférences et événements du secteur</p>	<p>+700,000 Ululeurs (<i>Février 2016 : 978,768</i>)</p> <p>Newsletters thématiques sur opt-in</p> <p>Très bonne couverture médiatique</p> <p>Réseaux sociaux</p> <p>Facebook 70,000 likes (<i>75,000 Février 2016</i>)</p> <p>Twitter 19600 abonnés</p> <p>+ présence active sur LinkedIn</p> <p>Nombreux partenariats, notamment avec la BNP (sponsor Ulule Tour, soutien de projets, tels Un bateau pour les réfugiés)...</p> <p>Mise en avant de projets (projet du jour)</p> <p>Evènements en propre : 'Ulule Tour' et la Ulule Summer party</p> <p>Participation à de nombreuses conférences et événements du secteur</p>	<p>500,000 personnes sur le site (<i>Fév.2016 555,917</i>)</p> <p>Newsletter envoyée à 200,000 personnes (opt-in)</p> <p>Très bonne couverture médiatique</p> <p>Réseaux sociaux</p> <p>Facebook 62505 likes</p> <p>Twitter 7403 abonnés</p> <p>Et instagram...</p> <p>Nombreux Partenariats , dont celui avec Axa 'protéger-partager' (pour plus de détail de fonctionnement de ce programme, voir fiche individuelle plateforme)</p> <p>Evènements en propre : formations sur des salons</p>
---	---	--

<p>V. Ricordeau président et co-fondateur, est l'auteur de l'ouvrage 'Crowdfunding, le financement participatif bouscule l'économie'</p> <p>Ambassadeurs dans différents pays</p> <p>Bureaux au Canada et en Belgique</p>	<p>A Burgot, DG, est VP de Financement Participatif France.org et créateur du baromètre du Financement Participatif publié par l'association</p> <p>Plateforme accessible en 7 langues</p> <p>Paiements en euros et autres devises possibles</p>	
---	--	--

	Arizuka	BabelDoor	Culture Time
	2012	2010	2014
	<p>Mode Projet</p> <p>90% de projets portés par des associations</p> <p>Tout ou rien mais avec seuils d'étapes complétées</p> <p>Inscription sur le site pour pouvoir participer</p> <p>Frais (5% TTC si CB ou chèque) facturés séparément au porteur et 4% TTC pour les clients du Crédit Coopératif.</p>	<p>Mode Projet</p> <p>80% des projets portés par des associations</p> <p>Tout ou rien</p> <p>Inscription sur le site pour pouvoir participer</p> <p>21,684 membres</p> <p>Développement aussi d'une offre crowdsourcing (gratuite)</p> <p>Frais (5% TTC si Cb ou chèque) facturés séparément au porteur +3% frais transactions (déduits au moment libération sommes,mais faisant l'objet de factures séparées)</p>	<p>Présentation mode projet (limités dans le temps ou annuels) mais tous les fonds restent acquis</p> <p>Offre Destinée aux porteurs éligibles au mécénat</p> <p>Inscription sur le site pour pouvoir participer</p> <p>Frais 8%TTC facturés séparément au porteur</p>
	Thématiques ESS	Thématiques ESS	Tous thèmes touchés par le mécénat : culture, éducation, mais aussi solidarité

	Arizuka	BabelDoor		Culture Time
	2012	2010		2014
	<p>120 projets financés à l'été 2015</p> <p>Don moyen 60 euros hors défiscalisation, avec défiscalisation le don moyen est de 100 euros</p>	<p>342 projets complétés à l'été 2015</p> <p>777 000 euros collectés depuis 2010</p> <p>Moyenne des projets 2143 euros</p> <p>Panier moyen 54 euros</p>		<p>23 projets en cours, 11 projets ont atteint ou dépassé les objectifs</p> <p>130,000 euros collectés à l'été 2015</p> <p>Don moyen de 110 euros</p>

	Hello Asso	Alvarum
Depuis	2010 (sous le nom de MailforGood d'abord, devenue Hello Asso en 2013 avec l'intégration des services izi-collecte)	2008
Principes de fonctionnement	<p>100% associations</p> <p>Inscription obligatoire pour participer</p> <p>Permet aux associations de gérer des :</p> <ul style="list-style-type: none"> Pages de dons Projets crowdfunding Pages de collecte personnelles Don minute (<i>offre supprimée en Janvier 2016</i>) 2/ Billeterie 3/Adhésions <p>Principe de gratuité et rémunération de la plateforme au pourboire</p> <p>Toutes les sommes collectées restent acquises</p>	<p>Spécialiste Associations</p> <p>Inscription obligatoire pour participer (association et collecteur)</p> <p>3 types de services :</p> <p>I- Plateforme de collecte de dons pour les associations</p> <p>Collecte par les associations (les collectes-ci peuvent se faire de manière annuelle ou selon un mode projet, mais tous les fonds collectés restent acquis) ou par des particuliers au profit d'associations (peer-to-peer). Les pages de collecte sont activées par les personnes à l'occasion de temps forts pour elles, ou à l'occasion d'évènements au profit d'organisations caritatives.</p> <p>II- Organisation d'évènements liés au monde caritatif (le plus souvent) : Course des Héros, Marche des Lumières (marque grise), ou encore TechRun (depuis 2015)</p> <p>III- Vente de "dossards caritatifs" :</p> <p>Activité créée pour inciter des sportifs à mener un double défi sportif (la course en elle-même) & caritatif (collecte de dons pour une association) à l'occasion d'évènements marquants (tels que le Semi-Marathon de Paris, le Marathon de Berlin, ...). Le public visé rassemble essentiellement des sportifs voulant s'inscrire tardivement à l'évènement, et qui n'a pas trouvé de dossard à acheter. Pour obtenir un dossard, il leur est proposé de collecter</p>

		<p>des fonds, auprès de leurs proches, pour une des associations participante au programme.</p> <p>Pour pouvoir collecter sur la plateforme, les associations doivent être inscrites sur la plateforme. Une inscription qui se fait au moyen d'un droit d'entrée initial et unique de 290 euros HT. En contrepartie, Alvarum fournit et assure la maintenance de la plateforme de collecte, ouvre un compte bancaire de collecte pour chaque association (sur lequel seront recueillis l'ensemble des dons), répond aux questions des collecteurs et des donateurs, et délivre automatiquement à ces derniers un reçu fiscal correspondant à leur don. Lors de leur inscription, les associations donnent mandat à Alvarum pour collecter des fonds en leur nom.</p> <p>Versement des dons - Les sommes collectées restent acquises aux associations, que l'objectif de collecte ait été atteint ou non.</p>
Thèmes	Tous thèmes	Tous thèmes. Les causes médicales sont très présentes

	Hello Asso	Alvarum
Depuis	2010 (sous le nom de MailforGood d'abord), qui est devenue Hello Asso en 2013	2008
Chiffres clés	<p>14 Millions d'euros collectés depuis 2010</p> <p><i>Plus de 18 Millions d'euros annoncés en Février sur le site</i></p> <p>~400, 000 personnes en base (<i>dont plus de 322 000 contributeurs d'après le site début 2016</i>) et 7000+ associations inscrites</p> <p>70% activité =dons, dont pages de collecte (mais pas de détail chiffré entre activités)</p> <p>Reste activité : billetterie (15%) adhésions (15%)</p> <p>Pourboires : 4% des dons moyens</p> <p>60% des contributeurs laissent un pourboire</p> <p>Don moyen, hors pourboires 72,10 (<i>début 2016, 73 euros indiqués sur site</i>)</p> <p>Facebook : <i>+4000 Likes (2016)</i>, Twitter : <i>+6000 abonnés</i></p>	<p>40 Millions d'euros collectés depuis 2008, dont 8M d'euros pour la Course des héros</p> <p>400 à 500,000 personnes en base</p> <p>1000 associations inscrites</p> <p>Facebook : +9400 likes pour la Course des héros</p> <p>Twitter : +1400 abonnés</p>

	GivExpert	iRaiser
Depuis	2008-2013 = izi-collecte (cédé à Hello Asso) 2013 = GivExpert	2012
Principes de fonctionnement	<p>Editeur d'applications logicielles en ligne Saas</p> <p>Pour grosses associations, fondations, hôpitaux, universités...</p> <p>Modules de :</p> <p>Formulaires de dons (certains pouvant prendre les codes projet crowdfunding)</p> <p>Application Peer to Peer : Friendraising</p> <p>+ organisation de la Coures 'Raise for Gift' à Geneve avec l'association Swiss Gifts, pour faire connaitre l'application friendraising aux associations</p> <p>Mise en service à partir de 2500 euros+Abonnements à partir de 150 euros par mois. Facturation séparée des frais</p>	<p>Editeur d'applications logicielles en ligne Saas</p> <p>Pour (grosses) associations, toutes structures habilitées à recevoir des dons.</p> <p>Divers modules de collecte :</p> <p>Plateforme de paiement (gestion des dons, adhésions, parrainages) 85% activité</p> <p>Autres (15% activité) : Pages Personnelles de collecte</p> <p>Landing pages, Pétitions, Emails</p> <p>Mise en service À partir de 2000 euros +Abonnements +160 euros/mois. Facturation séparée des frais</p>
Points clés	Solutions logicielles et fonctionnement en marque blanche sont au cœur du métier	Solutions logicielles et fonctionnement en marque blanche sont au cœur du métier

	GivExpert	iRaiser
Depuis	2013 en tant que Givexpert (de 2008 à 2013: logiciel Izi Collecte)	2012
Chiffres clés	40aine de références clients 30 Millions d'euros collectés depuis 2013, le détail annuel des collectes n'est pas communiqué plus d'un demi-million de transactions traitées.	220 références clients 60 Millions d'euros collectés à l'automne 2015 (visent les 100 M d'ici la fin d'année)

FICHES PLATEFORMES

Fiche Récapitulative Plateforme Alvarum (octobre 2015)

Nom : ALVARUM

Personne rencontrée : Olivier Fleckinger, co-Fondateur et Président

Date de création	2008
Activités principales	<p>Aujourd'hui, Alvarum propose 3 types de services :</p> <ul style="list-style-type: none">I- Plateforme de collecte de dons pour les associationsII- Organisation d'événements liés au monde caritatif (le plus souvent)III- Vente de "dossards caritatifs" <p>I-La plateforme de collecte de dons permet aux associations de collecter des dons auprès de particuliers et d'entreprises, à travers :</p> <ul style="list-style-type: none">- des pages Associations, où chaque association présente la cause qu'elle soutient, ses buts et ses projets (sur la page, un lien "Faire un don")- des pages de Collecte, qui permettent à des Particuliers de collecter des dons (en peer-to-peer) pour des causes qui leur tiennent à coeur à l'occasion d'un événement caritatif, d'un événement sportif ou d'un défi personnel (sur la page, un lien "Faire un don") <p>I.1.Collecte par les Associations sur les pages Associations</p> <p>Les <u>Pages Associations</u> permettent une collecte permanente, tout au long de l'année (sur la page, un lien "Faire un don").</p>

I.2.Collecte par des Particuliers sur les pages de Collecte

Les Pages de collecte sont activées par des collecteurs Particuliers pour une occasion particulière et pour une durée définie :

- soit à l'occasion d'événements sportifs organisés au profit d'associations caritatives ; ex : la Course des Héros, la course Enfants sans Cancer, Odysea, ou la Marche des Lumières. A la date d'échéance fixée au départ, les collecteurs Particuliers doivent avoir atteint leur objectif de collecte fixé au départ pour pouvoir valider leur participation à l'événement.
- soit à l'occasion d'événements sportifs dont Alvarum est partenaire (les "Challenges Alvarum"), par ex. le Semi-marathon de Paris, le Marathon de Berlin, ... De même, les collecteurs Particuliers doivent atteindre un objectif de collecte fixé à l'avance pour pouvoir valider leur participation à la course.
- soit à l'occasion de défis sportifs personnels (ex : arrêt de la cigarette, ascension du Mont-Blanc, ...) ou d'événement de la vie (naissance, anniversaire, mariage, décès). Dans ce cadre de collecte spontanée, l'objectif et l'échéance de la collecte sont librement fixés par le collecteur.

Pour mobiliser autour de leur collecte, les collecteurs Particuliers relaient leur appel aux dons auprès de leurs proches en communiquant l'adresse de leur page de collecte Alvarum. Ces dons sont susceptibles de déduction d'impôts, selon la législation en vigueur. Lors de chaque don, Alvarum délivre automatiquement les reçus fiscaux au donateur, en format numérique imprimable.

Enfin, à l'occasion des événements sportifs organisés au profit d'associations caritatives (Course des Héros, Marche des Lumières, ...), les entreprises apportent souvent une contribution lorsqu'un groupe de salariés y participe.

II-L'organisation d'événements

- Alvarum organise des événements liés au monde caritatif : en marque propre (ex : Course des Héros) ou en marque blanche/grise (ex : Marche des Lumières) qui permettent aux associations, via les participants, de collecter des dons
- Plus récemment Alvarum a lancé d'autres événements festifs et/ou sportifs, qui fédèrent plusieurs centaines de participants autour d'un intérêt commun (ex : TechRun, pour l'écosystème des startups et de l'innovation, qui a rassemblé près de 700 personnes mi-octobre 2015)

	<p>III-La vente de "dossards caritatifs"</p> <p>Cette activité a été créée pour inciter des sportifs à mener un double défi sportif (la course en elle-même) & caritatif (collecte de dons pour une association) à l'occasion d'événements marquants (tels que le Semi-Marathon de Paris, le Marathon de Berlin, ...)</p> <ul style="list-style-type: none">- En s'appuyant sur des partenariats avec des organisateurs d'événements (ex : Amaury Sports pour le Semi-Marathon de Paris, ...), Alvarum met en place une bourse de "dossards caritatifs" pour animer ses "Challenges Alvarum". Le public visé rassemble essentiellement des sportifs voulant s'inscrire tardivement à l'évènement, et qui n'a pas trouvé de dossard à acheter. Pour obtenir un dossard, il leur est proposé de collecter des fonds, auprès de leurs proches, pour une des associations participante au programme. Un défi qui, du coup, est caritatif en plus d'être sportif.- Sélection et coaching de collecteurs des Challenges Alvarum : Alvarum informe, sélectionne et accompagne les participants de ces Challenges Alvarum en les encourageant et en les conseillant, pour favoriser l'atteinte de leur objectif de collecte et donc leur participation à la course
<p>Principes de fonctionnement</p>	<p>Multi-lingue : la plate-forme est disponible en quatre langues (français, anglais, allemand et néerlandais)</p> <p>Devise : les collectes se font en euros.</p> <p>Pour pouvoir collecter sur la plateforme, les associations doivent être inscrites sur la plateforme. Une inscription qui se fait au moyen d'un droit d'entrée initial et unique de 290 euros HT. En contrepartie, Alvarum fournit et assure la maintenance de la plateforme de collecte, ouvre un compte bancaire de collecte pour chaque association (sur lequel seront recueillis l'ensemble des dons), répond aux questions des collecteurs et des donateurs, et délivre automatiquement à ces derniers un reçu fiscal correspondant à leur don. Lors de leur inscription, les associations donnent mandat à Alvarum pour collecter des fonds en leur nom.</p>

	Versement des dons - Les sommes collectées restent acquises aux associations, que l'objectif de collecte ait été atteint ou non.
Associations ...	Plus de 1000 associations sont inscrites sur le site Alvarum
Peer to Peer (personne pouvant ouvrir une page pour collecter des fonds pour une association) Pages personnelles de collecte et évènements liés	Oui (voir ci-dessus) Alvarum a été la première plateforme de ce type en France, en s'inspirant et en adaptant à la France des modèles fonctionnant très bien à l'étranger (tel que Just Giving (UK))
Bilan des sommes collectées	40 millions d'€ collectés depuis 2008 (dont Course des héros : 8 millions depuis 2010) Les sommes collectées mentionnées ici sont brutes (hors frais).
2012	NC
2013	NC
2014	NC
2015	NC

Frais	<p><u>Par activité :</u></p> <p>I- Plateforme de collecte de dons pour des associations</p> <p>Droit d'inscription initial sur la plateforme Alvarum : 290 euros (payable une seule fois, à l'inscription)</p> <p>Frais appliqués aux dons :</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Frais de collecte : 5% HT (prélevés mensuellement) ● Frais bancaires : 1,9% (prélevés mensuellement)
-------	--

	<p><i>Services additionnels (sur devis) : sur demande, Alvarum peut proposer des services additionnels (par exemple : établissement d'un fichier pour réintégration de données dans une base de données externes)</i></p> <p><u>II. L'organisation d'événements</u></p> <p>Les conditions tarifaires sont spécifiques à chaque événement. Pour en savoir plus, consulter Alvarum.</p> <p><u>III. La vente de dossards caritatifs</u></p> <p>La vente de dossards caritatifs est spécifique à chaque événement et comprend:</p> <ul style="list-style-type: none"> - des frais de mise en place sur le site internet dédié (350€ HT) - la réservation d'un contingent de dossards par l'association - l'achat optionnel d'une prestation de visibilité - l'achat optionnel d'une prestation d'activation téléphonique, i.e. le processus de conviction par téléphone permettant la conversion de contacts qualifiés en coureurs/collecteurs
Reçus Fiscaux	<p>Pour les associations d'intérêt général, les RF peuvent être émis, envoyés au donateur par Alvarum via email, si elles le souhaitent.</p> <p>Montant apparaissant sur le RF = montant du don</p>
Données	<p>Données déclarées à la CNIL (n° déclaration : 1255416)</p> <p>Les données sont conservées par Alvarum (de 400.000 à 500.000 contacts en base), et non cédées à des tiers.</p>
Autres	<p>Intégration avec réseaux sociaux pour favoriser la diffusion des pages de collecte, par les collecteurs, auprès de leurs proches.</p> <p>Beaucoup de travail autour de l'ergonomie de l'utilisation mobile, en fort développement.</p>

Notoriété	<p>1000 associations inscrites</p> <p>400.000 à 500.000 contacts en base</p> <p>La plateforme bénéficie d'un bouche à oreilles important et d'une forte légitimité au sein du milieu associatif.</p>
Visibilité de la plateforme	<p>La plateforme, organisatrice de la Course des héros, bénéficie de la visibilité associée. Son nom apparaît également dans le cadre d'évènements en marque grise, comme la Marche des Lumières.</p> <p>Présence internationale : la plateforme se développe également à Berlin (marathon).</p> <p>Couverture médiatique nationale et internationale</p> <p>Participation de la plateforme à de nombreux réseaux entrepreneuriaux.</p> <p>Présence réseaux sociaux (nous y relayons la communication concernant les Challenges Alvarum, c'est aussi un espace fédérateur pour les participants des événements).</p> <p>Facebook : +5700 likes</p> <p>Twitter : 2319 abonnés</p>

Fiche Récapitulative Plateforme

Nom : ARIZUKA

Données collectées entre Juillet et (ajouts et validations 17/09) Septembre 2015

Personne rencontrée : Fabrice Carrega, Président

Date de création	2012 Entrée du Crédit Coopératif au capital en 2014
Activités principales	<ul style="list-style-type: none"> - Crowdfunding pour l'innovation sociale, solidarité et le développement durable (=toute sphère ESS) - Technologie crowdfunding commercialisée en marque blanche sous l'appellation 'EasyCrowd' - Possibilité de marque grise pour les fédérations d'associations ou tout type de structure de l'ESS portant de multiples projets (=Arizuka et fédération,Coordination Sud (en cours de préparation) par exemple)
Principes de fonctionnement	<p>Plateforme Arizuka : codes du crowdfunding (projets, objectifs, jauges d'avancement)</p> <p>Logique projet</p> <p>Porteurs de projets : la plateforme n' a pas vocation à financer des projets portés par des particuliers. Cela arrive mais c'est plutôt marginal. 90% les porteurs de projets sont des associations. Le but des projets doit être d'intérêt général, les thèmes touchent l'ESS (ex : festivals solidaires, monnaies locales, jardins partagés, projets en lien avec la cop21, projets vivre autrement locaux... la portée peut être locale, nationale ou internationale (cf. projet soutien de la Communauté de la Moya).</p> <p>Sélection et accompagnement des porteurs de projets par la plateforme (conseils pour la présentation, le plan de communication, les contreparties, la fidélisation de la communauté) : ces prestations sont couvertes par les frais de plateforme (5% TTC, frais bancaires compris)</p> <p>Jauges d'avancement</p> <p>Projets à durée déterminée (90 jours max, 45-60 jours en moyenne)</p> <p>Principe du tout ou rien (avec des systèmes de seuils intermédiaires permettant de 'décomposer' les projets en grandes étapes clés et de pouvoir reverser lorsque le projet arrive à échéance, les sommes correspondant aux étapes complétées.</p>

	<p>Paiement sécurisé via un système de porte-monnaie électroniques (PSP : S-MONEY, filiale de BPCE, soumis à la réglementation française, pas de dépôts de fonds au Luxembourg). Le visiteur peut devenir utilisateur en s'inscrivant (création de profil). Il peut ensuite faire une ou des contributions aux projets : un don sur un projet crée un compte nominatif utilisateur (porte-monnaie), dont le montant est reversé sur le porte-monnaie électronique du porteur de projet seulement à échéance et atteinte au moins partielle cf. étape complétée du projet.</p>
<p>Associations ...</p>	<p>90% des projets sur la plateforme sont portés par des associations.</p> <p>Soit, par déduction (90% de 120 –nbe à confirmer voir plus bas ?) ~100 associations inscrites sur le site</p> <p>S'adresse à des associations : apolitiques, non prosélytes</p> <p>Très peu de particuliers, il y aussi des projets portés par des entreprises de l'économie solidaire</p> <p>Pièces à fournir à l'inscription : statuts de l'association, pièce d'identité du dirigeant, personne organisant la collecte</p>
<p>Peer to Peer (personne pouvant ouvrir une page pour collecter des fonds pour une association) Pages personnelles de collecte et évènements liés</p>	<p>A priori non, la plateforme est sur des projets crowdfunding dont les fonds sont dédiés à des projets. Ce type de page sera lancée courant 2016.</p> <p>un projet comme celui complété pour la communauté de la Moya est classé en crowdfunding : les fonds sont dédiés à un projet...).</p> <p>Pour ce projet en particulier, les fonds ont été versés à l'association. Les bénévoles avaient une autorisation de la part de l'association pour collecter des fonds. Les projets présentés par ATD Quart Monde sur la plateforme fonctionnent de la même manière. Arizuka préfère toujours traiter avec des personnes morales.</p> <p>Par ailleurs : au tout début d'un partenariat avec 'Jogg in' application mobile liant coureurs et projets (expérimentation en cours, à terme : mobilisation de runners autour de courses solidaires)</p>
<p>Quelques chiffres clés</p>	<p>Age moyen des donateurs (arizuka+easycrowd) 42 ans</p> <p>120 projets financés depuis le démarrage de la plateforme (en septembre 2015)</p> <p>Don moyen 60 euros Hors défiscalisation. Lorsqu'il y a défiscalisation on est sur un montant moyen du don aux alentours des 100 euros.</p>

Bilan des sommes collectées Arizuka	Plus de 200k collectés en cumulé au total depuis le démarrage
2012	NC
2013	NC
2014	NC
2015	NC

Frais	<p>5% TTC plateforme si paiements chèque et CB</p> <p><i>Depuis 2016 : 4% pour les clients Crédit Coopératif</i></p> <p>Si le soutien passe par Paypal, il faut ajouter les frais de PP en plus (3%). utilisation de paypal toutefois peu encouragée par la plateforme.</p> <p>Les frais sont facturés de manière séparée, les associations reçoivent 100% des dons (cf système de porte-monnaie électroniques)</p>
Délais	<p>Sélection : 1 à 3 jours (avec demande de pièces justificatives)</p> <p>Accompagnement en amont : 1 mois en moyenne, conseils, point d'étape avant lancement du projet, a minima un point hebdo pendant le projet et débriefing systématique en fin de projet.</p> <p>Durée de la collecte en ligne : 45 jours-60 jours</p>
Reçus fiscaux	<p>Service intégré d'émission de reçus fiscaux pour compte de tiers</p> <p>RF portent sur totalité du don</p>
Données	<p>Les données des utilisateurs (visiteurs ayant créé un profil) déclarées à la CNIL (le site indique aussi un hébergement Amazon). Elles sont conservées par Arizuka, la plateforme s'engage à ne pas les commercialiser.</p> <p>Le porteur de projet est juridiquement propriétaire de sa base de donateurs : Les données des contributeurs sur un projet sont transmises au porteur de projet, notamment pour le bon suivi des communications, contreparties (et envoi de reçus fiscaux si elles préfèrent le faire elles-mêmes)</p> <p>Les données peuvent être extraites au format CSV, Arizuka peut si besoin préparer des extraction ad hoc (la plateforme n'a à ce jour pas eu la demande mais est disposée à l'étudier le cas échéant)</p>
Utilisation de la technologie en marque blanche	Oui

	<p>EasyCrowd : technologie crowdfunding développée par Arizuka, commercialisée en marque blanche depuis 2013. www.easycrowd.net</p> <p>Modalités : engagement minimum 1 an avec paiements mensuels (versement de 2 mois au démarrage), puis résiliation possible avec un préavis de 3 mois</p> <p>Références :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Arizuka - Koomfunding (crowdfunding de projets solidaires à portée locale, abondés par une entreprise, comme par exemple Nature et Découvertes ou Simply Market) - Smalaandco : crowdfunding de projets au Maghreb - PocPoc : projets menés par le collège coopératif de l' Ile de la Réunion - Wweeddo : plateforme dédiée aux projets des jeunes (initiative Scoléoo, portail mutualisé d' associations de parents d'élèves) - Myprofilart : crowdfunding de projets créatifs et artistiques - Cercle Rouge : plateforme de prévente d'œuvres d'art - Les Mécènes des Métiers d'Art : plateforme dédiée aux métiers d'art et à l'artisanat - WideTrip : plateforme dédiée au tourisme - Une plateforme en cours de lancement pour une congrégation religieuse - Une plateforme en cours de lancement pour une banque régionale
Notoriété	Cf nombre de projets, nbe d'associations inscrites + éléments de visibilité
Visibilité de la plateforme	<p>Couverture media/presse régulière depuis la création</p> <p>Tour de France en région 2015 avec les maisons des associations http://www.arizuka.com/fr/news/agenda-des-nos-evenements-de-juin et dernières dates sur page Facebook</p> <p>Participation à de nombreux débats et conférences dont dernièrement Septembre 2015 stand et débat Fête de l'humanité, Forum Convergences...</p> <p>Présence et relais des projets sur réseaux sociaux, Facebook (1000+ likes), Twitter (2000+ abonnés), Google+ (43600+vues)</p> <p>Newsletter (diffusée auprès de 2000 personnes, sur opt in uniquement)</p>

Fiche Récapitulative Plateforme

Nom : BABELDOOR

Personne Rencontrée : Hortense Garand, présidente Babeldoor et Co-dirigeante de MIPISE (à partir de mi Septembre)

Date de création et historique rapide	Créée en 2010, une des premières plateformes de crowdfunding solidaires en France Siège dans le 77
Activités principales	Plateforme de financement participatif et solidaire, opérant en France et en Belgique. Activités de : Crowdfunding Et Crowdsourcing (depuis 2015), pour mobiliser internautes autrement que par des contributions financières
Principes de fonctionnement	<p>Codes du Crowdfunding :</p> <p>Logique projets</p> <p>Porté par : tout porteur (individuel, association, entreprise ESS), résidant fiscalement en Europe (dans les faits : projets en France et en Belgique)</p> <p>Babeldoor s’est spécialisée sur tous les projets avec un but d’utilité sociale justifiée, l’impact peut être local, national ou international.</p> <p>Cadre temporel : en moyenne 45 jours (jusqu’à 3 mois possible)</p> <p>Objectif budgétaire ‘raisonnable’ (la moyenne des projets se situe à 2k)</p> <p>Jauges d’avancement</p> <p>Principe du tout ou rien : les fonds ne sont versés au porteur de projet qu’en cas d’atteinte du minimum à la date d’échéance du projet On peut dépasser les montants- dans le cadre temporel initialement imparti.</p> <p>Affectation des dons aux projets (principe qu’il est mieux de respecter pour maintenir la confiance).</p> <p>La plateforme fonctionne avec la technologie MIPISE, fournisseur de solutions crowdfunding en marque blanche, qui alimente aussi d’autres plateformes de crowdfunding.</p> <p>Les dons se font désormais via un système de porte-monnaie électronique (PSP : Lemonway, le donateur s’inscrit et verse sur un porte monnaie électronique, nominatif. Les fonds ne sont versés des porte-monnaies électroniques individuels vers le compte du porteur de projet- qu’en cas d’atteinte des objectifs, sinon ils sont remboursés au donateur) Toutes les créations de portemonnaie électronique sont opérées par Babeldoor auprès de Lemonway les porteurs de projets ne sont jamais en relation directe avec le PSP</p> <p>(au début la plateforme fonctionnait avec des comptes bloqués au Crédit Coopératif).</p> <p>Les collectes se font en euros</p>

	<p>La plateforme sélectionne les projets en amont, rassemble les pièces justificatives, aide les porteurs de projets à formaliser leur présentation, à réfléchir sur leur plan de communication, les contreparties à offrir, et offre un support technique pour la mise en ligne. Une fois le projet en ligne, la plateforme ne communique pas avec les donateurs, mais avec les porteurs de projets. Ces prestations sont incluses dans la commission de 5% plateforme (voir frais plus loin)</p> <p>Crowdsourcing : gratuit</p> <p>Le porteur de projet décrit ses besoins, dans un cadre temporel.</p> <p>Le bénévole potentiel s'inscrit avec ses coordonnées pour proposer de l'aide et être recontacté</p>
<p>Quelques chiffres clés</p>	<p>342 projets complétés à l'été 2015</p> <p>777 000 collectés au total (625,000 redistribués une fois déduction faite des frais)</p> <p>La plupart des projets sont en dessous de 10K (en moyenne 2143 euros)</p> <p>Le panier moyen est de 54 euros ; ici :le panier moyen est calculé sur la totalité des dons depuis la création de la plateforme que les dons aient été ensuite remboursés ou affectés au projet (échec ou réussite de la collecte)</p>
<p>Associations ...</p>	<p>80% des projets sur la plateforme sont portés par des structures de type associatif, ou écoles, ou hôpitaux (soit ~260 associations inscrites ?), et quelques entreprises ESS, 20% sont portés par des personnes, par ex. des étudiants porteurs de projets solidaires.</p> <p>Les associations étudiantes de Cergy sont particulièrement dynamiques.</p> <p>Pour les associations : Babeldoor demande les pièces justificatives suivantes : inscription au JO, déclaration en préfecture, copie des statuts et pièces d'identité de la personne physique dirigeant l'association.</p> <p>Ces pièces sont validées par le PSP, Lemonway.</p>
<p>Peer to Peer (personne pouvant ouvrir une page pour collecter des fonds pour une association)</p> <p>Pages personnelles de collecte et évènements liés</p>	<p>Pas de collecte de type page personnelle (pouvant collecter pour une cause) en règle générale, les contrats, liens se faisant davantage avec les associations. Cependant, des exceptions sont possibles, avec l'autorisation donnée, pour des collectes inférieures à 2000 euros, et/ou dans le cadre de projets très ciblés, de laisser des tiers, particuliers, collecter, au profit d'associations : la plateforme le propose alors au compte-goutte pour des associations basées à l'étranger par exemple pour la fondation Sol en casa basée en Bolivie dont la fondatrice vit une partie de l'année sur place mais est d'origine française : c'est elle qui gère les collectes de fonds sur son compte bancaire en France car l'ouverture d'un compte de paiement pour un établissement bolivien est compliquée – sinon il peut arriver qu'une personne physique membre d'une association gère la page de collecte mais le bénéficiaire qui est rattaché au projet est bien l'association elle-même...La plateforme dissocie la notion de porteur de projet et de bénéficiaire, ce qui permet à des associations non habituées du net de se reposer sur les compétences de personnes qui maîtrisent bien l'animation de campagne. La personne doit alors fournir alors le nom, l'adresse postale complète et l'adresse mail de l'association, qui devra, elle, s'inscrire sur la plateforme, créer un compte et fournir les pièces justificatives afin de pouvoir collecter l'argent en fin de campagne réussie.</p>

Bilan des sommes collectées	777000 collectés depuis la création, qui se répartissent Avant 2012 : 90 000
2012	Demandés par FG pour un baromètre 90 000
2013	Demandés par FG pour un baromètre 180 000
2014	Demandés par FG pour un baromètre 200 000
2015 (automne)	Demandés par FG pour un baromètre 217 000
Frais	Projets crowdfunding : 5% (Babeldoor)+ 3% de frais de transaction Les frais sont déduits au moment de la libération des fonds Le versement des dons et la facturation des frais sont bien séparés Toutes les opérations sont tracées Crowdsourcing : gratuit
Reçus Fiscaux (RF)	Le site indique : La gestion des RF est de la responsabilité des bénéficiaires de la collecte (associations d'intérêt général). Les RF portent la totalité du don
Délais	Inscription et mise en ligne des projets : 48h à 3 mois , selon le degré de préparation et de maturité des associations et projets. Durée maximale du projet en ligne : 120 jours, 100 jours en moyenne Libération des sommes (des porte-monnaies électroniques) vers le porteur de projet : dans les 24-48h, après réussite du projet dans les temps (pas de libération en cours de route).
Données	Déclarées à la CNIL La plateforme s'engage à ne pas les céder Fichier excel, csv transmis à la fin du projet Mais fichier téléchargeable aussi en cours de projet (pour faciliter les communications, et notamment pour le bon renseignement des adresses en prévision de l'envoi de contreparties)
Mobilisation	Partage projet sur facebook et réseaux sociaux (twitter) Le site donne aussi des conseils pour communiquer sur le projet (publication de nouvelles...), et faire de ses amis des ambassadeurs (=relais d'opinion) du projet Bientôt : impression flyer projet possible à partir du site
Communication	La plateforme communique peu avec les donateurs dans le cadre des projets, la communication projet est de la responsabilité du porteur de projet. Des messages automatiques peuvent être générés lors de l'inscription, lors des phases du projet, et pour signaler l'état d'avancement du projet.

<p>Marque blanche</p>	<p>Rapprochement entre Babeldoor et MIPISE, permettant à Babeldoor de distribuer la technologie Mipise en marque blanche (en s'appuyant aussi sur son expérience de plateforme)</p> <p>Concernant l'offre en crowdfunding de Mipise et l'adaptabilité technique et comptabilité avec autres systèmes et notamment BDD des structures: une intégration est possible mais facturée en plus de l'abonnement -les plateformes mipise sont plutôt conçues pour être autonomes mais il est possible d'utiliser une plateforme simplement pour éditer des projets qui sont ensuite intégrés sur les pages d'un autre site externe - deux clients utilisent ce modèle.</p> <p>possibilité de pages de dons, pages de collectes en marque blanche pour les associations: Mipise s'adresse essentiellement à des structures (associations/fondations) souhaitant propulser leurs propres collectes/projets auprès de leur propre communauté. Elle fournit des sites complets en marque blanche qui peuvent être personnalisés aux couleurs d'une association. Il est possible d'ouvrir un site pour une campagne unique (un paramètre permet de développer une plateforme en mode restreint à une seule collecte) mais l'offre s'adresse surtout à des organisations souhaitant développer un important catalogue de projets.</p> <p>Une fois la plateforme ouverte de nombreux modes de collecte peuvent être paramétrés : personne pouvant mobiliser d'autres personnes et collecter pour une association (porteur de projet différent du bénéficiaire)/ associations collectant avec reçus fiscaux ou sans , avec objectif à atteindre ou sans, avec durée limitée ou illimitée. Les sites sont donc adaptés pour pratiquement toutes les typologies de collectes, en don, en prêt sans intérêt ou avec intérêt, en actionnariat participatif.</p> <p>Depuis 2015 Mipise a commencé à développer d'autres typologies de sites d'intermédiation en crowdsourcing, permettant à une fondation par exemple de développer aussi bien des actions de mécénat participatif financier, de mécénat en nature ou de mécénat de compétences sur sa propre plateforme - pour exemple :</p> <ul style="list-style-type: none"> • le site de <u>mécénat participatif financier</u> de la Fondation Club Méditerranée : https://www.amisfondationclubmed.com/fr • le site d'<u>appel à projet</u> de la Fondation Deloitte : https://prixfondationdeloitte.mipise.com/fr/menu_item_pages/196 • le site de <u>volontariat/ mécénat de compétences</u> de la Fondation Nexans qui vient d'être lancé : https://www.volunteers-fondationnexans.com/fr
<p>Notoriété</p>	<p>~260 associations et entreprises ESS ayant mené une campagne (chiffre déduit à partir du nbe de projet et de la proportion portée par associations)</p> <p>334 projets complétés à ce jour</p> <p>21 684 membres, personnes inscrites sur la plateforme</p>
<p>Visibilité de la plateforme</p>	<p>Babeldoor n'a pas les moyens d'organiser des événements en propre, mais jouit d'un bon bouche à oreilles dans le secteur (cf acteur historique du secteur, très présent dans les réflexions précédant la loi, présence aux conférences et citations dans articles de blogs)—et d'une communauté qui suit fidèlement ses projets.</p> <p>La plateforme a quitté finpart en raison d'une augmentation de 100% de ses droits d'inscription et jugeant que ces frais étaient inacceptables au regard du peu de considération pour les « petits » acteurs et l'absence totale de services ou d'avantages auxquels le paiement de la cotisation donne droit. Elle participe néanmoins toujours au baromètre.</p>

Points forts mis en avant par la plateforme

Positionnement et connaissance du secteur de la solidarité : communauté babeldoor, catalogue cohérent de projets

Côté artisanal : petite structure, liens et communication entre porteurs de projet et la plateforme

Fiche Récapitulative Plateforme

Nom : CULTURE TIME

Personne rencontrée : Laurence BOURSICAN, associée fondatrice

Date de création	Mai 2014
Activités principales	Mécénat participatif grand public, pour des projets pouvant bénéficier du dispositif mécénat ' j'aime je mécène'
Principes de fonctionnement	<p>Culture Time s'appuie sur la loi d'Aout 2003 relative au mécénat des associations et fondations, et sélectionne uniquement des projets de structures pouvant rentrer dans ce cadre. En cas de doute, le site de Culture Time donne des informations sur la procédure de rescrit fiscal à suivre.</p> <p>La plateforme opère en France, et les dons sont principalement en euros (zone SEPA), sans exclusion des autres devises.</p> <p>La plateforme sélectionne les projets, et fournit des services d'accompagnement et de coaching en amont. Elle apporte ses conseils pour le plan de communication pendant les campagnes, et sert aussi de relai de communication (visibilité projets dans sa newsletter et ses réseaux sociaux).</p> <p>Tout le monde peut devenir mécène, à partir d'un don de 5 ou 10 euros minimal (seuil recommandé par la plateforme). Les entreprises et personnes morales peuvent également réaliser des dons en mécénat sur la plateforme, un espace leur est réservé sur chaque page projet.</p> <p>Les dons en mécénat des particuliers sont libres et acquis au porteur de projet, même en cas de non atteinte de l'objectif fixé (pas de seuil de « tout ou rien »), ils ne sont pas transférables d'un projet à un autre., et comme ils sont faits au profit de structures éligibles au mécénat-la plupart d'entre elles étant déjà d'intérêt général, ces dons peuvent (ce n'est pas obligatoire, le donateur peut y renoncer) donner lieu à un reçu fiscal.</p> <p>Les avantages fiscaux sont ceux applicables-en France- au régime des particuliers (=66% dans la limite de 20% du revenu imposable ou pour les personnes ISF, certains dons peuvent faire l'objet d'une réduction de 75% de l'ISF dans une limite de 50,000 euros annuels, non cumulable avec réduction sur l'IR)</p> <p>Selon la loi sur le mécénat, les contreparties, libres et non obligatoires, ne doivent pas dépasser 25% du don, dans une limite de 65 euros pour les donateurs particuliers..</p>

	<p>Partenaire Paiements Sécurisés (PSP agréé par l'ACPR) : Lemonway , principe de compte séquestre ségrégué (pour porteur de projet, reversé intégralement en fin de campagne)</p> <p>Logique projets</p> <p>2 possibilités : Projets à durée déterminée dans le temps (6 semaines à 3 mois), ou Projets annuels 'e-donation'</p> <p>Mais pas de tout ou rien : les dons sont libres et acquis au porteur de projet.</p> <p>Contreparties : La plateforme conseille et fait attention aux contreparties proposées par les porteurs de projet par rapport aux dispositions de la loi sur le mécénat</p>
Associations ...	<p>Présentes sur la plateforme, tout comme les fondations, fondations d'entreprises...</p> <p>Le critère d'éligibilité étant : les projets doivent être portés par des structures pouvant bénéficier de mécénat (= projets culturels, mais aussi hôpitaux, éducation, universités, collectivités...), Culture Time examine et sélectionne les projets sur cette dimension, et également sur les qualités participatives propres au projet.</p> <p>La diversité des projets est une qualité importante. Les projets non respectueux sont toutefois exclus par les conditions générales.</p> <p>Les structures porteuses de projet doivent s'enregistrer sur la plateforme (et fournir un certain nombre d'éléments et pièces justificatives, statuts. Culture Time nous indique que la déclaration préalable en préfecture n'est plus obligatoire depuis cet été (le décret d'application était en cours à mi Septembre), copie d'identité dirigeant, preuve de l'éligibilité au mécénat...+ éléments financiers dont RIB pour création de compte).</p>
Peer to Peer (personne pouvant ouvrir une page pour collecter des fonds pour une association) Pages personnelles de collecte et évènements liés	<p>Possibilité de collecter pour une association : ex. projet en cours du groupe Emurgence au profit de l'association Perce-neige (projet éducatif, médiation animal/autisme) L'association est la structure bénéficiaire du mécénat participatif et des fonds collectés, ceci est présenté de manière transparente sur la page projet sur la plateforme.</p> <p>La plateforme suggère aux porteurs de projets sinon d'identifier et de s'appuyer sur des ambassadeurs pour faire connaître leur projet de mécénat participatifs, mais ceux-ci sont essentiellement des relais d'opinion (=logique différente du peer to peer fundraising)</p>
Quelques chiffres clés pour la plateforme	<p>23 projets et 21 programmes annuels financés à l'été 2015 (depuis la création de la plateforme), représentant 130,000 euros collectés.</p> <p>11 projets sur ces 23 ont atteint ou dépassé leurs objectifs</p> <p>Septembre 2015 : 23 projets en cours</p> <p>Dons moyens de 110 euros sur les projets</p>
Bilan des sommes collectées	130,000 euros collectés à l'été 2015
2012	NA
2013	NA

2014	Si possible détail
2015	

Frais	<p>8% HT 'all inclusive' (utilisation de la Plateforme et frais bancaires, même tarif quelque soit le moyen de paiement chèque, CB...) ne fonctionnent pas avec Paypal.</p> <p>Services optionnels (Plan de campagne et coaching) , facturés en sus.</p> <p>Les frais ne sont pas à la charge des mécènes, 100% des dons sont reversés, et la facturation des frais se fait de manière séparée au porteur de projet.</p>
Reçus Fiscaux	<p>Le document est émis et signé par le représentant habilité de l'organisation qui a été bénéficiaire du don. Culture Time n'est pas le bénéficiaire du don, donc il ne signe ni n'émet de reçu fiscal, mais il veille à ce que le donateur reçoive de manière efficace dans son espace mécène (plateforme fournit interface au porteur de projet pour l'émission du RF et s'assure du suivi).</p> <p>Le RF indique la totalité du don fait par le mécène</p>
Données	<p>Déclarées à la CNIL</p> <p>Le nom et l'adresse sont obligatoires pour pouvoir permettre l'émission de reçus fiscaux, un avatar est possible pour la partie visible en ligne pour préserver l'anonymat d'un don. Les données de leur campagne sont disponibles en ligne en temps réel pour les structures porteuses de projet pour pouvoir tenir leurs engagements.</p>
Recrutement	1600 personnes inscrites sur la plateforme
Mobilisation	<p>Culture time prodigue des conseils pour la mobilisation autour des projets (théorie des 3 cercles...)</p> <p>Intégration avec réseaux sociaux principaux (Facebook) et fonctionnalités de partage</p>
Communication	<p>Diffusion de la newsletter après de 4000 cibles identifiées (et envoi uniquement à celles des personnes inscrites sur le site qui ont opté pour cette option)</p> <p>La plateforme communique aussi régulièrement via son blog, ses comptes réseaux sociaux (fcb, linkedin, twitter...).</p> <p>Dans le cadre des projets, la communication auprès des mécènes se fait par le porteur de projet (communications personnalisées dans les espaces mécènes individuels respectifs)</p>

Notoriété	<p>50aine de structures inscrites, dont certaines fédérant autour de noms connus (cf programme Estivales en Médoc ou Osez le mécénat musical, porté par OSE et le chef d'orchestre Thierry Kwaka ou le projet Tous pour Twiga du Muséum de la Ville de Toulouse...)</p> <p>1600 personnes inscrites sur la plateforme dont au moins 1200 mécènes actifs qui ont réalisé un don.</p> <p>130,000 euros collectés depuis mai 2014</p> <p>4000 cibles pour la newsletter</p>
Visibilité de la plateforme	<p>Membre actif de l'association Financement Participatif France</p> <p>Participation à des salons professionnels financement participatif et salons culturels, conférences et ateliers (AFF, CLIC France, ...).</p>

Fiche Récapitulative Plateforme

Nom : GiveXpert

Personne Rencontrée : Alexandre AYAD, Président

<p>Date de création et historique rapide</p>	<p>Les fondateurs de GiveXpert ont créé IZI-collecte en 2008, qui a été cédé à Mailforgood en 2013 (désormais HelloAsso). Ils se concentrent désormais sur le développement de nouvelles applications en ligne de collecte destinées aux grandes associations et fondations..</p>
<p>Activités principales</p>	<p>Editeur d'applications logicielles en ligne (Saas), pour des activités de fundraising et liées (cadre : activités licites, faisant appel à la générosité du public, organisations sans but lucratif Associations, fondations, universités, diocèses, hôpitaux, congrégations... :</p> <p>Formulaires de dons :</p> <p>Personnalisables, adaptables</p> <p>Collectes de dons ponctuels et réguliers</p> <p>Large choix moyens de paiement (CB, signature de mandat SEPA, chèques.</p> <p>Multi-lingues, multi-devises possibles</p> <p>Responsive tablettes et mobiles</p> <p>Interface et support client</p> <p>Espace donateur : utilisable par la structure pour lui permettre d'éditer ses reçus fiscaux (pdf)</p> <p>Pages d'atterrissage et mosaïques de projets (type crowdfunding)</p> <p>Application Peer-to-peer 'Friendraising'</p> <p>Permettant collectes individuelles, par équipe ou par projet (codes crowd funding, mais voir ci-dessous : toutes sommes collectées sont acquises aux structures).</p> <p>Comme pour le don : multi-lingues, devises.</p> <p>Responsive tablettes et mobile.</p> <p>Individuelles ou intégrables sur facebook</p> <p>Pages d'atterrissage multi-campagnes</p>
<p>Principes de fonctionnement</p>	<p>Solutions logicielles hébergées, avec une formule d'abonnement mensuel (à partir de 150 € h.t./mois)</p> <p>Les sommes collectées sont directement versées aux associations sur leur compte sans commission, ni frais fixe par transaction. Paiement par Paypal également possible.</p>

	<p>Pour A. Ayad l'activité de GivExpert ne s'agit pas de crowdfunding, mais bien de fundraising :</p> <p>S'adresse à des structures de type association ou fondation, il n'y pas de principe de seuil ou de tout ou rien, toutes les sommes collectées sont reversées.</p> <p>L'affectation des dons à un projet ou non dépend de la structure</p> <p>Il n'y a pas de % (ce qui irait contre les principes du Comité de la Charte), mais une facturation séparée des frais, sous forme d'abonnement pour l'hébergement et la maintenance.</p> <p>Les contreparties- si elles existent- sont de la volonté de la structure et ne peuvent être que symboliques par nature</p> <p>La structure peut présenter des pages avec les codes du crowdfunding (jauge, projet dans le temps), mais dans le fond le principe reste inchangé, et toutes les sommes collectées vont aux structures.</p>
Associations ...	<p>GiveXpert ne s'adresse pas au grand public, ses clients sont les associations, fondations, ou toute autre structure habilitée à recevoir des dons. Dans les faits toutes les structures clientes sont d'intérêt général et habilitées à émettre des RF.</p> <p>40aine de références grosses associations, fondations, dont la Fondation de France, Handicap International, l'AFM Téléthon et Action contre la Faim. Une 30aine de ref. en France, le reste en Suisse.</p>
Peer to Peer (personne pouvant ouvrir une page pour collecter des fonds pour une association) Pages personnelles de collecte et évènements liés	<p>Oui. Application Friendraising</p> <p>GiveXpert participe également à l'organisation de la course Raise for Gift, à Genève : 150 coureurs en 2014, 520 coureurs en 2015, 196 349 CHF francs suisses collectés pour 22 organisations.</p> <p>Frais d'inscription de 35 CHF pour les participants, inscription via application, et création automatique d'une page de collecte au profit de l'organisation choisie (objectif de 300 CHF pour pouvoir participer).</p> <p>L'accès à l'application est inclus pour les associations participantes dans le cadre de cet évènement .</p>
Bilan des sommes collectées	<p>Environ 30 Millions depuis 2012, mais pour GiveXpert les sommes collectées ne sont peut-être pas un bon critère de benchmark pour les solutions logicielles comme la leur : les sommes collectées dépendent entièrement des efforts des associations, et ne sont pas liées au logiciel de collecte qui n'est qu'un outil.</p>

	Un nombre de transactions serait plus adéquat car avec plus d'un demi-million de transactions traitées les solutions logicielles sont éprouvées.
2012	Détail demandé par FG si possible
2013	Détail demandé par FG si possible NC
2014	Détail demandé par FG si possible NC
2015	Détail demandé par FG si possible NC

Frais	<p>Mise en service :</p> <p>Entre 2500 et 4500 euros selon les modules activés.</p> <p>Puis 150 euros/mois pour la maintenance : le nombre de pages est illimité, les frais comprennent un support technique (tel, mail) et une garantie de service (les applications sont toujours disponibles en ligne) : aucun frais n'est déduit des montants collectés, mais l'abonnement fait l'objet d'une facturation séparée.</p> <p>Si une structure souscrit aux deux applis (dons et peer to peer) elle bénéficie d'un frais de mise en service réduit et d'un abonnement mensuel unique.</p> <p>Les services d'audit et d'optimisation de la conversion en ligne sont des prestations complémentaires fournis sur la base du temps/homme d'intervention avec un tarif journalier compris entre 425 et 625 euros/jour.</p> <p>Les frais bancaires sont facturés mensuellement directement par les banques, il s'agit d'une commission qui dépend du nombre de transactions et du montant moyen, ainsi que des relations de la structure (association ou fondation) avec sa banque.</p>
Reçus fiscaux	<p>Possibilité de faire émettre ses reçus fiscaux par les applications GiveXpert (option payante) (le donateur peut alors les télécharger en pdf dans son espace donateur)</p> <p>Il est également possible de réintégrer les sommes collectées par chèque et de générer des reçus fiscaux pour ceux-ci dans l'application.</p>
Données	<p>Les données appartiennent aux organisations, auxquelles incombe la responsabilité de déclaration à la CNIL (ainsi que celle de déclarer GiveXpert comme opérateur), elles ne sont pas exploitées, ni cédées par GiveXpert.</p> <p>Les données financières sont conservées 36 mois à minima à des fins de vérification possible par les autorités (mais GiveXpert n'a pas accès et ne stocke pas les coordonnées bancaires)</p> <p>Les solutions GiveXpert se synchronisent (EDI) avec les bases CRM des structures et viennent les enrichir : coordonnées, information sur inscription, date échéance CB (pour don régulier), code projet, code campagne.</p>

	<p>GiveXpert travaille sans cookies</p> <p>Pour GiveXpert, dont deux dirigeants sont diplômés en datamining, les analyses utilisant la géolocalisation des donateurs pour déterminer les comportements de dons sont encore peu fiables (niveau et exactitude du renseignement des adresses IP et risques de corrélations parfois erronées entre code postal, niveau de vie et comportement de don).</p>
Recrutement	<p>Voir expertises/génération de trafic : développement de campagnes facebook, gestion de campagnes google grants</p> <p>Le suivi Google analytics permet à la structure cliente d'avoir des stats sur la provenance des internautes sur ses pages.</p>
Mobilisation	<p>Cf Course 'Raise for gift', application Friendraising</p> <p>Déclenchements d'emails</p> <p>Partage sur réseaux sociaux (fcb, twitter, google+) : outils inclus dans structuration page de collecte peer to peer</p>
Communication	<p>Les communications se font par les structures (associations, fondations etc.</p>
Autres	<p>Formation et support inclus.</p>
Notoriété	<p>GiveXpert fonctionnant en marque blanche (grise si l'on considère un 'powered by' comme une indication), n'a pas vocation à développer sa notoriété auprès du grand public.</p>
Visibilité de la plateforme	<p>Même remarque ?</p> <p>Toutefois on note une présence sur les réseaux sociaux :</p> <p>Facebook 40 likes</p> <p>Google+ 4000+ views</p> <p>Twitter 24 abonnés</p> <p>Partenaire du 14ème Séminaire francophone de la collecte de fonds, organisé par l'AFF à Paris en 2015</p> <p>Et visibilité grandissante via évènement Raise for gift Genève</p>

Fiche Récapitulative Plateforme

Nom : HELLO ASSO

Personne rencontrée : Léa Thomassin, DG et co-fondatrice d'Hello Asso

<p>Date de création et historique rapide</p>	<p>La structure a été créée en 2010 par Ismaël Le Mouël, Bruno Humbert et Léa Thomassin sous le nom de Mailforgood. D'abord limitée à l'envoi de signature solidaire, l'activité s'étend progressivement à la collecte de dons en ligne, puis d'adhésions et de modules de billetterie. En 2013, Mailforgood devient HelloAsso et intègre à ce moment là les services de la plateforme Izi-collecte.</p>
<p>Activités principales</p>	<p>1^{er} site de financement participatif dédié aux associations leur permettant de mettre en place et de gérer :</p> <p>Pages de dons</p> <p>Adhésions</p> <p>Billetterie (et possibilité de créer des pages de collecte personnelles en lien avec l'évènement) : l'activité billetterie, est une activité de vente.</p> <p>Pages personnelles de collecte (oui : activité listée sous 'Collecteurs' sur le site voir plus bas peer to peer)</p> <p>Don minute : possibilité de générer quelques centimes en visionnant une vidéo publicitaire au profit de l'association de son choix. (<i>offre n'existe plus en 2016</i>)</p>
<p>Principes de fonctionnement</p>	<p>Ouverte aux associations, fondations, fonds de dotations déclarés en France.</p> <p>La clé d'entrée sur le site est l'association (on peut la chercher grâce à l'annuaire, et une carte, par mots clés, cause, localisation)</p> <p>Gratuité (inscription et toutes opérations de collecte)</p> <p>Le site se rémunère selon un modèle de pourboires (montants suggérés par site en fonction des sommes données, mais cette participation est</p>

optionnelle). Les sommes laissées en pourboire sont mutualisées et permettent le fonctionnement de la plateforme.

Pages de dons : l'association inscrite peut créer des pages dans le cadre de campagnes ou pour établir des dons de manière mensuelle.

Les pages créées sont adaptables et personnalisables : objectifs, montants des dons, contreparties, durée de la campagne (suggestions de la plateforme via l'interface, et aide aussi pour le plan de communication)

Module d'invitation permettant d'inviter tous ses contacts par mail (Pas de limitation du nombre d'emails)

Reversement intégral mensuel des sommes collectées aux associations dans tous les cas : il n'y a pas de tout ou rien...

S'il y a bien des collectes dans le cadre de projets, dans les faits, les sommes collectées peuvent être réaffectées par les associations.

Paiement sécurisé, PSP PayZen (de Lyra Networks, protocole https)

Les fonds sont versés mensuellement, c'est-à-dire le 10 du mois suivant aux associations après vérification et autorisation bancaire à partir du compte du donateur. Le processus est le suivant : les fonds (=dons) sont versés sur un compte sequestre HelloAsso avant d'être versés sur le compte bancaire de l'association, les pourboires, le cas échéant vont eux à, hello asso directement.

Modalités un peu différentes pour les Dons Minute (suite visionnage video) : reversement tous les 3 mois (délais des régies publicitaires)

La plateforme ne gère que les dons par CB ; Les dons hors ligne peuvent être intégrés (manuellement) dans les dons pour une campagne (augmentation de la somme collectée en ligne), mais il n'y a pas encore de prise en compte dans la partie admin de la plateforme et pas d'envoi automatique de reçu pour cette personne (= la communication avec les bases associations ne semble donc pas encore complète, il faut prévoir du retraitement manuel si beaucoup de paiements par chèques)

Suivi et accompagnement par la plateforme : lors de l'inscription (vérification des pièces), conseils pour les objectifs/contreparties, le plan de

	<p>communication (les contenus sont de la responsabilité de l'association dans un cadre éthique et légal bien sûr).</p> <p>2 personnes à temps plein accompagnent les associations.</p> <p>Centre d'aide en ligne très fourni et détaillé, et questions possibles par mail et téléphone.</p>
Associations ...	<p>Plus de 7000 associations inscrites sur le site</p> <p>Le site est ouvert aux associations, fondations et fonds de dotations déclarés en France</p> <p>Pièces demandées à l'inscription : statuts, déclaration en Préfecture, pièce d'identité du dirigeant</p> <p>Versements effectués que si pièces bien reçues et vérifiées par hello asso (et validation des informations bancaires par PSP)</p>
<p>Peer to Peer (personne pouvant ouvrir une page pour collecter des fonds pour une association)</p> <p>Pages personnelles de collecte et évènements liés</p>	<p>Oui</p> <p>Dans le cadre d'évènements, comme courses, anniversaires ou autres 'temps forts', les internautes peuvent créer une page pour mobiliser et collecter des dons au profit de l'association.</p> <p>Reversement intégral (sur le compte bancaire de l'association, tous les 30 jours. Le système de paiement est le même que celui décrit précédemment</p> <p>Alertes indiquant la création de pages au profit de l'association, qui peut modifier et intervenir sur la page (=contrôle de la communication). Tout ceci nécessite que l'association soit inscrite sur le site.</p> <p>Coordonnées donateurs accessibles et exportables vers l'association.</p> <p>Au global, les dons constituent 70% des montants collectés, les adhésions 15% et la billetterie 15%.</p> <p>Par contre la plateforme ne communique pas sur le volume des dons réalisés dans le cadre des pages de collecte individuelle.</p> <p>Hello Asso a aussi des partenariats avec des évènements pour développer cette activité, comme avec Odyssea ~1000 dossards :</p>

	<p>Les associations se chargent d'obtenir des dossards directement auprès des organisateurs de l'évènement. Ensuite, elles peuvent les vendre sur helloasso et encourager les internautes à lever des fonds dans le cadre du challenge sportif. Les prix des dossards dépendent des associations & organisateurs, parfois gratuits, parfois à coût réduit...ect.</p> <p>La collecte sur HelloAsso reste sans aucun frais pour l'asso.</p>
<p>Quelques chiffres clés</p>	<p>7000 associations inscrites</p> <p>14 millions collectés depuis le début de Mail for Good (18M+Février 2016)</p> <p>300000 personnes ont déjà participé à une collecte sur le site</p> <p>60% des donateurs laissent un pourboire (pourboire moyen : 4% du don)</p> <p>Don moyen : 72euros10c</p> <p>0 frais pour les associations</p>
<p>Bilan des sommes collectées</p>	<p>Questions :</p> <p>Sommes collectées : 14 millions dons hors pourboires, Les montants de collecte indiqués sont ceux de la collecte au profit des associations exclusivement.</p> <p>Les sommes cumulées comprennent tout l'historique (y compris Mail for Good)</p> <p>Les montants collectés sont depuis la création de la structure (mailforgood) en 2010. La ventilation par année est la suivante :</p> <p>Avant 2012 : 1 811 044</p>
<p>2012</p>	<p>1 150 148</p>

2013	1 973 777
2014	4 337 691
2015 (automne)	4 873 246

Frais	<p>Aucun pour les associations</p> <p>Système de pourboire –optionnel- versé par les donateurs</p> <p>(ce système fonctionne aussi dans le cadre de vente avec la billetterie</p> <p>Moyenne de 4% du don : ce ne sont pas forcément les gros dons qui entraînent le plus de pourboires.</p> <p>Le % de donateurs laissant un pourboire est passé de 10 à 60% au cours des dernières années.</p>
Possibilité d'utiliser la technologie en marque blanche	<p>Oui</p> <p>Voir site : outils/formulaire</p> <p>Possibilité d'intégrer gratuitement le formulaire d'adhésion, les pages de dons, de collecte sur site de l'association (et l'ensemble des formulaires Hello Asso), grâce à un widget. Permet de suivre le nombre de nouveaux adhérents grâce au compte hello Asso</p> <p>Sinon , au cas par cas, hello Asso vend sa technologie et un support à des entreprises (ex EDF) ou association territoriale (comme AEC) – au cas par cas, coûts d'installation et coûts de gestion récurrent.</p> <p>HelloAsso permet d'exporter les fichiers de l'ensemble des coordonnées, la réimportation dans d'autres systèmes doit se faire manuellement.</p>
Reçus fiscaux	<p>Hello Asso peut se charger de l'émission des reçus fiscaux pour les associations d'intérêt général qui le souhaitent</p> <p>Si la personne a laissé un pourboire – le RF mentionne le montant du don (sans pourboire).</p> <p>Le donateur peut demander une facture pour la partie pourboire.</p>

Données	<p>Très peu d'informations sont demandées aux donateurs dehors (mail, nom prénom...date de naissance, adresse pour reçu fiscal) pour faciliter la conversion (ne pas faire de formulaires trop longs).</p> <p>Les associations ont la possibilité de rajouter des champs complémentaires dans les formulaires de paiement, si elles souhaitent que les donateurs renseignent plus d'informations.</p> <p>Les données bancaires ne sont pas stockées-ni visibles par Hello asso (mais par payzen)</p> <p>Déclarées à la CNIL</p> <p>Non cédées à des tiers, non exploitées par Hello Asso (pas de sollicitation sur des projets aux thématiques similaires)</p> <p>+300 000 contacts en base</p>
Recrutement	+300,000 personnes ont déjà participé à une collecte sur Hello Asso
Mobilisation	<p>Outils de mobilisation mis à la disposition des associations</p> <p>Cf module mail invitations contacts</p> <p>Partage des projets possibles sur réseaux sociaux (dont facebook)</p>
Communication	<p>Relais de communication : voir présence medias et réseaux sociaux ci-dessous</p> <p>Pas de newsletter destinées aux utilisateurs.</p>
Notoriété	<p>Cf nombre d'associations inscrites sur la plateforme : +7000, +500 inscriptions d'associations par semaine à l'été 2015, nombre de personnes inscrites ayant participé à une collecte sur le site : +300,000, + éléments</p> <p>Visibilité ci-dessous</p>
Visibilité de la plateforme	<p>Sur tous grands medias nationaux, ex. tribune dans Libération en Septembre 2015 et infos relayées notamment souvent par France 2TeleMatin (ex 15/09 partenariat avec Orange pour lancement d'une plateforme africaine)</p> <p>Réseaux sociaux :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Facebook : 3300+ likes • Titter : 5377 abonnés

- Y utube : de nombreuses videos, notamment extraites des social good week (et de l'événement à l'Élysée en 2014), de 40 à 700 vues+ par video

Blog

Hello Asso est à l'initiative de la Social Good Week, semaine consacrée au numérique solidaire (édition 2014 soutenue par l'Élysée), en collaboration avec une 50aine d'organisations

La plateforme est Partenaire du Google Impact Challenges (finalistes révélés le 14/09, votes jusqu'au 8/10/2015)

Fiche Récapitulative Plateforme

Nom : iRaiser

Personne rencontrée : Antoine Martel, co-Fondateur et Directeur Général

<p>Date de création et historique rapide, liens</p>	<p>iRaiser a été créée en Janvier 2012 et est dirigée par Antoine Martel. Les équipes (16 personnes au total) sont réparties entre Paris (commercial, formations) et Nantes (équipe technique)</p> <p>Ont racheté les sociétés John Hall et Yoko (Crowdfunding et Pages Personnelles aux Pays-Bas) en 2015.</p>
<p>Activités principales</p>	<p>Editeur d'applications logicielles en ligne (Saas) de fundraising :</p> <p>Divers modules de collecte :</p> <p>Plateforme de paiement (gestion des dons, adhésions, parrainages) 85% activité</p> <p>Autres (15% activité)</p> <p>Pages Personnelles de collecte</p> <p>Landing pages</p> <p>Pétitions</p> <p>Emails</p>
<p>Principes de fonctionnement</p>	<p>Solutions logicielles hébergées (Saas), pas d'installation mais une mise en service (et un paramétrage du/des modules choisis) et un support assuré par i-Raiser et un hébergement dans deux data centers sécurisés –tiers certifiés-en Europe.</p> <p>Pour le client : il suffit d'une connexion internet.</p> <p>Formules d'abonnements sans engagement (mais par défaut à durée indéterminée), payables mensuellement, et résiliables (ou suspensibles) à tout moment (ce qui permet de répondre à la saisonnalité de certaines collectes).</p> <p>Tous modes de paiement (CB, paypal, chèques), 7 langues.</p> <p>Paiements en euros (multi-devises)</p> <p>Formules de base ou premium, incluant différents niveaux de fonctionnalités et services associés.</p> <p>iRaiser opère en marque blanche (grise si l'on considère 'powered by iRaiser', ou licence d'exploitation.</p>

Les outils comportent un fort degré de personnalisation (multiples possibilités, dont celle de présenter les pages avec des codes 'crowdfunding' avec des objectifs, dates, jauges d'avancement, sans que cela change le principe de reversement intégrale des sommes collectées et options) ainsi que de nombreuses fonctionnalités. Parmi celles-ci on trouve :

-possibilité d'émission des reçus fiscaux

-synchronisation et compatibilité avec toutes bases et systèmes des structures clientes (et notamment avec systèmes CRM, et systèmes comptables, ce qui peut être utile, par exemple, pour éviter les retraitements manuels pour des envois de reçus ou de courriers)...

-la prise en compte de paiement par chèque dans les sommes collectées, leur intégration (par saisie manuelle à réception) peut déclencher l'émission de reçu fiscal.

-espace personnel donateur (dans lequel la personne peut visualiser tous ses dons (en ligne et par chèque, télécharger ses reçus fiscaux). Cet espace peut aussi servir à la structure cliente pour communiquer avec le donateur.

-Synchronisation avec (non transférable, non modifiable en dehors de toute la personnalisation et des fonctionnalités déjà possibles avec l'outil).

Sessions de formation régulières gratuites sur inscription pour tous les clients. Différentes thématiques liées à la gestion des modules (paramétrage...)

Support mail et tel pour les formules premium

Il n'y a pas de principe de seuil ou de tout ou rien, toutes les sommes collectées vont aux structures, qui restent libres de l'affectation des dons, cela quel que soit le type de module souscrit.

Tous les dons sont reversés aux associations directement (formule premium) ou à 30 jours fin de mois (formule de base), cela indépendamment de la durée de collecte dans le cadre de campagnes ponctuelles de dons).

L'affectation des dons à un projet ou non dépend de la structure

Les contreparties si elles existent-de la volonté de la structure- ne peuvent être que symboliques

	<p>Partenaire paiement sécurisé : Ogone (pour les paiements par cartes) qui appartient à Ingenico.</p> <p>Autres : SLIMPAY (pour virements)</p> <p>Paypal</p> <p>ou GO CARD LESS</p> <p>Dans le cas de la formule starter, le débit se fait sur un compte sequestre, les sommes sont reversées sous 30 jours fin de mois ; pour les formules premium, les paiements se font directement</p>
Associations ...	<p>Les clients d'iRaiser sont les associations, fondations, ou toute autre structure habilitée à faire appel à la générosité du public, ayant le « le droit de collecter » (ceci peut inclure fondations d'hôpitaux, d'écoles, fondations d'entreprises aussi possiblement...)</p> <p>iRaiser compte environ 220 références (depuis 150 à l'été !) clients, plutôt des grosses associations, présents dans divers domaines (solidarité, environnement, santé...) parmi ses références, on peut citer : Les Restos du Cœur, Médecins sans Frontières, Caritas, Unicef, Les Toiles Enchantées...</p>
Peer to Peer (personne pouvant ouvrir une page pour collecter des fonds pour une association) Pages personnelles de collecte et événements liés	<p>Oui</p> <p>Cf Module de pages personnelles</p> <p>Les outils d'iRaiser peuvent notamment être utilisés dans le cas d'événements organisés en propre par une association (ex Oxfam Trail), iRaiser peut également travailler en partenariat avec des agences pour des événements sportifs mobilisant des donateurs.</p>
Bilan des sommes collectées	<p>Barre des 60 Millions de collecte dépassée à l'automne 2015.</p> <p>Forte augmentation prévue en fin de l'année en raison de la saisonnalité des collectes, notamment celle des Restos du Cœur.</p> <p>Les sommes collectées correspondent aux sommes reversées brutes (=la facturation se fait de manière séparée, pas de prélèvement sur les dons), Sans les promesses par chèque.</p>
2012	4 CAM (cumul annuel)
2013	12 CAM soit +8M
2014	22 CAM soit +10M
2015 (automne)	1 ^{er} semestre 60 CAM+ (100 prévus pour la fin 2015, sans compter les CA des rachats), soit +38 M
Frais	<p>Mise en service</p> <p>Puis modules avec 2 formules pour chaque, correspondant à différents niveaux d'usage et de services associés : Premium et starter</p> <p>Pas de % prélevé sur les dons (qui reviennent entièrement aux associations). La facturation des abonnements se fait de manière séparée.</p> <p>Frais de mise en œuvre ~2000 euros</p>

	<p>Plateforme de paiement : mise en œuvre 1800 euros+</p> <p>Formule Starter : 160 euros/mois pour les formules starter et 25 c+0.8% par transaction (frais de transaction)</p> <p>Formule Premium : 450 euros/mois et 0.14 c par transaction (les 100 premières offertes)</p> <p>Pages personnelles :</p> <p>250 euros par mois pour une création illimitée, avec 2500 euros de création et de paramétrage, 100% des sommes collectées sont versées aux associations.</p> <p>Edition d'emails : 150 euros/mois avec 1200 euros de frais de création (création illimitée de mails).</p> <p>Le support par mail est compris dans la formule starter, par mail et par tél pour la formule premium</p> <p>Les formations sont gratuites.</p> <p>L'option 'émission de reçu fiscal' n'est pas payante</p> <p>a priori tout est annoncé.</p> <p>Autres frais possibles à confirmer par iRaiser, au cas par cas :</p> <p>Frais associés à l'utilisation de partenaires extérieurs pour des événements pages de collecte. Ces frais sont facturés directement par le partenaire</p> <p>Frais pour des développements Francehoc...</p>
Reçus Fiscaux (RF)	<p>Possibilité de faire émettre ses reçus fiscaux par les applications pour envoi (ou téléchargement dans l'espace personnel donateur) (inclus dans le module plateforme de paiement, a priori aussi pour pages personnelles ?)</p> <p>La totalité du don apparaît sur le RF</p>
Données	<p>Les données appartiennent aux organisations, auxquelles incombe la responsabilité de déclaration à la CNIL. Si les données demandées à la base sont assez restreintes pour faciliter la conversion, les associations peuvent demander également plus d'informations si elles le souhaitent dans leurs formulaires, pour enrichir leur CRM.</p> <p>Exportation et/ou synchronisation avec les bases et systèmes des structures (y compris comptable, y compris CRM, pour statistiques simples et/ou enrichissement des bases CRM notamment, et/ou communication avec le système comptable de la structure.</p>
Autres	<p>Applications 'responsive (s)' tablettes et mobiles</p> <p>Forte compatibilité outils avec systèmes et bases clients</p> <p>Audits de sécurité (2 par an) par des tiers certifiés sur systèmes iRaiser</p>

	+ mise en avant de procédures sécurité, confidentialité au niveau des données.
Recrutement	<p>Le logiciel permet la gestion des adhésions aux associations</p> <p>iRaiser conduit également des analyses comportementales (données agrégées) et a un programme de recherche avec l'université de Limoges sur le sujet.</p> <p>Pour favoriser le recrutement, iRaiser suggère et encourage les structures clientes à utiliser Google grants = des bourses de 10K sur un système de type adwords pour se faire connaître, et attirer du trafic sur leurs pages.</p> <p>Le suivi Google analytics (provenance des internautes) est inclus dans les formules premium.</p>
Mobilisation	iRaiser conduit également des analyses comportementales (données agrégées) et a un programme de recherche avec l'université de Limoges sur le sujet. L'entreprise établit ainsi un lift de 16% du don moyen
Communication	iRaiser ne fait pas de communication auprès des donateurs, cette partie étant du ressort des structures clientes.
Notoriété	<p>iRaiser bénéficie d'un très bon bouche à oreille dans le milieu associatif</p> <p>220 références clients</p> <p>50,000,000 euros collectés depuis la création (60M à l'automne et 100 M en vue d'ici fin 2015)</p> <p>L'outil opérant en marque blanche (grise si l'on considère la mention 'Powered by iRaiser'), cela lui confère de fait une moindre notoriété auprès du grand public (qui n'est pas sa cible première de toutes façons).</p>
Visibilité de la plateforme	<p>Participation à des conférences spécialisées (AFF) et à des programmes de recherche (Université de limoges).</p> <p>Présence sur les réseaux sociaux</p>

Fiche Récapitulative Plateforme

Nom : KissKissBankBank

Personne rencontrée : Vincent Ricordeau, Co-Fondateur, PDG

Date de création	<p>009-2010 : création de la plateforme KissKissBankBank</p> <p>Co-fondateurs : Vincent Ricordeau, Omblin Le Lasseur et Adrien Aumont</p>
Activités principales	<p>KissKissBankBank : : plateforme de crowdfunding (dons contre contreparties) (=focus de l'étude, principes de fonctionnement voir ci-dessous) généraliste (multi-thématique)</p> <p>Autres activités du groupe KissKissBankBank</p> <p>2013 : Lancement d'hello merci (Prêts solidaires)</p> <p>2014 : Lancement de LENDOPOLIS (Equity, ou entrée au capital)</p> <p>Le groupe KissKissBankBank & Cie est donc présent sur les trois types de plateformes de financement participatif tels que définis par la loi 2014 et telles que régulées par les autorités françaises.</p> <p>La plateforme KissKissBankBank est immatriculée en propre en tant qu'intermédiaire financement participatif auprès de l'ORIAS.</p> <p>Elle est classée dans le collège des Plateformes de dons contre contreparties dans l'association Financement PartFranceif France dont elle est membre.</p> <p>Avec un slogan 'Libérons la créativité', la plateforme se positionne fortement à destination des projets culturels, artistiques, innovants... (en raison des passions et de l'expérience de ces milieux fondateurs) ; historiquement elle a commencé avec des projets musicaux et cinéma, qui sont toujours en tête des thèmes, mais s'est rapidement diversifiée. La thématique solidarité est bien présente (4^{ème} thématique en nombre de projets présentés, 5^{ème} en termes de montants collectés). Elle est parfois croisée avec les thématiques précédentes (ex. projet documentaire éducatif et solidaire 'Rêves de Réfugiés' actuellement en cours de collecte.)</p> <p>Le plus gros projet financé à ce jour est un projet de film/documentaire en 07/2014, présenté par la réalisatrice/actrice Mélanie Laurent et Cyril Dion (fondateur Colibris), visant à présenter, partager des solutions pour réinventer l'avenir (thématiques : documentaire, long métrage & écologie) : 444K collectés (objectifs plus que doublés), auprès de 10266 Kiss Bankers.</p>
Principes de fonctionnement	<p>La plateforme s'adresse à tout porteur de projet : particulier, association (fondations, fonds de dotations), entreprise.</p> <p>Tout projet crédible, bien justifié, et à portée collective peut techniquement postuler.</p> <p>Un visiteur (=internaute venant sur le site) doit s'inscrire pour participer, il devient ainsi membre ou Kiss Banker</p>

Chaque membre a un espace personnalisé : le porteur de projet y communique sur son projet, le Kiss Banker peut suivre (sans nécessairement y contribuer financièrement) ses projets d'intérêt.

Toute demande de dépôt de projet a une réponse sous 48h, puis selon la maturité du projet en amont (présentation, apport des pièces justificatives...) la mise en ligne peut prendre jusqu'à 15 jours en moyenne.

Logique d'affectation des dons par projet (a priori, mais par cause possible aussi cf. extrait des CGU *Les Porteurs de Projets peuvent choisir lors de leur inscription sur le Site de solliciter des Dons de manière générale p'ur la cause qu'ils défendent o' au bénéfice d'un ou plusieurs de leurs Projets proposés sur le Site*)

Dons contre contreparties (de la responsabilité des porteurs de projets, le site peut faire changer des contreparties non conformes à l'esprit d'un projet, et refuser un projet en cas de non-conformité)

Principe du Tout ou rien : seuls les projets dont les objectifs (budgétaires) sont atteints dans les délais impartis de la collecte touchent les sommes collectées. Environ 90% des sommes collectées sont ainsi reversées.

Projets limités dans le temps (durée de collecte jusqu'à 60 jours, 40 jours en moyenne)

Les fonds collectés sont reversés dans un délai de 48h-une semaine (permettant des vérifications, en cas de changements de coordonnées bancaires)

Pour les paiements par CB, le site fonctionne avec le Partenaire Payment Sécurisé Ingenico (porte-monnaie électroniques).

Collectes en Euros

Le site fournit un support en ligne très détaillé et propose aussi une sélection de professionnels pouvant accompagner les projets 'Pop my project', pour leur permettre de mieux se mettre en valeur, communiquer etc. la plateforme a notamment un partenariat avec pickcock qui permet au porteur de projet de créer gratuitement un site internet adapté.

Le site compte un grand nombre de 'Mentors' : institutions, media ou marques pouvant proposer des projets provenant de leur propre communauté (lecteurs, adhérents, membres, employés), et/ou également soutenir des projets financièrement ou leur donner plus de visibilité.

Ex. La Banque Postale, La Ruche qui dit Oui, GreenPeace, ProBono Lab, Handiamo ou encore des villes ou communautés d'agglo (ex Pantin) ou encore les docks cité du de la mode et du design, le Monde, leFrancemas MK2, France Bleu...

<p>Chiffres clés</p>	<p>Depuis Mars 2010 à fin Août 2015</p> <p>Nombre de projets présentés 16 903</p> <p>Nombre de collectes abouties 8728</p> <p>37 Millions collectés</p> <p>Le taux de réussite des projets est de 58% en 2015</p> <p>Nombre de Kiss BanFrance 24 168 (73% en France)</p> <p>Les Kiss Bankers émanent de 174 pays, et les projets se déroulent dans 38 pays.</p> <p>Le site est disponible en 6 langues</p>		
<p>Associations ...</p>	<p>~1/3 des porteurs de projets, et représentant également 1/3 des sommes collectées. Le terme associations peut aussi inclure : fondations, fonds de dotations.</p> <p>Pièce demandées à l'inscription :</p> <p>Extrait K-Bis (pour les entreprises)</p> <p>Pour les associations : Statuts, déclaration en préfecture, pièce d'identité du dirigeant</p> <p>Les données sont vérifiées par le PSP (Ingénico) dans le cadre de mesures anti blanchiment.</p> <p>Quelques exemples associatifs présents sur la plateforme : Habitat et Humanisme (Maison Mobile), Vétérinaires sans Frontières ...</p> <p>Forte présence de projets portés par des scouts (compagnons France Scouts et Guides de France étant un Mentor de la plateforme.</p>		
<p>Peer to Peer (personne pouvant ouvrir une page pour collecter des fonds pour une association)</p> <p>Pages personnelles de collecte et événements liés</p>	<p>Non</p> <p>Mais de nombreux projets permettent de lever indirectement des fonds pour des associations/causes : ex. les bénéfices des ventes de bonnets à pompon par le Slip Français ont été reversés au Téléthon.</p>		
<p>Bilan des sommes collectées</p>	<p>Les sommes validées (= des projets ayant abouti) correspondent à ~90% des montants collectés.</p> <p>Depuis les débuts de KissKissBankBank, plus de 37³⁵ millions ont été collectés, par 635,000 Kiss Bankers. Pour avoir les montants collectés par des associations, il faut prendre un tiers des sommes ci-dessous.</p> <p>Avant 2012</p> <p>Fonds Collectés : 667 156 (depuis la création)</p> <p>Sommes Validées : 600 440,4</p> <p>Les sommes ci-dessous sont déduites par année, en fonction des montants cumulés disponibles en ligne (le total correspond bien à 34,85M à fin Juin 2015). Les sommes validées, reversées correspondent à 90% des sommes annuelles.</p>		
	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 50%; text-align: center;">Collectés</td> <td style="width: 50%; text-align: center;">Validés</td> </tr> </table>	Collectés	Validés
Collectés	Validés		

³⁵ ! Chiffres A l'automne 2015. Fin 2015 : 44.4 millions collectés (total, cumul annuel)

2012	2 240 794	2 016 714,6
2013	8 008 934	7 208 040,6
2014	14 484 290	13 035 861
2015 (automne)	9 443 861	8 499 474,9

Frais	<p>Prélevés uniquement sur les projets réussis.</p> <p>5% frais de plateforme+3% frais bancaires (plus si Paypal, en raison des commissions propres de ces derniers) soit 8% TTC</p> <p>Pour la collecte des sommes, le site fonctionne avec son partenaire Ingénico : les montants débités des CB des contributeurs passent par Ingénico (jamais par la plateforme). Les sommes ne sont reversées aux porteurs de projets qu'en cas de collecte réussie. En cas d'échec de la collecte, le contributeur est remboursé sans frais.</p>
Reçus Fiscaux	<p>KissKissBankBank n'émet pas de RF pour les projets, l'émission des RF est possible uniquement par les associations d'intérêt général et d'utilité publique, et est de leur responsabilité.</p> <p>Elles peuvent signaler sur leur page projet la possibilité de RF et l'indiquer dans les contreparties (mais le RF ne peut pas constituer de contrepartie à lui seul).</p> <p>La somme apparaissant sur les RF indique la totalité du don</p>
Données	<p>La personne qui s'inscrit remplit un formulaire permettant de l'identifier, mais ces données ne sont pas partagées avec les autres membres (pseudos possibles pour la partie visible en ligne).</p> <p>Les données sont conservées et déclarées à la CNIL</p> <p>Non cédées à des tiers</p> <p>Le membre, peut lors de l'inscription, choisir de recevoir par mail la newsletter et les annonces de partenariats de la plateforme.</p> <p>Les données par projet sont transmises aux porteurs de projets (excel) en fin de projet abouti (pour l'envoi des contreparties), hors données bancaires bien sûr (les données bancaires sont chez Ingenico, la plateforme ne les a pas de toutes façons).</p>
Recrutement Profils des donateurs	<p>60% des Kiss Bankers viennent sur la plateforme à partir d'une page Facebook</p> <p>Inscription via Facebook connect possible</p> <p>La plus grosse tranche d'âge est les 35-45 ans</p> <p>Le site recrute à un rythme assez continu ~20,000 membres par mois, grâce notamment à un calendrier d'évènements et une mise en avant de projets, et des partenariats soutenus...(voir ci-dessous)</p>
Mobilisation	<p>La mobilisation est de la responsabilité du porteur de projet.</p>

	<p>KissKissBankBank prodigue des conseils, très détaillés, sur la démarche de promotion à suivre via son Guide en Ligne http://www.kisskissbankbank.com/fr/pages/guide/promote_your_project),</p> <p>KissKissBankBank est à l'origine, en France, de la théorie des 3 cercles : mobilisation des proches d'abord, puis des amis des amis et enfin du grand public. Partage des projets possible sur les réseaux sociaux (Facebook, Twitter, LinkedIn...)</p> <p>Un projet ayant atteint 41% de ses objectifs a 96 % de chances d'aboutir.</p> <p>L'émulation est aussi entretenue par le site : entre Kiss Bankers, avec la mise en avant des jauges de participation globale à des projets les plus élevées (les meilleurs Kiss Bankers ont également été distingués par la ministre Fleur Pellerin en 2014 comme meilleurs donateurs de la Culture), à travers la mise en avant de projets (les plus grosses sommes, les plus petites sommes, etc.), et au travers de compétitions et évènements (cf. Social Cup).</p>
<p>Adaptabilité de l'outil</p>	<p>Possibilité de personnaliser ses pages projets, dans la limite du cadre imposé par la plateforme, (dans un souci d'homogénéité, de lisibilité et de clarté)</p> <p>Appli IOS et Android pour les créateurs</p> <p>KissKissBankBank ne commercialise pas sa technologie crowdfunding en marque blanche. Marque grise possible (mention de KissKissBanBank), sous conditions tarifées.</p> <p>Synchronisation avec systèmes comptables, notamment pour l'édition de factures CERFA.</p>
<p>Communication</p>	<p>La communication pendant les projets est de la responsabilité des porteurs de projets.</p> <p>KissKissBankBank ne communique pas pendant les projets avec les donateurs, mais émet une Newsletter périodique (tous les 15 jours) à toutes les personnes inscrites sur la plateforme ayant accepté de recevoir ce type de communication (la newsletter met en avant certains projets)</p> <p>Le site communique sur les projets sinon via divers moyens :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Blog • Relais sur réseaux sociaux • Partenariats Mise en avant via 'notre sélection' et les 'coups de coeur de la banque postale' sur le site, • Partenariats avec 'A little market' pour une sélection, mise en avant de projets créatifs (A little Kiss), sélection et mise en avant de projets par le magazine Technikart... • Nombreux évènements, dont par ex. POP, le concours court-métrages avec les cinémas MK2...
<p>Notoriété</p>	<p>Cf chiffres clés</p> <p>+ Visibilité de la plateforme ci-dessous.</p>

<p>Visibilité de la plateforme</p>	<p>Très bonne couverture médiatique : présence régulière dans tous media (presse, tv, radio) nationaux et PQR.</p> <p>Très présents sur les réseaux sociaux : Facebook (51194 likes), Twitter (+17,000 abonnés)</p> <p>Très présents sur de nombreux évènements et conférences en lien avec le financement participatif (ou projets économie collaborative)</p> <p>KissKissBankBank organise également de nombreux évènements en propre, par exemple :</p> <p>la Social Cup (coupe de projets sociaux étudiants), 1^{ère} édition Janvier 2015, en tournée dans 12 villes en France, avec des concours de pitches projets</p> <p>Concours avec les cinémas MK2, la Banque postale et Vodkaster</p> <p>Voir aussi partenariats dans section communication</p> <p>Vincent Ricordeau est l'auteur du livre 'Crowdfunding Le financement participatif bouscule l'économie', ouvrage paru avant la loi 2014, mais offrant panorama, historique et analyses de référence. Il est largement disponible en librairies, en ligne et en bibliothèques.</p> <p>La plateforme est pionnière dans l'analyse et la recommandation de la mobilisation des trois cercles : proches, amis d'amis et grand public.</p> <p>Autres :</p> <p>Siège à Paris (X), et ouverture en Septembre 2015 d'un bureau à Lyon, bureaux au Canada et à Bruxelles, ambassadeurs de la plateforme dans plusieurs pays qui relaient les informations crowdfunding de et vers KissKissBankBank (cf. 'Vu de San Francisco' pour l'ambassadrice USA sur le blog).</p>
------------------------------------	---

Fiche Récapitulative Plateforme

Nom : MY MAJOR COMPANY

Personne rencontrée : Thibaut le Moing, chef de projet, puis fiche validée par Héroïse Estève, Responsable crowdfunding

<p>Date de création</p>	<p>2007 (pionnière en France, la plateforme se présente comme le 1^{er} site de financement participatif dans le pays)</p> <p>Co-Fondateurs : Michael Goldman (Président), Sevan Barsikian (Label de musique MMC Label), Anthony Marciano (scénariste, réalisateur) et Simon Istolainen (producteur).</p>
<p>Activités principales</p>	<p>MMC est classée dans le collège Plateformes de Dons avec contreparties dans l'association Financement participatif dont elle est membre).</p> <p>C'est le 1er label participatif en France, leader en musique. Parmi les artistes découverts et produits, on trouve : Grégoire (dès 2007), Irma, Joyce Jonathan. Le label se développe et se sépare de la plateforme de crowdfunding en 2011</p> <p>Dès 2010, la plateforme se diversifie elle avec le thème littérature/BD (partenariats avec Dargaud, Dupuis et le Lombard)</p> <p>Puis dès 2012, la plateforme devient une plateforme généraliste (= multithématique), exemple de projets portés : production d'une série science fiction, une brasserie locale, fabrication d'un fauteuil roulant actif et sportif, magazine Paulette, un défilé pour la Fashion Week...Une des plus grosses collectes est pour une série d'animation en 3D.</p> <p>A noter, une thématique 'terroir' et une thématique solidarité également présente.</p>
<p>Principes de fonctionnement</p>	<p>La plateforme s'adresse à tout type de porteur (association, entreprise, particulier), avec un projet à portée collective.</p> <p>Les collectes se font en euros (</p> <p>Un internaute doit s'inscrire sur la plateforme, pour soutenir ou présenter un projet, il devient alors membre.</p> <p>Peu de pièces sont demandées à l'inscription, mais des vérifications d'identité sont effectuées par le prestataire de paiement sécurisé (système Mango Pay opéré par, Leetchi Corp).</p>

Les objectifs budgétaires (jauge) et le temps (45-60 jours en moyenne, 90 jours maximum) de la collecte sont fixés dès le départ par le porteur de projet, avec les conseils de la plateforme.

Principe du tout ou rien : si le projet n'atteint pas 100% de l'objectif fixé, le contributeur peut réaffecter sa participation à un autre projet ou se faire rembourser (seuls les frais bancaires de transaction ne sont pas remboursés). L'objectif peut être dépassé pendant la période de collecte.

Le contributeur peut se faire rembourser en cours de collecte, tant que l'objectif n'est pas atteint, en revanche, dès lors que l'objectif est atteint, la contribution est acquise au porteur de projet.

Don contre Contrep partie, la plateforme conseille pour une offre de contreparties en adéquation avec les dons, mais le choix et la gestion des contreparties sont de la responsabilité des porteurs de projets.

Pour le cas où le Projet inclurait une possibilité de réduction d'impôt au profit des Contribueurs, le Porteur de Projet s'engage :

- à veiller, dans l'hypothèse où le Porteur de Projet offrirait des Contreparties en nature aux Contribueurs, à ce que la valeur de ces Contreparties (par « valeur des Contreparties », il convient d'entendre le coût de revient toutes taxes comprises de la Contrep partie considérée pour le Porteur de Projet) soit inférieure à 25% du montant de la Contrep partie considérée, dans la limite de 65 euros pour les particuliers (cette limite de 65 euros n'étant pas applicable aux entreprises).

La plateforme n'accepte plus de projets à retours financiers

Avant d'être mis en ligne dans la section 'découvrir les projets', le projet doit avoir convaincu 5 contributeurs : il est accessible via le lien direct de la page (l'URL) et le moteur de recherche, ce qui permet au porteur d'en faire la promotion sur tous ses réseaux.

La propriété intellectuelle demeure celle des porteurs de projets.

Accompagnement individualisé (notamment pour la mise en valeur et la communication du projet) par un chef de projet.

	<p>Le délai moyen avant la mise en ligne d'un projet est de 15 jours (en fonction de la maturité en amont du projet)</p> <p>Partenaire Payment Sécurisé : Mango Pay (Leetchi Corp), système de porte-monnaie électronique (flux création porte-monnaie contributeur lors du paiement par carte, et versement vers le porte-monnaie électronique du porteur en fin de collecte aboutie).</p> <p>Le paiement par chèque est possible sur certains projets qui reçoivent des chèques avec un montant conséquent (ex. Musée Guimet)</p> <p>La plateforme compte de nombreux partenariats (permettant un accompagnement, une mise en avant, et parfois un financement), notamment avec :</p> <p>La Chaine du Coeur</p> <p>Le Bureau de Gestion des Entrepreneurs (BGE) accompagne les entrepreneurs dans leur projet.</p> <p>Axa : tous les mois, financement additionnel ou complet pour 3 projets parmi une sélection My Major Company sur le site 'http://partagerproteger.axa.fr./'.</p> <p>cf critères AXA :</p> <p>« - Projets à dimension entrepreneuriale : Projets portés par des entrepreneurs ; sont également éligibles des projets associatifs de promotion de l'entrepreneuriat et les associations créatrices d'emplois (ESAT, associations de réinsertion par l'emploi, Economie sociale et solidaire...) »</p> <p>Les projets sont 'made in France' et, peuvent être portés par des associations, mais pas que, et doivent avoir remporté le plus de votes possibles d'internautes. Le don « tremplin » d' AXA peut atteindre 100% de des besoins de financement (100% pour le 1er, 75% pour le 2e, 50% pour le 3e). Somme totale accordée par Axa par an : 200k.</p> <p>Un exemple récent (Septembre 2015) : 'Equitation pour tous', un projet permettant la découverte à cheval de la région Midi-Pyrénées pour des personnes handicapées.</p> <p>Autre partenaires : la Ligue contre le Cancer , Equidia, Dailymotion etc. https://www.mymajorcompany.com/partners</p>
Associations ...	<p>Oui (environ 1/3 des porteurs de projets)</p> <p>Pour une association, le porteur de projet doit être le représentant légal de l'association.</p> <p>Exemples :</p>

	<p>Association d'insertion portée par le chef Thierry Marx 'Cuisine Mode d'emploi (s) : école qui offre des programmes de formation de 12 semaines à des personnes en réinsertion. Un 1er projet 'boulangerie' a été financé en 2013 (33k collectés, dépassant largement les 10 k fixés initialement) ; un 2^{ème} projet a collecté en 2015, pour une deuxième cuisine pour l'école, 52 k (au-delà des 20k visés).</p> <p>Projets portés par La Ligue contre le Cancer (actuellement Oncodéfi, en cours de collecte), inscrite comme partenaire sur le site.</p>
Peer to Peer (personne pouvant ouvrir une page pour collecter des fonds pour une association) Pages personnelles de collecte et événements liés	Non
Chiffres Clés	<p>21 Millions collectés depuis 2007 (ces chiffres comprennent-ils les sommes collectées pour le label ?)</p> <p>523 569 membres (émanant de plusieurs pays mais principalement de France).</p> <p>Nombre de porteurs de projets ?</p> <p>Un peu plus de 50% de taux de réussite</p> <p>Montants moyens des projets : 4000 euros</p>
Bilan des sommes collectées	Au total depuis 2007, plus de 21 millions ont été collectés sur la plateforme (soit X reversés ? Quelle proportion pour les associations ? 1/3 ?)
2012	Sommes collectées Demandées par FG si possible
2013	Somme collectées Demandées par FG si possible
2014	Somme collectées Demandées par FG si possible
2015	Somme collectées Demandées par FG si possible

Frais	<p>10%, qui s'appliquent seulement aux projets/collectes ayant abouti (ils sont déduits directement des sommes collectées et versées en cas de réussite)</p> <p>Frais bancaires en sus (et non remboursés en cas de collecte non réussie)</p>
Reçus Fiscaux	<p>Ceux-ci peuvent être émis par des associations d'intérêt général, la plateforme n'émet pas de RF.</p> <p>Le statut d'intérêt général n'est a priori pas systématiquement demandé, mais les associations qui en bénéficient le signalent généralement lors de leur inscription.</p> <p>Elles peuvent alors le signaler sur les pages projets dans la section contrepartie (les RF ne constituent pas une contrepartie, mais offrent une réduction fiscale à partir d'un certain montant).</p>
Données	Déclarées à la CNIL.

	<p>Le formulaire d'inscription permet l'identification des contributeurs et des porteurs de projet. Les données sont transmises au porteur de projet, pour la communication et l'envoi de contreparties en fin de projet (en cours seulement nom et prénom), (format excel, .csv)</p> <p>Lors de son inscription, le membre peut choisir de recevoir (ou non) les newsletters d'information (ainsi que des offres partenaires ? à confirmer. Les données ne sont pas cédées à des tiers en dehors de ce cadre).</p> <p>Les données sensibles bancaires sont seulement conservées chez le prestataire de paiement, MMC n'y a pas accès.</p>
<p>Adaptabilité technologique de l'outil</p>	<p>Les pages projets sont personnalisables (options dans des formats pré-définis, pour une présentation homogène du site)</p> <p>L'api MMC permet l'accès à de nombreuses fonctionnalités de manière simplifiée, ce qui permet notamment une personnalisation accrue.</p> <p>Utilisation en marque grise ou blanche possible au cas par cas sous conditions tarifées</p> <p>Responsive mobile et tablettes</p>
<p>Recrutement</p>	<p>Inscription via Facebook Connect et via Google + possible</p> <p>Les tableaux de bord de suivi de projet permettent aux porteurs d'utiliser les outils google analytics, et de pouvoir analyser la provenance des contributeurs.</p> <p>500,000 personnes inscrites sur la plateforme, 200,000 aux newsletters.</p> <p>Une communauté surtout citadine, répartie dans toute la France (~1/3 Paris avec +88,000 membres sur 440 000 membres (répartition avantt chiffres de 500,000), le reste grandes agglomérations, Lyon, Marseille, Toulouse...)</p> <p>Le profil moyen du membre contributeur : un homme entre 25-45 ans (cf estimation d'après proportions données par revue de presse).</p>
<p>Mobilisation</p>	<p>Si la mobilisation est de la responsabilité du porteur, la plateforme lui donne des outils et soutient la promotion des projets (voir communication ci-dessous).</p> <p>Le porteur a la possibilité de partager ses projets sur ses réseaux (facebook, twitter, google +), et d'utiliser un outil 'exporter' pour insérer une vignette (widget) sur son blog pour faire connaître son projet.</p> <p>Le porteur a également, dans sa page projet, une messagerie qui lui permet de rentrer en contact avec ses contributeurs, et un onglet news pour communiquer sur son projet en cours de collecte.</p>
<p>Communication</p>	<p>La plateforme diffuse des newsletters thématiques périodiques ciblées (en fonction d'intérêt et de participation passée à des projets sur telle ou telle thématique. Diffusion : +200,000 personnes.</p>

	<p>Elle relaie également les projets sur ses réseaux sociaux (Facebook, Twitter...)</p> <p>L'équipe de My Major travaille avec une équipe d'attachées de presse pour faire la promotion des projets et de la plateforme.</p>
Notoriété	Voir notoriété ci-dessous
Visibilité de la plateforme	<p>La plateforme bénéficie de son image de pionnière, et a pu profiter de retombées médiatiques liées aux découvertes découverte d'artistes tels Grégoire (double disque de diamant, 1M d'albums vendus pour Toi+Moi, le plus gros vendeur de disques en 2009), Irma ou Joyce Jonathan.</p> <p>Très présents en région (cf. notamment thématique terroir)</p> <p>Newsletter diffusée auprès de 200,000 inscrits</p> <p>Evènements en propre : ateliers dans des salons avec le partenaire BGE notamment et parfois avec des master class.</p> <p>Couverture médiatique, régulière</p> <p>Présence Réseaux sociaux</p> <ul style="list-style-type: none">• Facebook : 62 532 likes• Twitter : 7408 abonnés• Instagram : 357 abonnés• Google + (Youtube videos) 14500 views• Blog

Fiche Récapitulative Plateforme

Nom : ULULE

Personne rencontrée : Arnaud Burgot, Directeur Général

Date de création	2010 Fondateurs : Alexandre Boucherot et Thomas Grange
Activités principales	Plateforme généraliste de projets crowdfunding (multi-thématique) , se positionne comme le 1 ^{er} site Européen. Ulule est classée dans le collège plateformes de dons (avec contrepartie voir plus bas) dans l'association Financement Participatif France, et les soutiens ne deviennent en aucun cas actionnaires, copropriétaires des projets.
Principes de fonctionnement	<p>Est 'ouverte à tout le monde', tout porteur de projet (initiative sans ou avec but lucratif) : personne physique ou morale (association, société commerciale, fondation, établissement public, etc.), ayant un projet à portée collective.</p> <p>Inscription sur la plateforme, nécessaire et gratuite, pour le visiteur, majeur et en capacité de contracter, qui souhaite soutenir ou présenter un projet (l'inscription via Facebook Connect est possible).</p> <p>Il devient alors utilisateur, 'Ululeur'. 72% des inscrits financent un projet. La plateforme compte ainsi 824 578 Ululeurs (=soutien à au moins 1 projet) émanant de 164 pays à la date du 22 septembre 2015 (plus de 1000 nouveaux inscrits par jour en 2015 en moyenne).</p> <p>La plateforme est accessible en 7 langues.</p> <p>Logique du crowdfunding, avec une mobilisation par projet (jauge d'avancement et durée limitée)</p> <p>Objectifs à atteindre : budgétaire (ou nombre d'objets à pré-vendre).</p> <p>Principe du 'tout ou rien', les sommes collectées ne sont reversées qu'en cas d'atteinte des objectifs fixés dans les délais fixés au départ</p> <p>Les objectifs ne représentent qu'un plancher à atteindre et peuvent être dépassés</p> <p>Don avec contrepartie (contrepartie symbolique, ou cotisations si le donateur devient membre de l'association, sinon il s'agit d'une vente), différents niveaux de contreparties possibles, conseils de la part de la plateforme</p> <p>Tous les projets (présentant nature, détails, délais) présentés sont examinés par la plateforme. Si acceptés et lancés, mode bac à sable (pour rodage et suivi par Ulule avant la mise en ligne), et sous couveuse (au moins 5 personnes s'engageant à le suivre) avant d'être diffusés de manière plus large sur le site</p>

	<p>Suivi individualisé par un chef de projet Ulule attribué, le 'Good Idea Manager'</p> <p>Durée moyenne :</p> <p>Mise en ligne : compter 48h à 15 jours selon préparation en amont</p> <p>Durée des projets : 45 jours en moyenne (90 jours max)</p> <p>Tous types de paiement acceptés pour les soutiens : CB, Sofort, Giropay, Paypal (ont leur propre commission), chèque (pour ceux-ci une preuve de réception est nécessaire avant la fin période de collecte pour une intégration manuelle par Ulule dans les montants collectés du projet, ainsi qu'un engagement du porteur de ne pas encaisser le chèque avant le terme de la collecte).</p> <p>Collecte en euros ou autres devises, en revanche une seule devise de collecte par projet.</p> <p>Pour les collectes en euros, la plateforme fonctionne avec un système de porte-monnaie électronique (Mango Pay, Leetchi Corp), créé dès la première contribution d'un Ululer à un projet. Possibilité de changer la somme, l'affectation et même de se faire rembourser pour le contributeur (avant le terme du projet et le versement au porteur de projet en cas de projet réussi).</p> <p>Les sommes transitent des porte-monnaies électroniques des soutiens à ceux des porteurs de projets (sans accès d'Ulule, qui ne fait que vérifier la cohérence des transactions)</p> <p>Collectes avec d'autres devises que l'euro : système Stripe Connect ou Paypal</p> <p>Reversement des sommes ~8 jours (12 jours max) au terme de la date de fin de projet (permet vérification et relance si changement de coordonnées notamment bancaires)</p>
Associations	<p>Représentent ~35% des porteurs de projets (vs 50% projets lancés par des individuels), % qui se retrouve aussi dans les sommes collectées.</p> <p>Les associations d'intérêt général l'indiquent sur leur pages projet (l'information est contrôlée par Ulule, qui donne aussi sur son site des indications pour la procédure de rescrit fiscal pour les associations qui auraient un doute).</p>

	<p>Pièces demandées à l'inscription : statuts, déclaration en préfecture, identification du dirigeant. Ces 2 dernières pièces sont nécessaires pour déclencher le versement des fonds, une fois le projet abouti.</p> <p>Un exemple de projet associatif en cours : celui porté par l'association 'SOS Méditerranée' avec le soutien de Médecins du Monde pour venir en aide aux migrants en mer. A déjà dépassé les 170,000 euros de collecte (ceci inclut un soutien de la BNP de 50k)</p> <p>A noter : les fondations peuvent avoir le statut d'official User – accessible à certaines structures après inscription. Cela leur permet de suivre et 'labéliser' en quelque sorte certains projets, pour les encourager et les soutenir.</p>	
Autres	<p>Nombreux partenaires dont BNP Paribas (qui soutient activement et financièrement certains projets), partenaire également du Ulule Tour (dans un cadre de Sponsoring pour eux)</p>	
Peer to Peer (personne pouvant ouvrir une page pour collecter des fonds pour une association) ou 'Pages personnelles de collecte'	<p>Non, la plateforme ne fait pas de peer-to-peer</p>	
Quelques chiffres clés Depuis 2010	<p>A fin septembre 2015 :</p> <p>+37M collectés (5,4M sur la thématique solidaire et citoyenne), 34M reversés (5,04M solidaire, citoyen)³⁶</p> <p>10 080 projets réussis</p> <p>Contribution moyenne 49 euros (projets solidaires : 41 euros)</p> <p>Le plus gros projet financé sur le site à date: Noob (film de 'geeks') avec 681 046 euros collectés.</p>	
Bilan des sommes collectées	<p>Les sommes collectées sont la totalité des sommes promises (indépendamment de l'issue du projet). Les fonds reversés sont les sommes collectées sur des projets ayant abouti. Pour avoir les sommes collectées par les associations, il faut prendre ~un tiers des sommes ci-dessous.</p> <p>En 2011</p> <p>Fonds Collectés : 1 198 484 €</p> <p>Fonds Reversés : 1 079 544 €</p>	
2012	FC 2 893 045	FR 2 759 262
2013	FC 7 413 345	FR 6 989 586
2014	FC 12 864 807	FR 11 932 025
2015 (Automne)	FC 13 098 858	FR 11 659 006

Frais	Prélevés seulement sur projets ayant atteint leur objectif
-------	--

³⁶ Fin 2015 : cumul total 46M. d'euros (statistiques sur le site).

	<p>Pas de frais initiaux d'inscription sur la plateforme</p> <p>Total: 6,67% HT ou 8% TTC si fonds collectés par CB , ou 4,17% HT, ou 5% si fonds collectés par chèque ou paypal. Pour paypal il faut ajouter les frais paypal, 3,4%+0.25 centimes par transaction) soit ~TTC pour les collectes en euros : 5% plateforme+3% frais bancaires</p> <p>Au-delà de 100,000 euros de collecte, taux de commissions dégressifs, par paliers.</p>
Reçus Fiscaux	<p>Emis par les associations d'intérêt général</p> <p>Le site d'Ulule donne des indications sur la procédure de rescrit fiscal à suivre pour que l'association s'assure qu'elle puisse émettre des reçus fiscaux, et informe sur le risque d'amende encouru en cas d'émission induite http://fr.vox.ulule.com/rescrit-fiscal-leligibilite-lemission-recus-fiscaux-associations-2937/</p> <p>Le Reçu Fiscal doit pouvoir faire apparaître 100% du don émis par la personne</p> <p>Le RF permet d'augmenter les contributions moyennes, mais il ne déclenche pas plus de dons.</p> <p>Sur demande et pour des volumes relativement importants Ulule peut prendre en charge avec un prestataire spécialisé l'émission et l'envoi des reçus fiscaux.</p>
Données	<p>Déclarées à la CNIL</p> <p>Gardées par la plateforme, et transmises au porteur de projet : téléchargeables en cours et/ou à l'issue du projet sous forme de fichier .xls exportable</p> <p>Non transmises à des tiers (l'utilisateur peut néanmoins lors de l'inscription choisir ou non de recevoir des offres par email des partenaires, ainsi qu'une newsletter Ulule d'information sur les projets)</p> <p>Données demandées au soutien : le nom, le prénom, l'adresse email (=un minimum pour faciliter la conversion)</p> <p>Peuvent inclure également, notamment pour les Porteurs de Projets, l'adresse postale, la nature de la personne inscrite (particulier, association, entreprise), le numéro d'identification de l'entreprise, le numéro de téléphone fixe et/ou portable, les</p>

	<p>informations bancaires, une ou des photographie(s), une ou des annonce(s) vocale(s), vidéo(s), les centres d'intérêt et l'utilisation du Site. En outre, certaines informations non personnelles peuvent être recueillies comme la version du navigateur de l'Utilisateur (Chrome, Firefox, Internet Explorer, etc.), le type de système d'exploitation utilisé (Windows, Mac os, etc.) et l'adresse IP de l'ordinateur utilisé.</p> <p>Ulule utilise des cookies (pour tracer les provenances) désactivables si la personne le souhaite (ceci peut toutefois entraver le fonctionnement du site)</p>
Technologie	Responsive tablettes, mobiles
Marque blanche	<p>La plateforme permet l'utilisation de son API pour le développement d'application crowdfunding. Cela peut permettre à une structure de se l'approprier, mais cela nécessite de l'accompagnement (qui est tarifié).</p> <p>Exemple : en développant une activité BtoB avec cette API, Ulule permet à la structure cliente de pouvoir afficher et de pouvoir collecter sur son site pour des projets qui seront affichés à la fois sur le site du partenaire et sur Ulule.</p>
Mobilisation	<p>Guide complet disponible sur Ulule Vox, le forum en ligne d'Ulule, pour la présentation et la promotion du projet</p> <p>Conseils de mobilisation selon la théorie des 3 cercles (proches, amis d'amis, grand public).</p> <p>Partage des projets possibles sur réseaux sociaux.</p> <p>Widget ulule intégrable sur blog du porteur de projet</p>
Communication	<p>La communication vers le donateur se fait par le porteur de projet dans le cadre du projet. Ulule suggère des fréquences et modalités de communication, mais n'intervient pas directement dans le cadre des projets.</p> <p>Ulule communique avec ses membres inscrits, ayant coché l'option, par newsletters toutes les semaines, dans lesquelles des sélections de projets sont mises en avant.</p> <p>Ulule communique également sur une sélection de projets sur les réseaux sociaux (idée : aider le momentum, l'effet d'entraînement de la collecte) ; Un projet choisi quotidiennement est aussi mis en avant chaque jour.</p> <p>Et, de manière générale, l'émulation est entretenue par la plateforme : communication sur les villes les plus actives en projets et sommes collectées, mise en avant des meilleurs contributeurs avec des jauges individuelles de collecte (et totaux contribués)</p>
Autres	52 % des donateurs sont la tranche d'âge 25-49 ans

Notoriété	<p>Cf chiffres clés</p> <p>Nombre de projets financés +10,000 (barre franchie en Septembre 2015)</p> <p>+700,000 Ululeurs : inscrits ayant soutenu au moins un projet</p> <p>+1200 inscriptions par jour</p>
Visibilité de la plateforme	<p>Présente régulièrement dans les médias nationaux</p> <p>Ulule est très active sur les réseaux sociaux (Top 5 des start-ups les plus actives, juste après Michel et Augustin)</p> <ul style="list-style-type: none">• Page Facebook +70,000 likes, utilisée par la plateforme pour relayer les projets• Compte Twitter 19,600 abonnés, utilisé notamment pour relayer projets (ex. projet du jour)• Présence active sur LinkedIn (utilisée pour relayer offres d'embauche, et actus Ulule) <p>Evènements organisés en propre par Ulule (Tour de France 'Ulule Tour' et la Ulule Summer Party)</p> <p>Participation à de nombreux évènements et conférences</p> <p>Membre actif de l'association Finance Participative.org (A. Burgot est Vice-Président et créateur du Baromètre du Financement Participatif publié par l'association)</p>