

Le financement participatif (aussi appelé sociofinancement) est une façon d'obtenir du financement en demandant à son entourage, à ses amis et à la population en général de vous aider à trouver les sommes nécessaires pour la décontamination ou la reconstruction de votre résidence.

Demander de l'aide peut être malaisant pour plusieurs sinistrés. Sachez qu'une bonne préparation vous donnera de l'assurance et qu'une campagne bien ficelée aura plus de chances de trouver écho auprès des donateurs. Vous pourriez être étonné de tout l'appui que vous recevrez! Cette fiche vise à vous familiariser avec ce concept de financement en émergence.

Les principales étapes d'une campagne de sociofinancement

1. Réfléchissez votre campagne

Il est important de se préparer minutieusement. Avant de lancer votre campagne, vous devez trouver le message que vous désirez véhiculer et de quelle(s) façon(s) vous voulez le diffuser.

2. Travailler votre message

Vous ne voulez pas vous apitoyer sur votre sort. Un message positif sera plus intéressant pour les éventuels donateurs. Expliquer votre projet et le contexte qui vous pousse à demander de l'aide (ex. programme d'aide financière gouvernemental insuffisant). Présenter la situation le plus justement possible et les défis auxquels vous êtes confrontés. Les éventuels donateurs pourront voir que vous faites tous les efforts possibles pour améliorer votre sort.

3. Déterminez vos outils de diffusion

Réfléchissez aux outils que vous désirez utiliser. Gardez en tête que la combinaison de différents outils (site internet, page Facebook, compte Twitter, plateforme de sociofinancement, vidéo, etc.) permet de rejoindre un vaste auditoire bien qu'il faille consacrer plus de temps à la conception et à la mise à jour de chaque outil.

4. Contacter des journalistes

Vos outils sont prêts, contactez un(e) journaliste que vous connaissez ou en qui vous avez confiance. Vous n'en connaissez pas? Pas de problème, identifiez un(e) journaliste qui couvre des sujets semblables et dont le style d'écriture vous convient. La façon dont votre histoire sera présentée variera grandement selon le ton du média choisi. Si vous faites face à un refus, ne soyez pas découragé! Parfois, lorsqu'un autre média aura publié votre histoire, le premier média contacté reviendra vers vous pour couvrir votre histoire.

5. Soyez disponibles

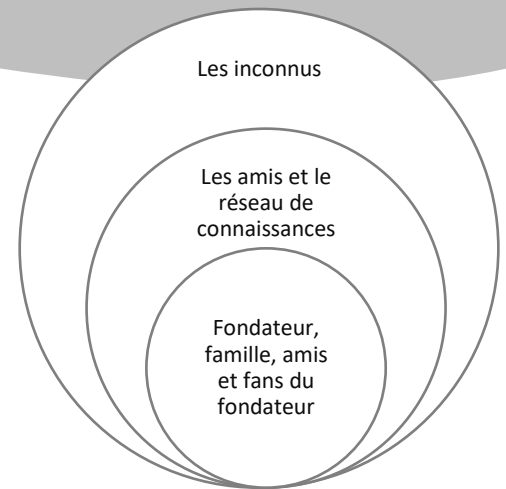
Les 48 premières heures de votre campagne sont très importantes. **Soyez disponibles** pour répondre aux questions des journalistes, des sympathisants et pour alimenter votre campagne d'où l'importance de bien déterminer votre date de lancement. Si un événement majeur survient dans l'actualité, pensez à reporter votre lancement. Vous ne voudriez pas être complètement dans l'ombre de cet événement.

6. Alimenter votre campagne

Les semaines suivantes, faites des mises à jour régulièrement sans toutefois abuser. Ainsi, votre campagne restera d'actualité en plus de permettre à vos sympathisants de suivre l'évolution de votre campagne. Sur Facebook, il est recommandé de ne pas faire plus de 3 suivis par semaine.

Trois catégories de donateurs

Selon les études, les premiers donateurs correspondent à votre cercle proche c'est-à-dire à vos amis et membres de la famille. Si ces personnes contribuent financièrement et partagent votre campagne activement, ils vous aideront à atteindre le second groupe qui est composé de connaissances un peu plus lointaines. L'implication de ces personnes vous permettra d'atteindre le troisième cercle de donateurs soit celui des inconnus. **Un des objectifs d'une campagne de financement participatif est de susciter l'engagement de personnes que l'on ne connaît pas au départ.**



Les trois cercles de donateurs¹

Oser quelque chose d'original pour diversifier votre campagne!

L'organisation d'activités peut dynamiser une campagne. Demandez à votre entourage de vous aider. Souvent bien impuissants face à votre situation, vos proches pourraient être enchantés de s'impliquer pour vous aider. Il n'y a pas de limites à votre créativité tant que ça reste de bon goût et approprié vu les circonstances!

Voici quelques idées :

- Une compétition sportive amicale avec amis et sympathisants
- Un spectacle-bénéfice (chanson, humour, improvisation, etc.)
- La fabrication et vente de produits d'artisanat, savons, vêtements, etc.







Conseils en rafale !

1. Mettez votre carnet d'adresses courriel à jour avant de lancer votre campagne ainsi vous pourrez partager facilement votre campagne à vos amis et contacts.
2. Lancez votre campagne le jour de paye! Selon Yoyomolo, les donateurs pourraient être plus généreux.
3. Mentionnez votre campagne dans votre signature courriel en y intégrant un lien actif.
4. Pour les dons importants, demandez un chèque ou un virement Interac pour éviter les frais.
5. N'hésitez surtout pas à revoir votre stratégie en cours de campagne. Il vaut mieux se réajuster lorsqu'il est encore temps!
6. Ayez sous la main une banque de photos à transmettre aux journalistes. Sélectionnez à 2-3 photos représentant votre désarroi actuel (ex. votre famille devant la maison à démolir, vous devant le champignon) ainsi qu'une photo représentant des jours plus heureux.

Les plateformes de sociofinancement

Les plateformes de sociofinancement sont devenues pratiquement des incontournables lorsqu'on parle de financement participatif. Il en existe une variété impressionnante à l'échelle mondiale. Le tableau ci-dessous présente quelques plateformes en ligne offrant la formule « garde tout » c'est-à-dire des campagnes où vous empochez les sommes accumulées, peu importe l'atteinte ou non de votre objectif de financement.

Il faut savoir que ces plateformes sont couplées à des passerelles de paiement payantes (ex. PayPal). Les montants prélevés sont généralement de 2,9% du montant de la transaction additionné de 0,30\$ de la transaction. De façon générale, les montants sont déduits à même les fonds que vous recevez et vous n'avez pas à vous soucier de payer cet intermédiaire. Il faut cependant garder en tête que si votre objectif est de recueillir 10 000\$, vous devriez inscrire un objectif plus élevé à votre campagne. Parce qu'un don de 20\$ ne signifie pas 20\$ dans vos poches.

	 Haricot	 Yoyomolo	 Onedollargift	 GoFundMe
Origines de la compagnie	1 ^{re} plateforme de sociofinancement québécoise (2011)	Plateforme québécoise (2012)	Plateforme québécoise (2015)	Société californienne (2010)
Principaux avantages	Possibilité d'ajouter une vidéo à votre présentation	3 types de campagnes possibles : solo, plusieurs participants, équipes Possibilité de créer des campagnes bilingues	Soutien par courriel 24/jr 7jr/7 La plateforme a une communauté de donateurs pouvant être potentiellement intéressés à soutenir votre campagne	Soutien 24/jr 7jr/7 La campagne peut être lancée par un tiers (amis, familles) Application mobile Garantie offerte aux donateurs
Désavantages	Plateforme conçue principalement pour le démarrage de projets entrepreneurial Devoir trouver des récompenses à vos donateurs Fonds accessibles à la fin de la campagne	Aide disponible du lundi au vendredi de 9h à 17h	Les donateurs doivent prendre le temps de se créer un compte gratuit	Entreprise basée à l'étranger
Passerelles de paiement compatibles	PayPal	PayPal WePay	PayPal	PayPal
Coûts totaux inclus les frais des passerelles de paiement	7,9%+0,30\$	6,9%+0,30\$ Frais additionnels de 0,10\$ pour les dons de 20\$ et moins	7,8%+0,30\$	2,9%+0,30\$ Plateforme gratuite, les donateurs peuvent faire un don s'ils le désirent

Notes dans le texte

1. Onnée & Renault, 2014. Le crowdfunding : quels enjeux pour la construction d'un réseau communautaire ? [En ligne] <https://journals.openedition.org/sds/1332>
2. Des élèves ont confectionné et vendu des articles d'artisanat pour la famille Frigon de Hérouxville. Source image Facebook
3. Le couple Thibeault-Prairie a organisé une activité au Laser Tag en complément à leur campagne de financement. Source image Facebook

Références

Article scientifique

ONNÉE S. & RENAULT S. 2014. Le crowdfunding : quels enjeux pour la construction d'un réseau communautaire? [En ligne] <https://journals.openedition.org/sds/1332>.

Article électronique

Dix conseils pour mieux communiquer sa campagne de sociofinancement. [En ligne] ULULE. Consulté le 8 novembre 2019. <https://ulule.ca/communiquer-campagne-sociofinancement/>

Sites internet

GoFundMe [Site web] consulté le 7 novembre 2019. <https://www.gofundme.com/>

Haricot [Site web] consulté le 7 novembre 2019. <http://www.haricot.ca/>

Onedollargift [Site web] consulté le 7 novembre 2019. <https://www.onedollargift.com/fr/index.aspx>

Yoyomolo [Site web] consulté le 7 novembre 2019. <https://www.yoyomolo.com/default.aspx>

Webinaire

COUTURE F. 2017. Le financement participatif. HEC Montréal [En ligne] https://www.youtube.com/watch?v=zspr1PSctQg&feature=emb_title

