Les dessous d’une campagne – « courir pour des enfants » (agence Curiouser pour la Chaine de l’Espoir)

L’objectif de l’association la Chaine de l’Espoir ?

Mettre en place in programme de course solidaire visant à recruter des coureurs motivés et des supporters actifs, afin d’accroitre la notoriété de l’association et de récolter des fonds.

L’agence Curiouser détaille ici sur son site la méthode employée pour atteindre ces objectifs, en détaillant le mix de différents outils (site permanent, réseaux sociaux, évènements) mis en oeuvre à cette occasion pour recruter et fidéliser les participants.

Règles comptables pour les fondations (comité de la réglementation comptable)

Source : Autorité des Normes Comptables

On trouvera ici en téléchargement sur le site de l’ANC, l’intégralité du document dont le sommaire est indiqué ci-dessous :

1 – Traitement comptable

1.1 – Fondations de patrimoine avec dotation

1.1.1 Dotations initiales

1.1.2 Dotations complémentaires

1.1.3 Maintien de la valeur des dotations pérennes

1.1.4 Comptabilisation des actifs correspondant aux dotations

1.2 – Fondations de flux

2 – Dispositions relatives aux relations entre les fondations abritées ou sous égide et la fondation abritante

2.1 – Fondations sous égide de fondations reconnues d’utilité publique créées en application de l’article 20 de la loi du 23 juillet 1987

2.2 – Dispositions spécifiques aux relations entre les fondations universitaires abritées et l’établissement public à caractère scientifique, culturel et professionnel abritant

2.3 – Dispositions spécifiques aux relations entre les fondations de l’Institut de France et les académies qui le composent

3 – Donations temporaires d’usufruit

4 – Informations complémentaires à donner en annexe

5 – Liste des comptes de fonds propres

6 – Liste des autres comptes spécifiques aux fondations

Virgin America, Twitter, et le caritatif

Vu ici sur le site de l'atelier, cette initiative de Virgin, qui a permis de récolter 50,000 $ au profit de l'association DonorsChoose (financement de matériel éducatif).

Le principe ?

Virgin s'est engagé à reverser 5$ à l'association en question, pour tout tweet mentionnant l'achat d'un billet d'avion à prix réduit entre certaines destinations, effectué le 5 août.

Ci-dessous un montage reproduisant quelques messages postés par Virgin sur son compte Twitter pour rendre compte de l'opération :

Une opération qui permet de renforcer le lien entre la marque et le consommateur, ambassadeur de celle-ci « pour la bonne cause » auprès de ses contacts sur tel ou tel réseau social (ici Twitter).

Donativa : pour favoriser le don d'objets

Ce projet, porté par 2 jeunes marocains, vise à développer le site DONATIVA, qui permettra de mettre en relation les personnes souhaitant donner des objets de toute nature, et des associations amenées à utiliser les dits objets.

le site est actuellement à l’état de projet :

Il est relayé par une page FACEBOOK :

et un compte TWITTER

Le projet a été sélectionné dans le cadre du *World Summit Youth Award*, programme de l’ONU visant à faire émerger des pratiques innovantes dans le domaine des nouvelles technologies.

On trouvera ici la liste des projets sélectionnés.

---

isparade : une manifestation virtuelle à partir de Twitter

🔵 Vous trouverez sur le site isparade la possibilité d’organiser une manifestation virtuelle au design assez réussi, et à laquelle ne manque que l’odeur des merguez (après les cartes vidéo et son, à quand l’invention d’une carte odeur, dont l’utilisation pour la vente de parfum ou de fromage en ligne assurerait à coup sur le succès !).

Une fois le site ouvert (le premier chargement demande un peu de patience), 2 possibilités s’offrent à vous :

1) **créer un cortège de vos supporters** (followers). Il vous suffit de saisir votre pseudo Twitter, et …

2) **créer une manifestation à partir d'un « hashtag »** (texte saisi dans un tweet et commençant par le signe #

L'ensemble des « Twittos » (utilisateurs de Twitter) ayant utilisé ce tag dans un de leur tweet fera alors partie du cortège.

Exemple de la récente utilisation par Greenpeace avec le tag *whaletrial* pour créer une manifestation en faveur des Tokyo Two (militants activistes opposés à la pêche à la baleine, et jugés à Tokyo).

Voilà de quoi animer de façon ludique une manifestation, un pétition, un événement, à condition naturellement qu'il soit relayé sur Twitter !