Ownacolor : partenariat DULUX & UNICEF UK

On pouvait acheter une brique, financer une chambre, adopter un banc, une statue ou un arbre, adopter un animal.

Et bien il est maintenant possible d'*acheter (virtuellement !) une couleur* parmi les 16 700 000 pouvant s'afficher sur un écran informatique, et d'en faire profiter l'UNICEF UK.

Cette bonne action est possible sur le site ownacolor, fruit d'un partenariat engagé entre AkzoNobel (peintures DULUX) et l'UNICEF UK.

L'ergonomie du site pourrait être revue, et le lien entre un fabricant de peintures et l'UNICEF n'est pas évident, même si ce fabricant (DULUX) est également à l'initiative du projet LET'S COLOR, dont le but est *« d'ajouter de la couleur à la vie des gens »* (voir ici leur page Facebook pour la France).

Mais avec – un peu – de bonne volonté il est possible de finir par comprendre de quoi il s'agit et comment cela fonctionne !

- on choisit sa couleur, en la sélectionnant dans la palette ou en la cherchant par son nom.
- Pour procéder à l'achat, pas moins de 6 formulaires successifs (!!) sont nécessaires pour que le paiement aboutisse :
    1. Saisie de son nom et email, en cas de cadeau, saisie du nom du destinataire.
    2. Choix du montant du don.
    3. Saisie facultative de son numéro de portable.
    4. Saisie de l'adresse, opt-in, acceptation des conditions générales.

5. Choix de la devise et du mode de paiement.
6. Paiement proprement dit, sur un site sécurisé, pour les courageux qui n'auront pas abandonné leur pot de couleur entre temps !!

Voici ces étapes :

no images were found

Giving Corner : incitatif caritatif à la réalisation d'objectifs en entreprise

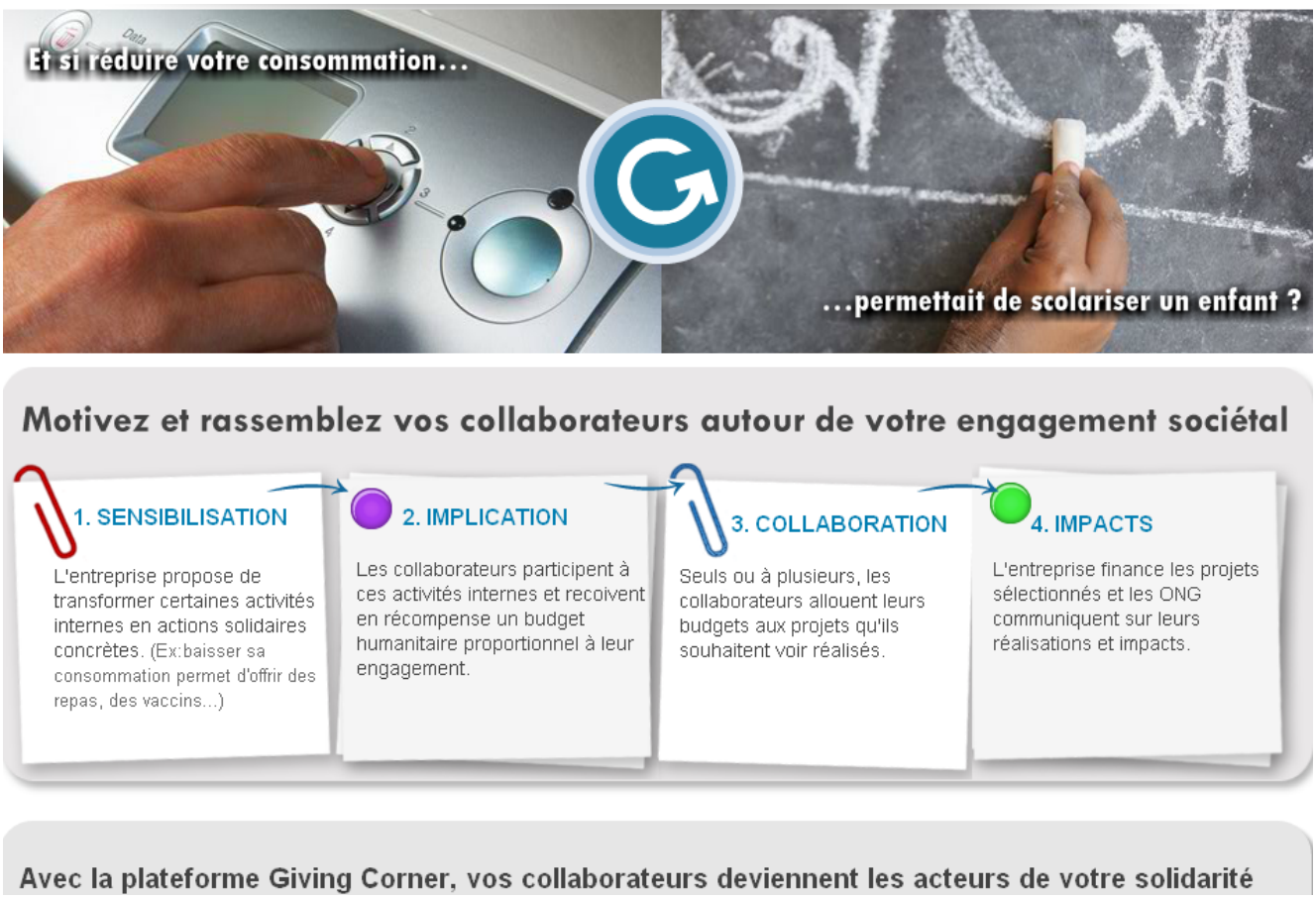
vu ici sur l'Atelier

Une bonne action pour l'entreprise peut se transformer en bonne action tout court !

Inciter un commercial à réaliser ses objectifs de vente est -relativement- simple, la part variable de la rémunération est là pour cela.

Inciter un employé à faire des économies sur les fournitures, les frais postaux, etc. peut s'avérer plus compliqué.

Grace à la plate-forme GivingCorner, les actions concrètes réalisées en vue de la réalisation de tels objectifs vont être converties en points, puis les points en dons, dons qui seront versés à une association choisie parmi un panel sélectionné par l'entreprise.



Chaque employé dispose d’un compte nominatif sur cette plate forme qui lui permet de comptabiliser ses actions.

Les employés peuvent également se rassembler en équipes afin de se lancer des défis, proposer eux-mêmes des associations ou des projets.

Un système de back-office et de reporting permet de visualiser les résultats obtenus.

Des assocations telles que la Croix-Rouge, SOS Villages d’Enfants, Entrepreneurs du Monde, sont déjà référencées.

Une nouvelle version de mailforgood, portail caritatif

Jusqu'à présent, comme son nom l'indique, ce service proposait (depuis février 2010) de collecter au profit d'associations, via l'insertion d'une signature dans les mails.

De nouveaux services sont maintenant disponibles sur le portail, et ce depuis octobre 2011.

Après s'être inscrit, l'internaute est invité à choisir l'association qu'il désire soutenir.

Il pourra alors manifester son intérêt envers cette cause de différentes façons :

- Recommander l'association sur Facebook.
- Visionner une publicité et collecter de cette façon 0,07€ (60% des internautes visionnent une vidéo lors de leur visite).
- Faire un don directement sur le site, au profit de

l’association soutenue.
- et toujours donner via l’insertion d’une signature dans les mails.

Un peu plus de 30 associations sont référencées à ce jour sur ce portail, allant d’Action contre la Faim à l’Adive, en passant par les Toiles enchantées.

Le portail a permis de récolter (email, don, soutien confondus) environ 10 000 euros depuis sa création (reversés tous les 4 mois aux associations), pour un nombre moyen de soutiens sur Facebook compris entre 800 et 1 200 pour chaque association.

Ce service est gratuit pour les associations. Le portail se rémunère de deux façons :

- lors d’un don, l’internaute peut reverser un « pourboire ».
- 30% des revenus générés par la lecture d’une vidéo publicitaire (soit 0,03€; 0,07€ étant reversés à l’association).

Karma Kingdom : jeu en ligne caritatif sur Facebook

vu ici sur l'Atelier,

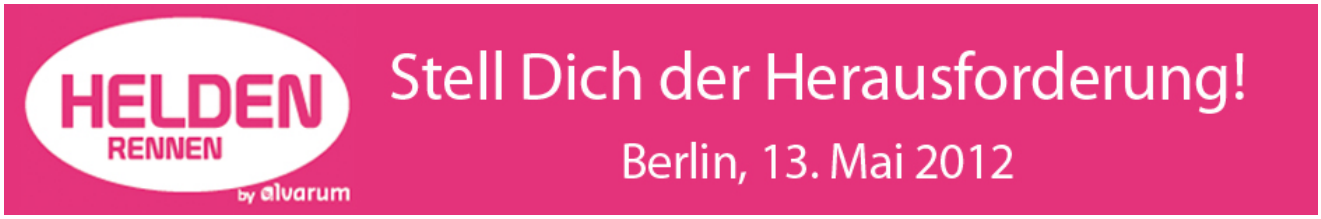
Karma Kingdom est un nouveau jeu social sur Facebook, qui intègre une dimension caritative.

Un partenariat a été signé entre l'éditeur du jeu (Asvathaa) , et la Sankara Eye Foundation, qui récolte des fonds pour des hôpitaux ophtalmologiques en Inde.

Lorsqu'un joueur achète un hôpital de la SEF durant une partie, la moitié de ses crédits Facebook sera reversée à la Fondation.

Dans un autre esprit, un autre éditeur de jeu (Zynga) avait lancé à l'automne 2011 une opération en partenariat avec Pizza Hut, selon laquelle tout donateur de 5€ au programme du WPF pouvait se voir remettre un objet utilisable lors de la partie.

Courses des héros 2012 – un évènement européen (Alvarum)



La course des héros est une opération maintenant installée dans le paysage caritatif français, et maintenant européen.

8 villes européennes sont concernées par l'édition 2012 de cet évènement créé en 2010 par Alvarum.

Le principe est simple :

chaque participant (le héros) s'inscrit, et ouvre une page de collecte de don en ligne sur le site dédié de l'opération. En mobilisant ses proches, il collecte au moins 300€ qui seront reversés à l'association de son choix.

Bilan des dernières années :

- Première édition, le 6 juin 2010 : 600 coureurs, représentant 45 associations, ont collecté plus de 300 000 € au profit de 45 associations et ONG.
- Seconde édition le 26 Juin 2011 : 1 250 coureurs, représentant plus de 80 associations caritatives et ONG ont collecté plus de 600 000 €.

Au delà de cet évènement, Alvarum (anciennement aiderdonner),

est une plateforme de collecte, qui permet à un internaute d'ouvrir une page de collecte dédiée à un évènement (mariage, etc.) et affectée à une association.

Il sera intéressant d'évaluer le niveau de « transfrontiarité » de la version 2012, pour savoir si les coureurs français, belges, ou allemands collectent plutôt au profit de petites associations locales, de grandes organisations nationales de leur pays, ou encore de structures internationales.

Résultat fin 2012, car 11 courses seront organisées entre les mois de mai (Berlin) et octobre (Munich).

Give and Go : une carte VISA prépayée caritative, au Canada

On connait le principe des cartes de crédit pré payées.

La particularité de cette carte est que 20% du montant est versé à une association.

Cette association peut être choisie par l'acheteur de la carte

lors de l’achat de celle-ci, ou par son destinataire au moment de son activation.

Le choix peut être fait parmi une liste d’associations pré-définies (la carte est alors aux couleurs de l’association), ou parmi l’ensemble des associations canadiennes.

Voir ici pour plus de détails.

En France, la Fondation Arthritis propose un tel système depuis fin novembre, en association avec la société Creacard.

Voir les détails de cette opération ici