

Entretien avec Scott  
Harrisson (fondateur de  
Charity:water) sur le journal  
du net

They came together as a community and built the road that would bring clean water to their village.

Watch the video and see their story.

▶ PLAY VIDEO

DONATE

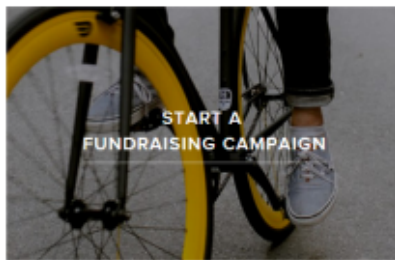


We're a non-profit organization on a mission to bring clean and safe drinking water to every person on the planet. Join us.



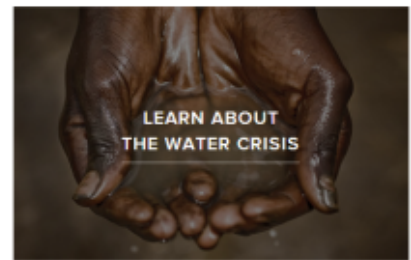
SPONSOR A WATER PROJECT

Sponsor a water project and give clean water to an entire community.



START A FUNDRAISING CAMPAIGN

56,659 people have started campaigns for clean water and you can too.



LEARN ABOUT THE WATER CRISIS

800 million people don't have access to clean drinking water. That's 1 in 9 of us.

We've funded **9,458** water projects in **20** countries. Here are three things that make us different.



**100% MODEL**

Private donors fund our operating costs so 100% of your donations go straight to the field.



**PROVING IT**

We prove every water project we build using photos and GPS coordinates on Google Maps.



**LOCAL PARTNERS**

We work with strong local partners on the ground to build and maintain water projects.

LEARN ABOUT OUR WORK

l'association [Charity:water](#) a été fondée en 2006 et compte 66 salariés.

Depuis cette date, elle a récolté 100 millions de dollars, et financé 9 400 projets. Elle se concentre exclusivement sur la problématique de l'accès à l'eau dans les pays en développement.

son fondateur revient dans cet entretien sur différentes spécificités de son organisation, et notamment sur des aspects liés à la collecte.

On retrouvera [ici l'intégralité de l'entretien](#)

### **Un modèle différent**

*Dès le départ, nous avons voulu que la totalité de l'argent collecté via notre plateforme soit entièrement dédié au financement des projets que nous menons. Ainsi, chaque microdon contribue réellement au financement d'une installation. Les coûts liés à l'opérationnel sont, de leur côté, entièrement pris en charge par l'apport financier d'investisseurs privés tels que Jack Dorsey (Twitter) ou encore Sean Parker (Napster, Facebook). Autre élément important, nous souhaitons que le donateur puisse se rendre compte de manière très concrète de l'utilisation qui était faite de son argent et de son impact sur la vie des populations locales.*

### **Un reporting détaillé sur chaque projet**

*Le programme [Dollard to Project](#) permet aux donateurs de voir exactement où sont passés chaque dollar qui a été dépensé pour un projet. Nous mettons également à leur disposition les coordonnées GPS de chaque installation ainsi que des photos du travail réalisé dès que le projet arrive à son terme. Notre modèle repose sur une totale transparence.*

### **La présence sur les réseaux sociaux**



*Notre présence sur les réseaux sociaux et notre attitude très « early adopter » a fait dès le début partie intégrante de notre ADN. En effet, dès qu'un nouveau réseau social fait son apparition, nous l'essayons de manière presque systématique, avec plus ou moins de succès selon les cas. Nous avons, par exemple, été l'une des premières marques à ouvrir un compte sur Instagram. Nous sommes également l'une des rares organisations à but non-lucratif à dépasser le million de followers sur Twitter.*

---

## les financements innovants dans les associations et les fondations – état des lieux et perspectives



Etude réalisée par le [Cerphi](#), avec la contribution de [France Générosités](#), du [Crédit Coopératif](#), et de l'[Association Française des Fundraisers](#).

Entretiens réalisés entre juin et septembre 2013 avec des prestataires, agences, acteurs du secteur associatif.

Nous évoquons ici les points clés de l'[étude, dont le contenu peut être téléchargé ici](#)

## **1. Innover est une nécessité**

- Dans le domaine de la recherche de fonds comme ailleurs, l'innovation représente une opportunité (être en phase avec les évolutions de la société), une urgence (survivre), une nécessité (un facteur de différenciation stratégique dans un secteur de plus en plus concurrentiel).

## **2. Le secteur associatif est peu innovant en la matière**

- des freins liés au manque de ressources, d'implication de la gouvernance, faible culture de l'innovation

## **3. La définition de ce qu'est un financement innovant n'est pas claire**

- S'agit-il de techniques nouvelles, ou d'améliorations de

techniques existantes ?

- le caractère innovant a t-il finalement un intérêt en soi ? (ce qui compte, est le résultat !)

#### 4. Une offre de nouveaux outils est apparue ces dernières années

Ces nouveaux outils sont variés, mais ont un certain nombre de points communs :

- la place tenue par internet et les nouvelles technologies
- des mécaniques complexes de sollicitation indirecte
- une intermédiation nouvelle de la relation au donateur
- de nouveaux publics
- des micro-dons

#### 5. Ces outils sont portés par de nouveaux acteurs



#### 6. Une première typologie peut être proposée

- Les outils de la générosité embarquée (micro-don, arrondi sur salaire, cartes de don, cartes de paiement solidaire)
- Les outils s'appuyant sur les réseaux et la

communication entre pairs (plateformes, portails de don ou d'engagement, pages de collecte)

## **7. Les associations sont en phase d'apprentissage**

- ticket d'entrée
- investissement
- foisonnement d'offres souvent redondantes
- outils en cours d'élaboration, modèle économique reste à trouver
- pas encore d'évaluation
- difficultés réglementaires

## **8. Les changements induits sur la notion de don et la relation donateur sont importants**

- La notion de don est à la fois banalisée (micro-don, multiplication des opportunités) et valorisée et impliquant (collecteur, choix d'un projet)
- La relation au donateur change. L'association n'a plus forcément de contact avec un donateur identifié, mais plutôt une communauté à animer et mobiliser.

## **9. Les avantages sont nombreux**

- Utilisation d'outils clés en main
- Coûts réduits
- Multiplication des opportunités de don
- Effet démultiplicateur des réseaux
- Accès à une nouvelle génération de donateurs

## **10. L'impact sur les organisations est difficile à mesurer**

- Sur l'identité des associations, le message qu'elles délivrent
- Au delà du don, ne voit-on pas apparaître la notion de « micro-engagement » (bénévoles)
- Quel rôle pour les prestataires ?

## Les pistes de travail

- Engager une démarche sectorielle (partager et mutualiser)
  - Sensibiliser la gouvernance des associations
  - Développer une culture de l'innovation
  - Mesurer et évaluer les résultats
  - Ne pas innover pour innover, mais inclure l'innovation dans la stratégie globale
  - Organiser le financement de l'innovation
- 

# Le passage au numérique pour les associations. Conférence e-nonprofits

Organisée par Iraiser, en partenariat avec les principales agences de communication intervenant dans le secteur caritatif, cette conférence aura lieu le 27 janvier 2014.

Elle part du constat que si le secteur de la VPC a connu une migration numérique durant les dernières années (passant de 0 à plus de 80%), le secteur associatif est resté en retard dans ce domaine, continuant à s'appuyer largement sur les canaux classiques.

Cette journée permettra de profiter du retour d'expériences d'acteurs tels que 3 Suisses, AirFrance, Sephora, Voyages-Sncf, Christie's et Samsung.

Au programme :

- Pourquoi et comment recruter des personnes compétentes pour concevoir, mettre en oeuvre, gérer et optimiser une stratégie numérique ?
- Quelle stratégie numérique pour réussir ?
- Comment exploiter au mieux les réseaux sociaux ?
- L'utilisation de la « Vidéo » avec une capacité extraordinaire à générer des émotions, principal moteur de dons !
- Le numérique : une réglementation juridique spécifique à connaître ?
- Les aspects techniques (serveur, hébergement, disponibilité des pages, redondance... )
- Le numérique, complément aux autres canaux

Pour plus de détails, et s'inscrire, c'est [ici](#)

---

## 9ème conférence de fundraising pour l'enseignement et la recherche



# 9<sup>e</sup> conférence de fundraising

POUR L'ENSEIGNEMENT SUPÉRIEUR ET LA RECHERCHE

Rendez-vous les **11, 12 et 13 février 2014** (2,5 jours de formation)



Organisée par l'AFF, cette conférence se déroulera à Paris les 11, 12, 13 février.

Alternant séances plénières, master class, ateliers, tables rondes elle permettra d'aborder des thèmes aussi variés que

- Quelle stratégie adopter auprès des entreprises ?
- Le crowdfunding, mythes et réalités
- Comment identifier vos meilleurs donateurs dans votre base alumni ?
- L'art du community management
- Traditions familiales de mécénat. Témoignages de philanthropes
- Fiscalité et créativité
- etc.

Programme détaillé et inscription [ici, sur le site de l'Association Française des Fundraisers](#)

---

## les clés du fundraising – un ouvrage collectif de l'Association Française des Fundraisers

on pourrait dire de ce livre qu'il a été écrit à 1 440 mains, sachant que l'[AFF](#) compte 720 adhérents à fin 2013.

Il représente en effet la synthèse des expériences accumulées, des sessions de formation, des séminaires, des expertises, des articles de Fundraizine (magazine trimestriel de l'AFF), développées par les membres de ce réseau de professionnels regroupés au sein de cette association depuis plus de 20 ans.



Cet ouvrage s'adresse à tous ceux (ONG, écoles, établissements culturels, centres de recherches, fondation, fonds de dotation, associations) qui souhaitent construire un projet de collecte de fonds en adéquation avec leur mission, en profitant des derniers outils et des meilleures pratiques.

Il alterne considérations stratégiques et conseils pratiques :

- la base de la segmentation
- comment renouez les liens distendus avec les anciens donateurs
- le street fundraising
- l'utilisation d'internet
- les grands donateurs

- les legs
- etc.

[Bon de commande disponible ici](#)

D'autres guides thématiques sont attendus, sur chacun de ces thèmes et d'autres encore.

---

## [Une tirelire virtuelle pour des pièces jaunes 2.0](#)

Tout le monde connaît les pièces jaunes, opération menée par la [Fondation Hôpitaux de Paris Hôpitaux de France](#) depuis maintenant 25 ans.

Une bannière publicitaire sur un fond bleu clair. À gauche, un soleil jaune éclaire une tirelire virtuelle blanche et orange avec des pièces jaunes à l'intérieur. À droite, le titre "La tirelire virtuelle" est écrit en orange, suivi de "Créer, donner, partager" en blanc. Le texte principal annonce l'anniversaire de 25 ans de l'opération et propose de créer une tirelire virtuelle pour participer à un concours. En bas, deux boutons d'action sont visibles : "Créer une tirelire" et "Remplir votre tirelire".

**La tirelire virtuelle**  
Créer, donner, partager

En 2014, Pièces Jaunes fête ses 25 ans !

Depuis 1989, plus de 7 800 projets ont été financés pour les enfants et les ados hospitalisés. Grâce à vos dons, nous continuons d'améliorer chaque jour, la vie à l'hôpital.

Nous vous proposons de créer votre tirelire virtuelle, de la personnaliser, de donner et d'inviter vos amis, votre famille, votre entourage à participer à cet élan de générosité.

Pendant 25 jours, du 8 janvier au 1er février, un concours est organisé, à l'issue duquel les 25 tirelires qui atteindront les plus gros montants seront récompensées par un très joli vide-poche en porcelaine de Limoges créé et designé gracieusement par la [Maison Bernadaud](#) tout spécialement pour le 25ème anniversaire des Pièces Jaunes.

**Créer une tirelire**  
& inviter ses amis à la remplir  
> Je commence

**> Remplir votre tirelire**  
en faisant une recherche  
> Je participe

l'agence [EQUINOA](#) a développé [le site tirelire pièces jaunes](#) (sous la forme d'un mécénat de compétence) pour permettre aux internautes de donner et faire donner en lignes

dans des tirelires virtuelles.

La création d'une tirelire, après la création d'un compte, permet de personnaliser la tirelire:

- nom de la tirelire
- message associé
- image
- objectif de collecte

Une fois la tirelire créée, l'internaute collecteur est invité à faire un premier don, et à partager sa tirelire par mail ou Facebook.

La tirelire est accessible en ligne [via un lien](#) qui accède à la page de la tirelire, qui reprend

- les caractéristiques de la tirelire (nom du collecteur, image, objectif de la collecte, montant déjà collecté : *question, les créatifs de l'agence ont-ils prévu une animation spéciale lorsque la tirelire déborde ?*)
- une zone de don avec calculatrice de déduction
- un rappel sur les objectifs de la Fondation Hôpitaux de Paris Hôpitaux de France
- des éléments de réassurance sur le respect de la vie privée et la sécurisation du paiement

A chaque nouveau don effectué, un message est envoyé au collecteur pour l'informer du montant (et de l'équivalent en poids : 1kg = 15€ ! )

Le collecteur peut se connecter à son compte pour :

- créer une nouvelle tirelire
- désactiver une tirelire
- envoyer de nouvelles invitations
- faire un nouveau don



A noter : le site n'offre pas de vision globale, qui afficherait la liste de l'ensemble des tirelires créées. Ceci évite l'effet contre productif provoqué par un éventuel faible nombre de projets ouverts, et permet en outre de maintenir un lien personnel entre le collecteur et son réseau.

La page d'accueil met en avant 3 tirelires, et permet de rechercher une tirelire en fonction de son nom, ou du nom ou prénom de son créateur.

---

**DavinciCrowd : plateforme de crowdfunding pour la recherche et l'enseignement supérieur**