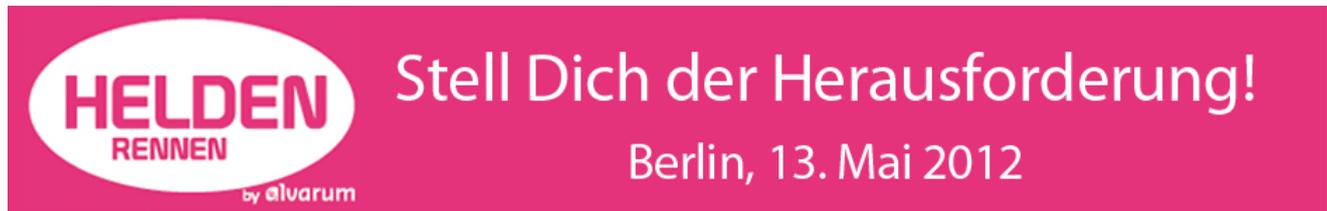


Courses des héros 2012 – un évènement européen (Alvarum)



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).

Les boucles du cœur (partenariat Carrefour – SOS Villages d'Enfants)

L'opération caritative Les Boucles du cœur, lancée par Carrefour et confiée à l'agence One Heart, a permis de récolter près de 450 000 euros au profit de l'association SOS Villages d'enfants.

Un [site Internet](#) a été créé afin de mobiliser les clients Carrefour et les internautes en favorisant le don traditionnel et le don en ligne.



Différents contenus sont proposés sur le site :

- rappel du principe de l'opération ;
 - présentation de l'association soutenue ;
 - les différentes formes de collecte :
 - *en magasin ;*
 - *en ligne, fonctionnalité gérée par Alvarum ;*
 - l'inscription à la course ;
 - les témoignages ;
 - la page Facebook
-

10 idées pour optimiser la collecte en ligne de fin d'année (AFP)

Synthèse de la traduction d'un article de Gail Perry, disponible [ici](#) dans son intégralité.

La période de fin d'année cristallise l'envie de donner, et c'est particulièrement vrai pour les dons en lignes : 40% des dons en ligne sont effectués en décembre, et la moitié de ces 40% sont fait les 2 derniers jours de l'année !

Par ailleurs, ces dons sont effectués par des donateurs plus jeunes, et sont en moyenne plus importants (84\$ contre 67\$ durant l'année).

Comment faire alors, pour augmenter ces dons de qualité ?

1. Demandez souvent, et ayez une offre variée

- La période de fin d'année est chargée, et vos destinataires auront besoin de plusieurs rappels
- Tous vos donateurs n'ont pas la même vision de la façon dont ils veulent vous aider, ni de combien ils veulent vous donner. Répondez à cette diversité.

2. Engager le dialogue par des remerciements

3. Varier les messages, en utilisant des axes tels que :

- partage d'une expérience réussie
- bilan des actions engagées durant l'année
- demander aux donateurs fidèles un don additionnel, en évoquant un projet particulier
- créer un challenge se terminant le 31 décembre

4. Mettez en avant les cadeaux solidaires

- sans oublier les e-cards

5. Insistez sur les déductions fiscales les 30 et 31 décembre

- un exemple de campagne en 3 temps :
 - 23 décembre : email de holiday support
 - 29 décembre : rappel des avantages fiscaux
 - 31 décembre : email de la dernière chance

6. Assurez-vous que votre site internet est en cohérence avec vos campagnes

- Plus de 65% de vos donateurs iront se promener sur votre site avant de faire un don.
Il est essentiel à cette occasion que l'appel à action qui s'y trouve soit clair, concis, et directif

7. Facilitez la vie de vos donateurs

- Faites en sorte que la circulation sur le site soit rapide, fluide, et intuitive. Certaines études montrent que 98% des possibles donateurs abandonnent avant de conclure !

8. Agrandissez votre bouton DONNEZ MAINTENANT

- Humanisez le, vérifiez que sa place est optimum

Check out Network for Good's three tips for the best donate button: make it big; put it above the fold, and create a simple, easy-to-use contribution form.

9. Optimisez votre page de don

- Simplifiez la, rendez la fluide, et évitez quelques erreurs :
 - page surchargée
 - ergonomie non intuitive
 - formulaire trop long et complexe
 - champs de saisie inutiles
 - pas d'indication de l'adresse ou du téléphone

- messages d'erreurs inquiétants et pas clairs

10. Faites tester (et re tester) le process de don en ligne par des « vrais gens' »

- en créant un scénario de test tel que
 1. trouver le site
 2. trouver la page de don
 3. donner