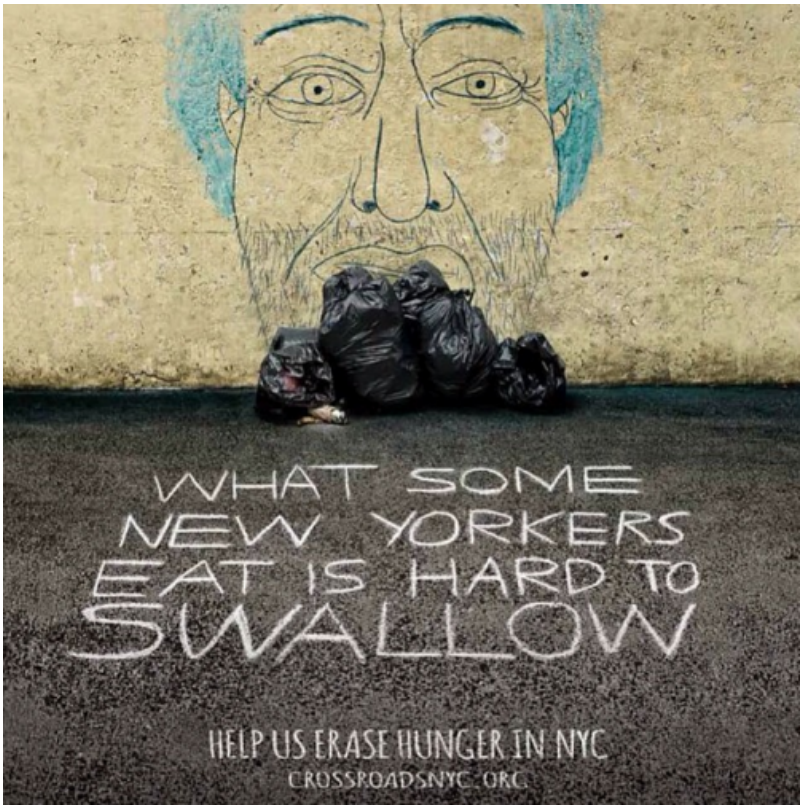
street art pour aider les sans abris

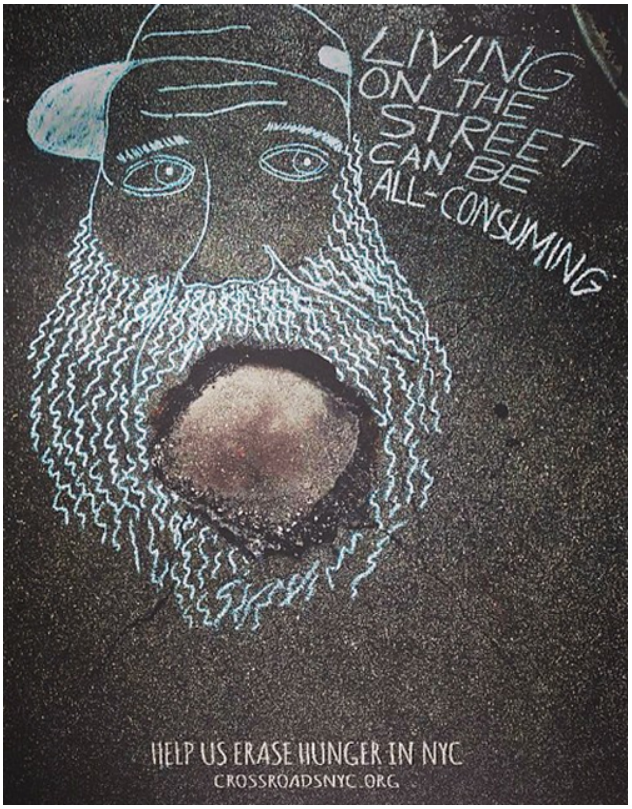
L'association Crossroads Community Services intervient pour nourrir et héberger les sans abris new-yorkais.

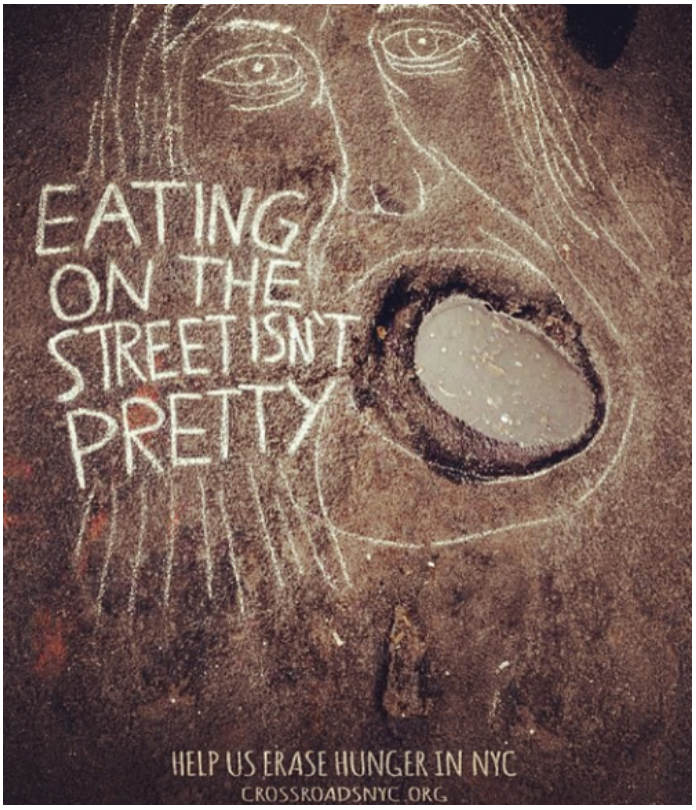


Elle a trouvé une façon originale et peu couteuse de communiquer sur les lieux mêmes de ses interventions :

[vignette]


WHAT SOME NEW YORKERS EAT IS HARD TO SWALLOW
HELP US ERASE HUNGER IN NYC
CROSSROADSNYC.ORG


LIVING ON THE STREET CAN BE ALL-CONSUMING
HELP US ERASE HUNGER IN NYC
CROSSROADSNYC.ORG


EATING
ON THE
STREET ISN'T
PRETTY
HELP US ERASE HUNGER IN NYC
CROSSROADSNYC.ORG


WHAT



Dans le même esprit, mais en print, on se souvient de la campagne de l’Armée du Salut, réalisée par l’agence Optimus



[Panier solidaire pour Haïti – Frères des Hommes]

L'Association [Frères des Hommes] propose un dispositif ingénieux et ludique pour supporter une opération de collecte en faveur des paysans d'Haïti.

L'objectif est de distribuer 41 tonnes de semences pour Noël aux familles haïtiennes, afin de contrer la famine.

Plutôt que de choisir le montant de son don, l'internaute est invité à composer son panier directement, en cliquant sur les produits.

Chaque clic augmente le poids du produit sélectionné, les résultats en poids et le montant du don correspondant sont affichés.



Un premier clic permet de valider la commande. il suffit alors de sélectionner son mode de paiement (carte bancaire ou Paypal) pour passer au processus de paiement proprement dit.

Un dernier clic, et le paiement est validé.

Une page de remerciement rappelle la possibilité de partager l'opération avec ses contacts, via Facebook, Twitter, ou encore directement par mail.



Cette incitation à partager est répétée dans le mail de remerciement qui est envoyé.

L'accent a été mis avec succès sur l'ergonomie et la simplicité de ce dispositif qui permet de contribuer à l'action de Frères des Hommes en « 2 saisies 3 clics » (e-version du 2 temps 3 mouvements !)

De ce point de vue, seules les informations indispensables (prénom et mail) sont demandées (la page de don en ligne de l'Association est d'ailleurs également assez réussie de ce point de vue).

Quelques minutes après avoir validé votre paiement, et si vous avez coché la case de demande d'un reçu fiscal, vous recevrez un mail vous invitant à remplir un formulaire en ligne vous permettant de compléter l'ensemble des informations nécessaires !

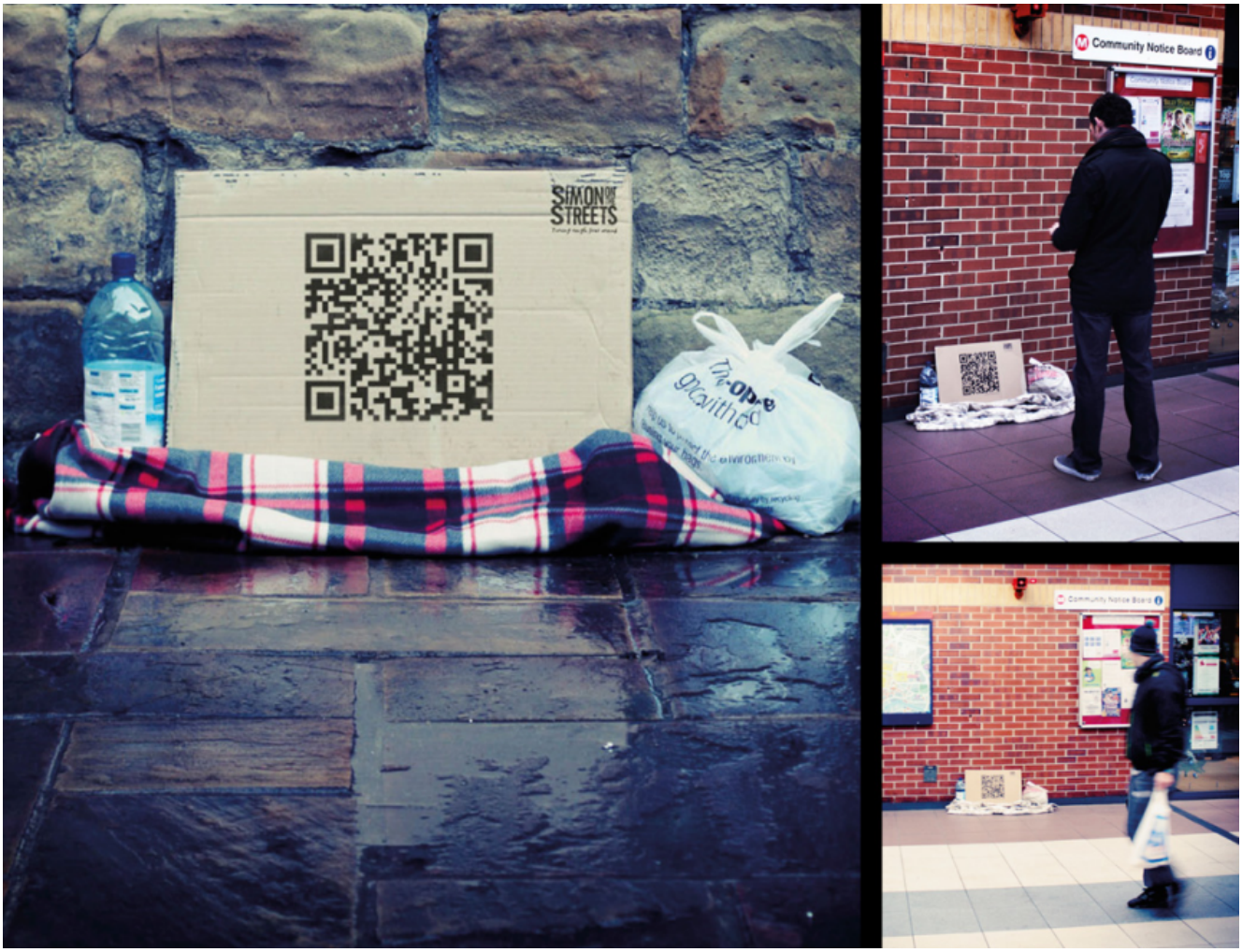


---

vous avez aimé le SDF sur Iphone, vous adorerez le QR code SDF … ou pas

Le SDF tagamochi sur Iphone, c'était ici (appli iHobo développé pour l'association dePaul UK)

L'association Simon on the Street, qui agit auprès des SDF dans le Yorkshire, a mené (en décembre 2011) une opération de street marketing basée sur les QR Codes.



Cette opération a consisté à placer dans la rue des cartons sur lesquels était imprimé un QR code, environné d'objets associés en général aux SDF, tels qu'une couverture, des bouteilles vides, des sacs de course.

Le passant pouvait alors flasher le QR code, et se trouvait dirigé vers une page de don en faveur de l'association.

Les résultats de l'opération restent en dessous des objectifs :



(sur les 1 700€ récoltés, 1 200 l'ont été via un don de l'agence en charge de l'opération, et seuls 21 dons en ligne ont été recensés).

Une toute autre façon d'aborder la question, par l'association Life Vest Inside. Cette association oeuvre pour le développement des bonnes actions au quotidien. Le film Kindness Bommerang montre une succession d'actes concrets de bonté. Gentil.

[iframe http://www.youtube.com/embed/nwAYpLVyeFU 560 315]

---

site de mobilisation de la Fondation Abbé Pierre

Aucun appel au don, mais une démarche en 3 temps :

1. Je m'interroge (des réponses sous forme de vidéos)
2. Je m'informe (les 4 engagements, télécharger le livret de la mobilisation, les fondements de la mobilisation)
3. Je signe

Cette opération vise à récolter 400 000 signatures à l'occasion de la campagne de mobilisation générale pour le logement, menée par la Fondation Abbé Pierre.

La viralité n'est pas oubliée, avec la possibilité de relayer la campagne via Facebook, Twitter, ou encore par un mail.

Il est également possible de devenir « cyberactiviste », grâce à une boite à outils contenant divers liens vers les vidéos, le téléchargement des affiches, ainsi que des bannières à

différents formats.

http://www.mobilisationlogement2012.com/je-signe-la-petition

Financer la rénovation d'une chambre à la Cité internationale universitaire, Campagne Centrale Paris

L'opération *Une chambre à votre nom* consiste à proposer aux particuliers de contribuer à la réhabilitation des 40 maisons de la Cité internationale.

Tous les dons obtenus pour ce projet sont versés au Fonds de soutien du Patrimoine de la Cité internationale, qui permet chaque année de financer une partie des travaux de restauration et de maintenance entrepris dans les chambres et espaces communs de l'ensemble des maisons.

En contrepartie, pour tout don égal ou supérieur à 1 000 euros, le contributeur peut donner son nom, ou le nom de son choix (personne physique), à une chambre de la maison choisie, par la pose d'une plaque à l'entrée.

Un exemple supplémentaire de la politique de fundraising de

plus en plus active des universités et grandes écoles.

Récemment par exemple, l'opération Défi 2010 interpromos centraliens menée de fin novembre 2010 à fin février 2011, a permis à l'école Centrale Paris de récolter 600 667 euros entre novembre 2010 et fin février 2011, avec un don moyen de 3 500€ (168 dons enregistrés).

Un résultat représentant plus du double du montant collecté l'année précédente.

---

l'offre e-card de l'UNICEF

Présenté ici comme un nouveau service , il s'agit en fait de la nouvelle ergonomie d'une offre qui avait été lancée il y a quelques années sans rencontrer le succès espéré.

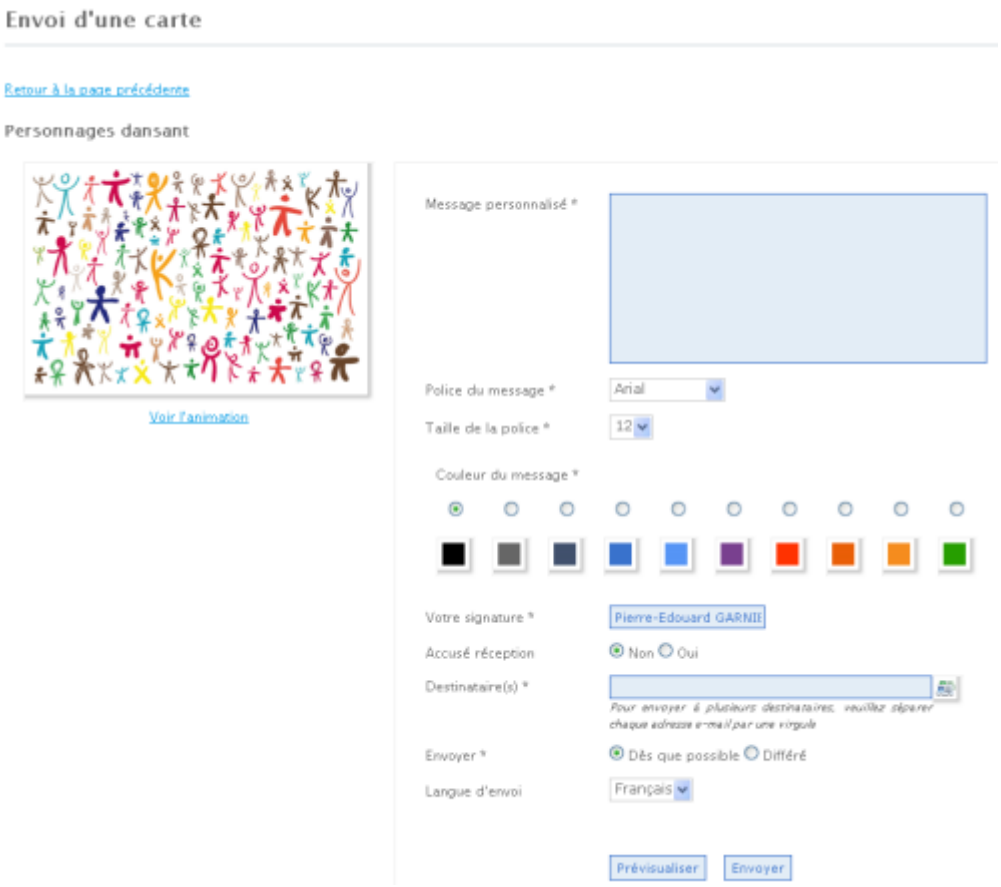
Le principe est assez simple.

1. S'inscrire en ligne en ouvrant un compte personnel ou professionnel
2. Créditer son compte (0,93€ pour chaque carte envoyée)
3. Envoyer des cartes électroniques (voeux, événement, anniversaire, etc.)

    - *choisir la carte parmi différentes collections*
    - *choisir le message*
    - *choisir les destinataires (un par un, ou à partir d'un carnet d'adresse qui peut être importé)*

- *choisir le mode d'envoi (immédiat ou différé)*

- *possibilité d'avoir un accusé de réception pour chaque envoi*



Concernant la possibilité d'envoi groupé et de gestion du carnet d'adresses, une modernisation utile aurait pu consister à pouvoir récupérer directement ses contacts depuis un compte gmail, ou de pouvoir publier sa carte sur un compte facebook (mais le service consommerait dans ce dernier cas un moins grand nombre de crédits !).

Ce service peut être utilisé par des entreprises qui pourront alors attribuer des crédits à des collaborateurs ou les offrir à des clients.

Dans ce contexte professionnel, les cartes peuvent être personnalisées et la mise en oeuvre d'une charte graphique est possible (forfait supplémentaire à prévoir).

La gestion du compte peut alors devenir un peu plus délicate, ce qui justifie un guide utilisateur très complet, accessible en ligne (voir ici).

Les sauveteurs en mer (SNSM) – Campagne de recrutement en ligne

A l'occasion du salon nautique qui se tient prochainement à Paris, la SNSM lance ce mini site de campagne, réalisé par l'agence Optimus.

Les rubriques proposent :

- Une vidéo de présentation de l'Association ;
- Des informations, des liens sur le site institutionnel de l'Association ;
- Des témoignages, des vidéos (avec la possibilité de déposer son propre témoignage ou message de soutien) ;
- Un Quizz, (à chaque question aurait pu être associé un lien-indice pointant sur le site de l'Association, afin de favoriser l'appropriation par l'internaute);
- Un mur de photos de soutiens, avec inscription à un jeu. L'internaute a en effet la possibilité de « tirer son chapeau aux sauveteurs en mer » en téléchargeant sa photo afin de la faire apparaitre sur le mur de soutien. Il participe ainsi à un jeu par tirage au sort, en inscrivant ses coordonnées.
  L'objectif affiché de la campagne est de recruter 20 000

soutiens d'ici la fin de l'année.

- Des outils pour réseauter (sur Facebook et Twitter), et promouvoir l'opération (bannières)
- Un lien, naturellement, sur la page de don en ligne de l'Association

---

Carton Rouge au mal logement – minisite de la Fondation Abbé Pierre

Conçu par l'agence Excel, et développé par SMOL, ce site [visible ici] est lancé par la Fondation Abbé Pierre à l'occasion de sa campagne de communication « **Carton rouge au mal logement**« .



On retrouvera les fonctions maintenant classique cette

catégorie de site :

- La vidéo de la campagne , et la possibilité de signer la pétition en ligne
- Les différentes formes d'action (virtuelles) contre le mal logement
  - signer la pétition
  - devenir cyber activiste, en se connectant à la page Facebook de la Fondation
  - diffuser la pétition en la téléchargeant
  - signaler le site à un ami (par mail)
  - suivre la Fondation sur Twitter
- La présentation des différentes actions de la Fondation
- Un lien sur la page de don en ligne

---

don via mobile, la campagne Mobile Bell Ringer (Salvation Army, mGive)

vu ici sur le site de l'Atelier

mGive lance avec The Salvation Army une campagne de collecte de dons sur mobile.

Baptisée Mobile Bell Ringer, cette campagne s'ajoute à la campagne traditionnelle de collecte de cette association pour la période de Noël.

Elle utilise mRaiser, nouvel outil de collecte sociale peer to

peer, qui encourage une compétition amicale entre les supporters, qui se fixent des objectifs de collecte et utilisent leur réseau pour collecter des micro-dons afin de parvenir à ces objectifs.

L'inscription s'effectue simplement en envoyant BELL au 50555. Un lien est alors envoyé sur le mobile, pour procéder à l'inscription, télécharger la sonnerie caractéristique de la campagne, envoyer des demandes de don, suivre les dons collectés, et comparer sa progression par rapport aux autres collecteurs.

Pour collecter un don, il suffit d'enregistrer le numéro de mobile d'un ami sur la page d'accueil de Mobile Bell Ringer, en déclenchant ainsi l'envoi d'un SMS au donateur potentiel.

> Il suffira à ce dernier de répondre YES à ce message, pour confirmer le don de 10$.
>
> Un message de remerciement est envoyé au donateur accompagné d'un lien URL lui permettant d'imprimer un reçu fiscal.
>
> Le don apparaît sur la facture de téléphone du donateur.
>
> L'opérateur reverse ensuite la collecte à la fondation mGive, qui la reversera finalement à l'association sous 90 jours.

voir les conditions d'utilisation des services mGive ici

Transformez l'énergie de

votre souris en électricité pour l'Afrique (Energizer/Unicef)

Le mini site Positive Energy Program (**à voir ici**) a été développé par la société Energizer, pour le programme Light up Africa de l'UNICEF.

3 Films dénommés HYPERACTIVE MOVIES présentent des personnages dans diverses situations avec en bas de l'image une barre d'énergie graduée de 0 à 100.

En activant la souris sur l'image, l'internaute active les personnages.

Le but du jeu consiste à bouger le plus vite possible la souris pour que la barre d'énergie atteigne 100.

Il est ainsi possible d'aider des ados timides à s'embrasser fougueusement, un haltérophile à soulever ses haltères, un hélicoptère à décoller.

Chaque partie gagnée permet de cumuler des « energy units » qui seront converties en euros après inscription du joueur.

Un lien permet naturellement de partager le site sur sa page FaceBook,ou d'inviter un ami à venir sur le site en indiquant son mail.

La société Energizer participera ainsi à un programme UNICEF d'installation de capteurs solaires dans 250 écoles en Mauritanie, et ce dans un maximum de 65 000€.