

Plateformes de dons en ligne : il y en a pour tous les goûts !

Le don en ligne assure une trésorerie à flot pour votre association et a un avantage majeur : il mobilise très peu de ressources. Si vous souhaitez lancer un appel aux dons, il vous faudra choisir la bonne plateforme pour votre projet. Ensuite, à vous de vous démarquer.

Depuis dix ans, l'essor des campagnes de dons en ligne est considérable. Le nombre de plateformes et d'associations bénéficiaires ainsi que les montants collectés ont explosé. Il existe aujourd'hui une myriade de plateformes de collecte.

En phase avec votre image

Elles ont chacune leur propre identité et peuvent être dédiées au soutien de projets à visée solidaire mais également commerciale : KissKissBank-Bank (www.kisskissbankbank.com), Ulule (fr.ulule.com), Indiegogo (www.indiegogo.com), Kickstarter (www.kickstarter.com) partagent globalement la même approche : validation préalable du projet, objectif de montant et de durée précis, et souvent politique du « tout ou rien » selon lequel les contributeurs seront remboursés et le porteur de projet ne recevra pas les financements collectés si l'objectif de collecte n'est pas atteint. Vous devez faire votre propre comparaison pour identifier celle qui répondra le mieux à votre besoin (frais de gestion, assistance, possibilité d'organiser la collecte en groupe, etc.). Mais au-delà de ces aspects techniques, l'identité de la plateforme sera également déterminante. Elle doit être en phase avec l'image de votre association et la campagne que vous souhaitez mener.

Porteuses d'une thématique

Un atout pour votre projet : certaines plateformes se sont spécialisées. Il y a BlueBees pour l'agriculture, Collecticity pour les collectivités locales, Dartagnans pour le patrimoine et la culture, Fundovino pour les projets dans le monde du vin, CredoFunding pour la communauté catholique, Proarti pour les artistes ou encore, si votre association a un ancrage territorial marqué : Grainesd'actions en Bourgogne, Dadendo en Outremer, Gweneg et Kengo dédiées aux projets bretons. D'autres sont nées afin d'apporter une réponse solidaire à un événement ou à une crise d'ampleur pour canaliser les élans de générosité que l'émotion suscite. Par exemple, Don-Coronavirus.org créée par Helloasso a permis de regrouper les appels aux dons uniquement via des organismes reconnus.

Uniquement pour les associations

Les plateformes destinées aux associations s'avèrent plus adaptées. La plus utilisée en France est HelloAsso (www.helloasso.com). Elle est simple et rapide : une fois son compte créé (statuts, parution au JO et liste des administrateurs), l'association peut lancer sa campagne via son espace personnel. Le formulaire de don est personnalisable, intégrable à un site web et traduit en anglais. Totalement gratuit, le site se finance uniquement grâce aux pourboires que les dona-

teurs peuvent choisir de laisser lors du don. Et un reçu fiscal est envoyé automatiquement au donateur. Une autre plateforme, Commeon (www.commeon.com/fr) insiste davantage sur le rôle actif du donateur présenté comme un mécène (le don minimum est de 10 €). Iraiser (www.iraizer.eu/fr/) propose une offre à partir de 175 € par mois, pour un nombre illimité de campagnes et un service all inclusive (statistiques, marketing, comptabilité, analyse des données et reporting, formations, assistance technique téléphonique...). À l'échelle mondiale, on compte GoFundMe (fr.gofundme.com) : simple, gratuit avec un support technique 24/7 mais sans émission de reçus fiscaux. Enfin, Facebook permet d'intégrer un formulaire de don à votre page et d'organiser des collectes de fonds via votre profil avec le lien « Collecte de fonds ».

Des outils complémentaires

Charity Navigator (www.charitynavigator.org) est une sorte d'agence de notation : santé financière, efficience des actions, utilisation des dons. Sa fonction Giving Basket permet de verser un don à l'organisme de bienfaisance de son choix. Sinon en inscrivant votre association sur Goodeed (www.goodeed.com), vos donateurs pourront faire des dons gratuitement en visionnant une publicité. Pour chaque vue, la plateforme vous reverse une somme allant de quelques centimes à plusieurs euros selon le ciblage. Il y a aussi Lilo

(www.lilo.org), le moteur de recherche alternatif permettant à vos soutiens de donner gratuitement grâce à leurs recherches sur le web. La procédure d'admission est sélective : examen de votre dossier, puis convention avec Lilo. Si votre dossier est accepté, vous devez encourager les membres de votre communauté à installer l'application sur leur navigateur. Une fois que votre projet a atteint un certain seuil, il devient accessible à tous les utilisateurs de Lilo. La moitié des montants revient à votre projet, et l'autre moitié à la promotion et au fonctionnement de la plateforme. Enfin, si votre site est hébergé sur WordPress (wordpress.org), vous pouvez installer gratuitement le plugin Give pour collecter des dons directement sur votre site, et de ne plus avoir besoin de passer par une plateforme tierce.

Être ambitieux et réaliste

La réussite de votre collecte ne tient pas uniquement au choix de la plateforme. L'objet de l'appel aux dons doit s'attirer les bonnes grâces du public. Pour cela, la description de votre projet doit être suffisamment détaillée pour que les internautes soient rassurés sur l'affectation de leur don. Claire, synthétique et attractive, votre présentation doit susciter leur participation (photos de l'équipe, illustration de la répartition budgétaire...). Ensuite, vous devrez déterminer le public visé : les donateurs et adhérents constitueront votre premier cercle, le second étant peuplé d'inconnus dont vous ignorez encore leur sympathie pour votre cause, mais que vous pourrez toutefois cerner à l'aide d'indices socio-géographiques (âges, centres d'inté-

rêt, etc.). Il est possible de donner à sa collecte un terme, lequel pourra être une date, un événement ou l'atteinte d'un montant souhaité. Au contraire, votre collecte peut se faire « au fil l'eau », comme une tirelire que vos donateurs abonderont et que votre association utilisera selon ses besoins. Cependant, il est recommandé de chiffrer son objectif et que celui-ci soit ambitieux tout en étant réaliste. ■



par Pierre Delicata, Avocat Chez Delsol Avocats

CROWDFUNDING : AVEC OU SANS CONTREPARTIE ?

Le financement participatif (crowdfunding) recouvre plusieurs types de financement parmi lesquels le prêt (crowdlending), l'investissement (crowdinvesting), et le don (crowdgiving), lequel se distingue par son intention libérale, c'est-à-dire l'absence de contreparties. Une association peut choisir d'octroyer des contreparties à ses donateurs afin de les remercier et les fidéliser, mais elles ne peuvent être que symboliques, ou matérielles sans excéder 25 % du montant du don (plafonné à 65 euros).

En savoir plus

- Étude « Associations et numérique 2019 » de Recherches et Solidarités, frama.link/cZ2Ck9x8
- Impact du Covid-19 sur les dons en ligne Iraisier, frama.link/xPnUCw3R

LE COVID DOPE LES DONS EN LIGNE

D'après l'étude « Associations et numérique 2019 » de Recherches & Solidarités, le don moyen en ligne en 2019 est de 131,70 euros, en croissance de 1,8 % par rapport à 2018. 12 % des dons effectués cette année-là ont été faits en ligne, 23 % des associations ont un objectif de financement par le numérique et 18 % d'entre elles utilisent des plateformes. La collecte en ligne devrait connaître un sérieux coup de fouet en 2020 du fait du confinement et de l'enjeu de la crise sanitaire. Ainsi, d'après Iraisier, on a assisté à une progression de + 693 % des montants de dons collectés en ligne pendant la première quinzaine d'avril 2020 comparée à celle d'avril 2019 !

