

DECOUVRIR LE FINANCEMENT PARTICIPATIF

Partenariat FFH – Fosburit, à destination des clubs, comités et ligues.

Le financement participatif, appelé également crowdfunding, est une méthode de financement basée sur les communautés des porteurs de projet. Le principe consiste à rassembler un grand nombre de personnes donnant un petit montant pour réaliser un projet. Des contreparties sont proposées en fonction du montant du don.

Qu'est-ce que le financement participatif ?

- Un outil pour rassembler et accroître vos communautés
- Une étape clé dans votre stratégie digitale
- Un levier pour générer des revenus alternatifs

Le crowdfunding vous permet de **mobiliser vos communautés** et de trouver le **financement nécessaire pour vos projets** : acquisition de matériel (ex : buts pour enfants, panneaux d'affichage, achat d'un minibus ...), participation à une compétition, ouverture d'une nouvelle section, ... Et pour réussir votre campagne de financement participatif, vous bénéficiez d'un **accompagnement de l'équipe Fosburit**.

Egalement, dans le cadre du partenariat avec la Fédération, **la commission Fosburit négociée est moins élevée** que celle sur les autres plateformes. Il s'agit d'une opportunité pour vous tous, clubs, comités départementaux et ligues, de réaliser vos projets à des conditions avantageuses. C'est donc un véritable **service** que vous propose la fédération !

1/ LA FORMULE D'ACCOMPAGNEMENT

- Kick-off : réussissez votre campagne avec un chef de projet dédié et des outils efficaces.
- Power-Play : Ajoutez une ou plusieurs options pour bénéficier d'un accompagnement sur mesure.
- 92% de réussite : avec plus de 500 projets financés, nos campaign managers vous accompagneront dans la réussite de vos projets.
- Pour les clubs, comités et ligues affiliés à la FFH : habituellement, la commission prélevée en cas de succès est de 10% HT. Dans le cadre du partenariat entre la FFH et Fosburit, la commission proposée est de 7.5% HT, tout en bénéficiant du même accompagnement individualisé.
- Egalement, lorsque la collecte passe en public, le projet est mis en avant sur les réseaux sociaux de la FFH pour lui donner plus de visibilité et de soutien de la part de la communauté du hockey en France.

2/ LES BASIQUES ET LE TYPE DE CAMPAGNE

Basiques :

Définissez le titre du projet et donnez-en une description rapide. Ces éléments doivent être simples, attractifs et à l'image de votre projet. Il faut éviter les mots comme « aide », « financer » et privilégier les termes comme « partager », « ensemble », « soutien ».

Le titre peut comprendre 60 caractères maximum et la description 130 caractères maximum.

Type de campagne :

- CLASSIQUE : un montant financier précis vous manque pour votre projet, le « tout ou rien » est idéal pour créer le sentiment d'urgence auprès de vos communautés.
- SUPPORTER : vous souhaitez fédérer un maximum de personnes et développer la notoriété de votre club ou événement, cette campagne est idéale.

- SOLIDAIRE : réservée aux projets caritatifs et solidaires, vous pourrez garder tous les fonds, même si l'objectif n'est pas atteint.

3/ L'HISTOIRE

3 éléments sont à renseigner pour faire de votre projet une histoire unique :

- VIDEO : cette partie est primordiale car la vidéo est un support très viral et c'est la première chose que regarderont les internautes sur votre fiche projet. Pas de pression, l'objectif est de se présenter directement aux contributeurs le plus naturellement possible : qui suis-je, quel est mon projet, pourquoi une campagne de crowdfunding, et finir par remercier les futurs contributeurs. L'idée est de combiner des séquences face caméra où le contributeur identifiera clairement le porteur de projet et des photos/vidéos de votre discipline/projet. Il s'agit d'un format court (1 minute à 1 minute 30) et filmé en mode paysage/horizontal.
- DESCRIPTION COMPLETE DU PROJET (1^{ère} partie) : dans cette partie, il faut se présenter personnellement et expliquer votre histoire, celle de votre projet avec le calendrier, le palmarès, ... Le but est de plonger les contributeurs dans votre univers tout en l'illustrant avec 4/5 photos de qualité.
- OBJECTIF FINANCIER (2^{ème} partie) : Ici, doit figurer le budget nécessaire au projet. Il faut être transparent et clair, en présentant les différents postes budgétaires et les aides que vous avez déjà récupérées (sponsors, subventions, ...), cela montrera votre implication et le sérieux du projet.

4/ LES CONTREPARTIES

Les contreparties correspondent à un facteur d'attractivité de votre projet. Plus vos contreparties sont originales et exclusives, plus elles seront incitatives à l'acte de contribution. Privilégiez les contreparties « money can't buy » basées sur l'émotion sportive. Les prix des contreparties et leurs nombres (en moyenne 6 à 10) dépendront du montant global fixé. Inspirez-vous des projets sur fosburit.com pour définir des contreparties.

5/ LE PROFIL

- VOUS : afin de mettre le projet en ligne, il est nécessaire que toutes les informations demandées soient remplies comme la photo du porteur de projet, la biographie (4/5 lignes), le lieu de domicile, les liens vers les pages externes du projet (votre page Facebook, votre compte Twitter, votre site personnel, ...)
- COMPTE : dans cette rubrique, il vous est demandé de renseigner quel type de porteur de projet vous êtes. Vous avez le choix entre 3 profils : le particulier, l'entreprise ou une association. Pour une association, si elle est reconnue d'intérêt général ou d'utilité publique, elle peut faire bénéficier aux contributeurs de réductions fiscales (66% pour les particuliers et 75% pour les entreprises). Ces informations sont obligatoires car elles sont demandées par la législation.

Pour lancer votre projet, c'est ici :

<http://www.fosburit.com/partenaires/federation-francaise-de-hockey/>

