



Bonjour,

On espère que tu vas bien.

Au programme ce mois-ci :

1. Notre analyse chiffrée de la collecte digitale basée sur 162 organisations utilisatrices de GiveXpert.
2. ☐☐ L'expérience menée : adosser une campagne P2P à un événement de mobilisation permet-il de booster sa collecte ?
3. La bonne pratique en matière d'engagement sociétal : Favoriser les égalités professionnelles. Notamment dans le numérique.

Analyser les chiffres de la collecte digitale

Basée sur 162 organisations utilisatrices de GiveXpert.

#bestpractice

Qui sont les 162 organisations caritatives du panel ?

Ces organisations, toutes utilisatrices des formulaires de dons et adhésions en ligne GiveXpert, collectent via le logiciel dans 12 secteurs : culture, protection des animaux, environnement, activités économiques, droits fondamentaux, familles et jeunesse, politique, éducation, aide humanitaire, confessionnel, action sociale et pauvreté, sciences et santé.

Seuls les dons réglés et validés en ligne ont été pris en compte dans l'analyse (promesses de dons exclues).

Comment la collecte en ligne a-t-elle évolué entre 2021 et 2022 ?

Malgré un nombre de donateur·ice·s en baisse, la générosité globale continue d'augmenter en valeur, notamment grâce à la collecte digitale qui progresse à la fois en valeur et en nombre de transactions.

Voici 4 chiffres clés à retenir :

- La part des donateurs internet augmente tous les ans : 25% des dons sont réalisés en ligne.
- +21% sur le montant total des dons collectés entre 2021 et 2022, via les formulaires de dons en ligne GiveXpert.
- Un don ponctuel moyen en ligne de 150€, en hausse de 13% en 2022.
- - 11% sur le montant du don régulier moyen. La contribution moyenne du don régulier baisse de 2€ en 2022.



□ **INFO LIVE** : Mardi dernier, Corentin Hue (Chargé de projet digital chez France générosités) et Alexandre Ayad (CEO de GiveXpert & TechforGood Entrepreneur) nous ont présenté les tendances de la collecte en ligne.

Voici les liens pour :

- [voir le replay](#)
- [télécharger l'étude](#)
- [recevoir l'invitation au prochain live](#)

♥ **On aime :**

- **La générosité de plus en plus fidèle** : la part des personnes recrutées en PA (prélèvements automatiques) augmente de 4% en 2022.
- **Le potentiel important de nouvelles cibles donateur·ice·s à exploiter** : seulement 4,8 millions de foyers fiscaux sont donateurs sur les 39 millions de foyers fiscaux.
- **L'appropriation des nouveaux moyens de paiement** : 15% des donateurs choisissent d'effectuer leur don via PayPal et 15,19% des montants ont été collectés via l'Open Banking (virement instantané).

Comment s'en inspirer :

1. Aller chercher du prélèvement automatique par prélèvement SEPA, qui a l'avantage de ne pas avoir de date d'expiration contrairement à la carte bancaire et de permettre de voir sur le long terme.
2. Elargir sa cible de donateur·ice·s pour aller toucher des populations moins sollicitées, comme les 40-49 ans, notamment avec les nouveaux moyens de paiement et la personnalisation des messages (aujourd'hui, 53% des messages ne sont pas personnalisés au profil des donateur·ice·s).
3. Ajouter 2 modes de paiement sur son formulaire de don : PayPal (adapté pour la collecte mobile) et le virement instantané Open Banking (notamment dans le cadre des campagnes IFI et de fin d'année).

On t'a transféré·e cette newsletter et tu la trouves instructive ?
Inscris-toi gratuitement pour recevoir une nouvelle édition [tous les mois ici](#).



Adosser une campagne P2P à un événement de mobilisation permet-il de booster sa collecte ?

Les chiffres ont parlé.
#crashtest

L'action testée :

La Fondation Saint Pierre organise tous les ans les épreuves du 24H Saint-Pierre le dernier week-end d'août, pour mobiliser les parties prenantes internes et externes de l'hôpital pédiatrique.

Ce défi caritatif, sportif et festif se réalise en équipe de 6 à 12 personnes, avec la mécanique de collecte suivante :

- Chaque capitaine d'équipe crée sa page de collecte peer-to-peer et les membres de son équipe collectent des dons par cette page en amont de l'évènement au sein de leur réseau personnel et professionnel : collègues, amis, familles, etc.
- Chaque équipe doit collecter un minimum de 1500€ pour valider son inscription (soit environ 150€ par participant).



Le résultat :

- 145 équipes.
- 453 329€ de dons collectés en 2022, par les équipes et les partenaires - VS - 264 824 € en 2021.
- 2 677 donateur·ice·s.
- Des équipes salariées engagées valorisées, teambuilding et cohésion.
- Une implication de la Direction
- Une communication interne / externe de plus en plus clair sur le rôle de la Fondation

Les apprentissages :

1. **Bien choisir le timing de son événement dans le calendrier** : ne pas sous-estimer le temps de préparation et le délai incompressible d'animation des équipes en amont + éviter les périodes complexes (comme les certifications ou les vacances).
2. **Insister dans sa communication sur la collecte de dons à destination du collectif** : ne pas laisser croire aux personnes qui collectent en peer-to-peer que c'est pour leur propre projet.
3. **Mettre en place les pages de collecte en P2P plusieurs mois à l'avance** : la Fondation Saint-Pierre commence dès le mois de mars pour collecter les dons nécessaires avant le week-end du 2-3 septembre 2023.

On t'a transféré-e cette newsletter et tu la trouves instructive ?
Inscris-toi gratuitement pour recevoir une nouvelle édition [tous les mois](#)
[ici](#).

Favoriser les égalités professionnelles. Notamment dans le numérique.

La bonne pratique du mois en matière d'engagement sociétal.
#acteurduchangement

Les chiffres (en France) :

- +½ des femmes actives sont concentrées sur 12 des 87 familles professionnelles (notamment santé, enseignement, services sociaux).
- Moins de 13% des métiers sont mixtes (avec entre 40% et 60% de femmes actives dans ces métiers).
- 27,9% de femmes parmi les personnes salariées dans le numérique.
- Les femmes gagnent en moyenne 17% de moins que les hommes pour les salaires ramenés à temps plein.
- Plafond de verre : parmi les personnes dirigeant une entreprise en tant que salariée, seule 1 sur 5 est une femme.
- 7,6% des hommes à temps partiel en 2021 -VS- 28,1% des femmes.

Les bonnes pratiques à mettre en place :

- **Faire un bilan interne sur les égalités professionnelles**, le partager et le mettre en libre accès pour tout le monde.
- **Travailler sur les 9 domaines d'action de l'égalité professionnelle en entreprise :**
 - l'embauche
 - les conditions de travail (temps partiel / temps plein)
 - la formation
 - la rémunération effective
 - la promotion professionnelle
 - l'articulation vie professionnelle, personnelle et familiale
 - la qualification (diplôme, certification)
 - la santé et sécurité au travail
 - la classification (les catégories professionnelles ou les métiers en rapport avec la convention collective)
- **Signer le Manifeste #ReconversionFemmesNum** pour la reconversion des femmes dans le numérique et leur recrutement en entreprise.

Les impacts positifs en mettant en place ces bonnes pratiques :

- Agir pour un monde plus inclusif et égalitaire entre les sexes.
- Améliorer l'efficacité et la qualité de vie au travail.
- Rendre son organisation plus efficace en l'obligeant à mieux saisir l'articulation entre les temps professionnels et personnels.
- Pallier à des problématiques de recrutement.
- Instaurer un dialogue social nourri et améliorer le climat social.
- Supprimer les stéréotypes et les clichés.

Et côté GiveXpert, on en est où ?

Côté parité, des progrès à faire (d'autant plus en tant qu'entreprise de la tech) :

- Notre équipe GiveXpert est composée de 2 femmes et de 5 hommes.
- De plus, nous faisons désormais partie du groupe Eudonet, composé à 34% de collaboratrices.

En revanche, les écarts en termes de rémunération, promotion et augmentation entre les collaborateur·ice·s diminuent d'année en année :

- Chez Eudonet, un index annuel de l'égalité professionnelle est calculé depuis 2020 et publié sur le site internet avant le 1ers mars chaque année.

Résultats : 76 en 2020 / 88 en 2021 / 92 en 2022.

4 critères de calcul :

- l'écart de rémunération entre les femmes et les hommes (38 sur 40 points)
- l'écart dans les augmentations annuelles (35 sur 35 points)
- les augmentations au retour de congé maternité (note sur 15 points mais non applicable cette année car le cas ne s'est pas présenté)
- la part des femmes dans les dix plus hautes rémunérations de l'entreprise (5 sur 10 points)

A l'occasion de l'EudoWeek Egalités du 6 au 10 mars 2023, les collaborateur·ice·s ont été sollicité·e·s pour répondre à la question : "Concrètement, comment pouvons-nous agir à l'échelle du groupe pour un monde numérique plus inclusif et égalitaire entre les sexes ?".

Des dizaines d'idées ont été soumises pour continuer de progresser sur ce sujet les mois à venir !

J'espère que cette newsletter t'a plu !

Tu peux (re)lire la newsletter de **septembre** [ici](#), **octobre** [là](#), **novembre** [par là](#), **décembre** [par ici](#), **janvier** [là](#) ou encore **février** [ici](#) (j'ai laissé un prénom en aperçu)

Sur ce, je te laisse avec l'avis que nous a laissé Anahide Faye, qui utilise l'application GiveXpert.

Elle est Assistante mécénat au sein de la Fondation Université Grenoble Alpes.



"Nous recommandons GiveXpert pour leur back-office et leur très grande réactivité dans les réponses. C'est très appréciable d'avoir très vite un interlocuteur avec lequel échanger sans avoir à passer par un process type « Tapez 1 / Tapez 2 etc. »"

Toi aussi tu es en charge de collecter des fonds pour ton organisation et tu souhaites développer les collectes en ligne tout en étant bien entouré-e ?

Rejoins-nous !

[Découvrir GiveXpert](#)

Depuis 2012, un [éditeur de logiciel engagé](#).

Bonne semaine,
Alexandre et Ophélie



Prendre [RDV avec Alexandre](#).
[Suivre Ophélie](#) sur LinkedIn.

On t'a transféré cette newsletter et tu la trouves instructive ?
Inscris-toi gratuitement pour recevoir une nouvelle édition [tous les mois ici](#).



11 avenue Dubonnet Smart Parc Bâtiment Est CS 60101 92407 Courbevoie Cedex

Vous recevez cet e-mail car vous êtes abonné à la newsletter de GiveXpert, conformément au

Règlement (UE) 2016/679 relatif à la protection des données à caractère personnel, vous disposez des droits suivants sur vos données : droit d'accès, droit de rectification, droit à l'effacement (droit à l'oubli), droit d'opposition, droit à la limitation du traitement, droit à la portabilité. Pour exercer vos droits, merci de nous contacter à :

contact@givexpert.com

Vous pensez à vous désinscrire ?

Nous serions tristes de vous voir partir, vous pouvez [gérer vos abonnement ici](#) ou vous [désabonner ici](#).