

# [Fundraising + Impact]



Bonjour,

On espère que tu vas bien.

**Au programme ce mois-ci :**

1. L'exemple du Temple de la renommée du ski canadien et Musée : utiliser des formulaires d'inscription pour gérer les participant·e·s à sa course.
2. ☐☐ L'expérience menée : ajuster ses équivalences de dons pour rendre la contribution plus tangible.
3. La bonne pratique en matière d'engagement sociétal : réaliser le bilan carbone de son association.

---

## Utiliser des formulaires d'inscription pour gérer les participant·e·s à sa course

L'exemple du Temple de la renommée du ski canadien et Musée  
#bestpractice

---

### **Pourquoi le Temple de la renommée du ski canadien et Musée a-t-il utilisé des formulaires d'inscription ?**

Le 26 mars 2023, il a organisé la 8e Classique des légendes, une course de slalom géant ouverte à tous les skieurs·euses et à tous les niveaux. Il avait besoin d'un formulaire permettant à la fois aux coureurs·euses de payer les frais d'inscription et de laisser un don complémentaire au musée.

### **Comment le musée a recueilli toutes les informations nécessaires à l'inscription ?**

Il a paramétré son formulaire d'inscription avec :

- les différentes options de frais d'inscription ;

- un menu déroulant permettant de sélectionner sa catégorie de course ;
- des champs complémentaires pour enregistrer le profil de la personne qui participe aux festivités.

Ce formulaire permet d'inscrire un seul compétiteur à la fois. Chaque compétiteur doit s'inscrire séparément.

### INSCRIPTION À LA CLASSIQUE DES LÉGENDES

Programme de la course  
 Dimanche 26 mars 2023  
 7h30 à 8h00 - Enregistrement et ramassage des dossards au Café des Voyageurs (à L'Octo Bar à Pélagie)  
 8h30 à 9h00 - Inspection du parcours  
 10h00 - Début de la course au sommet de la piste McCulloch

Inscription à la course (35\$) sans billet de remonte 35,00 \$  
 Inscription (35\$) avec billet de remonte enfant (7-12) (35\$) 70,00 \$  
 Inscription (55\$) avec billet de remonte senior (13-17) (45\$) 80,00 \$  
 Inscription (55\$) avec billet de remonte adulte (18+) (40\$) 95,00 \$

Votre catégorie de course \*

Prénom du compétiteur \*

Nom du compétiteur \*

Genre \*

Numéro de mobile de contact \*

e-mail de contact \*

Le fils/un don complémentaire

Montant total: 0 \$

#### MES COORDONNÉES

\*Ouvrez séparément  
 C.V. 814 \*

Juniors 7-9  
 Juniors 10-11  
 Juniors 12-13  
 Juniors 14-15  
 Juniors 16-17  
**Adults/Adultes 18-29**  
 Adults/Adultes 30-59  
 Legends/Légendes 60-69  
 Legend/Légendes 70-79  
 Legend/Légendes over 80/80 et +

#### ♥ On aime :

- **Le rappel du programme de la course**, en élément de réassurance lors de l'inscription.
- **Les différents champs complémentaires** qui permettent de récupérer toutes les informations spécifiques pour participer à l'événement.
- **Le fait que le don complémentaire soit défiscalisable.** Par exemple, si la personne qui paye n'est pas la même que celle qui participe à l'événement, c'est une façon pour elle aussi de soutenir les actions du musée.

#### Comment s'en inspirer :

1. Utilisez des formulaires d'inscription pour vos événements : colloques, gala de charité, courses sportives, pèlerinages...
2. Définissez vos "produits" à acheter (1 table pour 10 personnes, 1 chambre séparée, 1 ticket d'entrée...) et la quantité disponible pour chaque article.
3. Demandez les coordonnées de chaque personne participante. Par exemple dans le cadre d'un gala, si l'article est "1 table de 10 personnes", recueillez en une fois les 10 noms et prénoms des personnes (fonctionnalité disponible dans la dernière version de GiveXpert).

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



## Ajuster ses équivalences de dons pour rendre la contribution plus tangible.

Les chiffres ont parlé.  
#crashtest

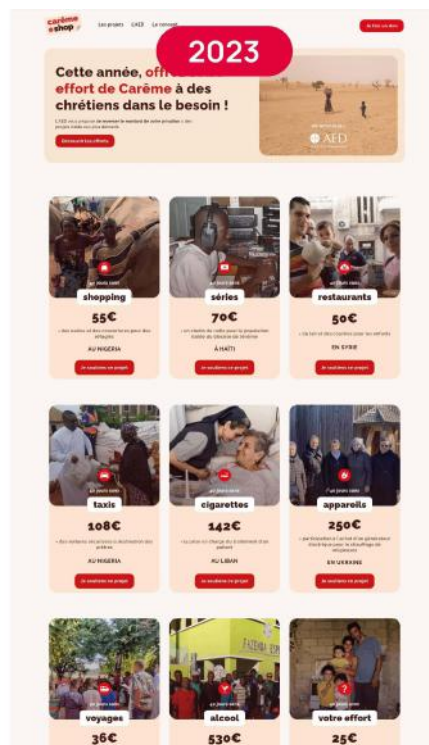
### L'action testée :

L'Aide à l'Église en Détresse organise tous les ans une campagne de collecte de dons spécifique pendant le temps du Carême.  
Pour toucher un maximum de monde tout en essayant de regagner les jeunes, l'AED anime depuis 2 ans ce temps fort de 40 jours avec un "Carême Shop".

**Le principe** : verser le montant d'une privation d'un bien ou d'un service (1 mois sans shopping, sans séries, sans restaurant, sans cigarette etc.) à un projet soutenu par l'AED.

Fort du succès de la campagne 2022, l'AED a renouvelé le concept en 2023 en faisant **2 modifications majeures** pour développer la générosité :

1. Un site web avec une charte graphique toujours innovante mais plus cohérente avec l'univers habituel de l'AED.
2. Un travail sur les équivalences de dons avec un lien plus évident entre les produits virtuels et les projets qui seront concrètement menés.



## Le résultat :

- +3 fois plus de dons collectés : 103 306€ en 2023 - VS - 32 594€ en 2022
- 3,5 fois plus de transactions validées : 959 en 2023 - VS - 276 en 2022

## Les apprentissages :

1. Plus **l'acte de don est tangible**, en lien direct avec le projet financé, plus la générosité est développée.
2. Pour chaque équivalence écrite (ex : 40 jours sans restaurant), **privilégiez une image illustrant la finalité du don** (ex : une famille recevant du lait et des couches pour les enfants), plutôt qu'illustrant l'équivalence en soi (ex : une image d'un burger).
3. **Evitez une charte graphique trop en décalage** avec l'univers auquel est habituée votre base. Elle est certes innovante, mais nuit à la compréhension et la confiance.
4. **Certains projets sont plus attirants** (aide d'urgence, aide alimentaire, générateurs pour l'hiver).

## Tu souhaites en savoir plus sur cette expérience menée ?

Virginie de CARNÉ (Chargée de marketing digital chez Aide à l'Église en Détresse) nous partage son retour d'expérience sur la campagne du Carême Shop qu'elle vient de mener en mars / avril.

**Quand ?** Le mardi 16 mai 2023 à 10h en live sur LinkedIn.



**Animer une campagne de collecte pendant 40 jours** - L'exemple du Carême

[Je participe au LinkedIn Live](#)

# Réaliser le bilan carbone de son association

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

## Le chiffre :

L'indice Carbone® développé par Carbo permet de suivre l'impact de la consommation des français.

Selon cette méthodologie :

- L'indice en kgCO<sub>2</sub>e d'un français est en moyenne de 138.
- Là où l'objectif de l'accord de Paris est de 37.

Il faut donc diminuer l'impact de -73%.

## Les bonnes pratiques à mettre en place :

- Réalisez le bilan carbone de votre association. Avec Carbo par exemple.
- Définissez vos objectifs de réduction de CO<sub>2</sub>.
- Elaborez un plan d'actions pour atteindre vos objectifs.
- Recommencez. Encore et encore. Idéalement, réalisez a minima un bilan par an pour suivre vos émissions.

## Les impacts positifs en mettant en place ces bonnes pratiques :

- Gérer activement une stratégie climat pilotée au long cours et de manière dynamique.
- Structurer une démarche RSE consciencieuse.
- Identifier vos principaux flux d'émissions.
- Savoir où concentrer vos efforts de réduction.
- Embarquer vos équipes dans la conduite du changement.



## Et côté GiveXpert, on en est où ?

Accompagnée de [Carbo](#) (merci à eux ☺) toute l'Eudoteam s'est mobilisée pour récolter des données.

85% des membres de l'entreprise ont répondu au questionnaire, nous ayant permis de réaliser un calcul précis de nos émissions de gaz à effet de serre.

### Résultats :

- En 2022, Eudonet a émis l'équivalent de 1 088 tonnes de CO2e, soit environ 5 tonnes de CO2e par collaborateur·ice (scopes 1, 2 et 3).
- 53% de nos émissions sont liées à nos usages numériques, principalement l'utilisation de nos solutions SaaS par nos clients.

### Prochaine étape :

- Définir un plan d'action concret pour dessiner une véritable trajectoire de décarbonation et réduire considérablement notre empreinte carbone !

---

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](#), **février** [ici](#), mars [par-là](#) ou encore avril [ici](#) (j'ai laissé un prénom en aperçu)

**Sur ce, je te laisse avec l'avis que nous a laissé Laurent Juillard**, qui utilise l'application GiveXpert.

## Laurent Juillard

Directeur adjoint du développement à la Fondation ISAE-SUPAERO



5,0 ★★★★★

*"Utilisateur depuis 2019, une solution à l'utilisation simple et fiable connecté à notre CRM. L'équipe est réactive. Par ailleurs, des contenus pour animer la communauté d'utilisateurs qui se démarquent, car toujours pertinents. Encore utile chez nous récemment dans nos échanges avec notre gouvernance."*

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](#).

GiveXpert   
by Eudonet



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](mailto: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](#).