

Faisons naître les projets de demain.



CoFundy

LE GUIDE

**Pour bien mener sa campagne de
crowdfunding**



SOMMAIRE

CoFundy en 4 points	2
I. Fixer le montant de votre collecte	4
II. Déterminer la durée de votre collecte	4
III. Construire votre page projet	5
a. Vidéo / Photo.....	5
b. Phrase d'accroche.....	5
c. Bref résumé	5
d. A quoi servira la collecte ?.....	6
e. Images concernant le projet.....	6
f. Proposer des contreparties efficaces	7
IV. Présenter l'équipe portant le projet	10
V. Checklist	11





CoFundy

Vous avez besoin de lever des fonds pour lancer ou développer votre projet ?

Vous voulez mettre votre projet sous les feux des projecteurs et mobiliser une communauté qui vous apportera son soutien financier ?

Une campagne de crowdfunding est un **engagement fort** qui demande une **bonne préparation en amont** du lancement de la campagne et **une mobilisation forte** durant la campagne de crowdfunding.

Le guide de CoFundy ci-après est là pour vous accompagner dans cette aventure.

Mais avant cela rappelons ce qu'est CoFundy :

1. Une plateforme de crowdfunding

CoFundy est une plateforme de crowdfunding à destination de porteurs de projets en Afrique et à une communauté de contributeurs - les CoFunders -.

Elle vise à résoudre le problème des difficultés d'accès au financement.

Une première dans la région, ce concept présente l'avantage de permettre à des porteurs de projets en tous genres (solidaires, culturels, citoyens, entrepreneuriaux etc.) de solliciter un financement auprès de donateurs.

2. Un mode de financement nouveau

CoFundy souhaite permettre à des projets aussi divers que des start-ups technologiques, des associations, des films ou des entreprises à caractère social d'être financés.

Ces projets peuvent nécessiter des niveaux de financements très variés. Ils ont pour seul point commun d'avoir des difficultés à être aujourd'hui soutenus financièrement par les canaux traditionnels

3. CoFunder ne se résume pas à donner

Les CoFunders donnent vie à des projets sans viser un retour financier sur leurs contributions. Au lieu de cela, ils se voient proposer des contreparties en nature.

Par exemple, les CoFunders soutenant la création d'un festival de musique pourront recevoir des places pour y accéder. Un don pour une start-up de réservation de taxis innovante aura quant à lui pour contrepartie des crédits de transport.

4. Notre cible principale : Les diasporas

CoFundy s'inscrit dans le cadre plus large des projets visant à mobiliser les diasporas dans le développement de leurs pays d'origine.





Le manque de transparence et d'information, la complexité des démarches administratives sont des freins qui disparaîtront avec CoFundy.

Il sera facile de contribuer à la naissance des projets de demain.

Maintenant que vous avez décidé de faire appel à
CoFundy pour lever des fonds.

Que vous reste-t-il à faire ?





I. Fixer le montant de votre collecte

Le financement sur CoFundy fonctionne selon la règle dite « au mérite », le porteur de projet récolte les dons même si l'objectif n'est pas atteint. Il reste néanmoins primordial de bien fixer le montant de votre collecte ; cela témoigne du sérieux de votre projet.

Afin de fixer cet objectif, **listez et chiffrez les différentes dépenses liées à votre projet**. Soyez précis, transparent et surtout arrêtez-vous au minimum vital. N'oubliez pas que la règle vous autorise toujours à dépasser le montant fixé. N'hésitez donc pas à préciser ce que les montants récoltés au-delà de l'objectif vous permettraient de réaliser

Exemple :

Olfa souhaite mettre à profit un entrepôt vacant de 1200m² à Zarzis pour créer un cinéma de quartier et son club de discussion autour des films sélectionnés.

Il lui faut 10 000€ pour aménager une première salle et 2 000€ pour acheter le matériel nécessaire au bon fonctionnement du club.

12 000€ est donc le montant minimum qu'il lui faut.

Les montants récoltés au-delà du seuil serviront au paiement d'un formateur aux métiers du cinéma (montage, sons, acting...)

La contribution moyenne sur les plateformes semblables à CoFundy est de 45 euros. Soyez particulièrement créatif et généreux sur les contreparties avoisinant ce montant. L'objectif est d'inciter les contributeurs à vous aider.

Un moyen d'évaluer la réussite de votre collecte est de calculer le nombre moyen de contributeurs (à 45€) à mobiliser pour remplir votre objectif. Si cela ne vous paraît pas faisable, il faudra repenser votre budget.

II. Déterminer la durée de votre collecte

Pendant votre collecte, vous allez devoir fédérer une communauté d'individus autour de votre projet pour qu'ils vous soutiennent. Laissez-vous le temps d'atteindre votre objectif, mais évitez de faire durer votre collecte trop longtemps, pour la rendre dynamique et rythmée !

En fonction de votre projet, de votre capacité à alimenter votre campagne de contenu, la durée optimale peut varier. En cas de doutes, nous vous conseillons une durée de campagne de 45 jours.

Une collecte plus longue n'est pas synonyme de résultats meilleurs.

En général, les collectes enregistrent des pics d'activité au début et à la fin de celles-ci. La durée d'une collecte sur CoFundy est de 90 jours maximum.

Important : une fois votre collecte lancée, vous ne pourrez ni modifier le montant ni la durée de la collecte !





III. Construire votre page projet

a. Vidéo / Photo

Cette partie est fondamentale. Certains contributeurs se contentent de regarder la vidéo pour juger de la pertinence d'un projet.

Chez CoFundy, nous recommandons fortement un support vidéo

Réalisez une vidéo plutôt courte (entre 1 et 3 minute) décrivant de façon complète votre projet.

Soyez naturel et enthousiaste ! Il faut mettre en avant la chance que vos contributeurs auraient d'aider à la naissance de votre projet.

N'hésitez pas à faire une vidéo de très bonne qualité (image et son). Une vidéo prise sur un smartphone aura moins de chances d'avoir un impact.

Il est recommandé d'avoir une bande son en fond de votre vidéo. A vous de bien la choisir, en fonction de votre projet.

Vous pouvez organiser votre vidéo de la façon suivante :

-) Présentez (vous-même) le(s) problème(s) que vous cherchez à résoudre.
-) Présentez la solution que votre projet apporterait. Vous pouvez développer une partie ou l'ensemble de ses spécifications.
-) Enfin, abordez les prochaines étapes et surtout expliquez à vos contributeurs pourquoi vous avez besoin d'eux. Explicitez une ou plusieurs contreparties.
-) Si possible, n'hésitez pas à mettre des images de votre équipe en train de travailler sur le projet.

Cette campagne menée sur le site de notre confrère Kickstarter est un exemple particulièrement pertinent d'une excellente vidéo (en anglais).

Des outils comme Stupeflix ou Ezvid peuvent être utilisés si réaliser une vidéo ne vous semble pas envisageable.

b. Phrase d'accroche

Ce texte doit comporter 140 caractères maximum. C'est la première chose que les internautes liront. Soyez donc clair, percutant et appelez à soutenir votre projet ! Précisez impérativement la nature de votre projet (court-métrage, exposition, livre, bande dessinée, web-documentaire, pièce de théâtre, application mobile, jeu de plateforme, etc.) dans cette phrase. Sachez que 50% des internautes ne liront que ce texte.

c. Bref résumé

Comme la vidéo, cette partie doit pouvoir se suffire à elle-même. Il faudra de manière concise et efficace expliquer la genèse de votre projet, la raison qui vous pousse à faire appel au public, et le déroulement des prochaines étapes. A la lecture de cette partie, le contributeur doit être





capable de comprendre en QUOI votre projet consiste, QUI le porte, COMMENT le projet et la collecte vont se dérouler, OU, POURQUOI il vous tient à cœur

Cette partie vous permettra d'intéresser les gens qui vous connaissent peu ou pas du tout. Rendez crédible votre projet en donnant un maximum d'information.

d. A quoi servira la collecte ?

Cette partie demande rigueur et transparence. Vous sollicitez une participation financière auprès de particuliers et devez donc absolument être très transparents sur l'utilisation de vos fonds. N'hésitez pas à détailler, tout en restant clair et concis, l'ensemble des postes de coûts à pourvoir grâce à cette collecte. Il faut évidemment démontrer que cette somme vous permettra de mener le projet à bien, mais n'hésitez pas à mettre en avant d'autres réalisations possibles avec les fonds récoltés au-delà de l'objectif.

Votre campagne de crowdfunding est une campagne de communication, de « marketing », vous devez vendre votre projet. Il est donc fondamental de travailler ses visuels, au-delà des éléments de langage.

e. Images concernant le projet

L'idéal est d'utiliser un beau visuel (photo ou image) et d'y insérer le titre de votre projet avec une belle typo !

N'oubliez pas que cet avatar doit permettre d'identifier immédiatement votre projet lorsque vous l'exporterez sur les réseaux sociaux.

Proposez une image finale de très bonne qualité (évitez la pixellisation). Uploader un visuel au format 16/10. Taille max : 10 Mo au format JPEG, PNG ou GIF. Les dimensions recommandées sont 620x376 px.

Ecrivez le titre de votre projet de manière lisible. Vous pouvez y ajouter le nom de l'auteur ("présenté par XXX"). Si vous n'êtes pas un as de Photoshop, vous pouvez utiliser [Pixlr](#).





Voici quelques exemples :



7



f. Proposer des contreparties efficaces

Seules les contreparties "en nature" sont autorisées sur CoFundy : bien matériel lié à votre projet, service produit par la mise en œuvre de votre projet, rencontre avec le porteur de projet, etc.

Les contreparties financières sont interdites (remboursement avec ou sans intérêt, prise de participation dans l'entreprise, etc.).

Sont également interdits tous les mécanismes de coupons de réductions, pourcentages de réduction sur des achats futurs, de bons d'achat ou assimilés. Une contrepartie ne doit pas être conditionnée à la réalisation d'un autre achat.





Comment choisir ses contreparties ?

Vos contreparties symbolisent le lien que vous tisserez avec chacun de vos contributeurs. Vos contreparties doivent être les plus originales possible, personnalisées et en rapport avec votre projet. Proposez à vos contributeurs quelque chose qu'ils ne pourront trouver nulle part ailleurs. Pensez à attirer vos CoFunders par de l'exclusivité.

Mettez en avant l'objet phare ou le symbole de votre projet. Si vous réalisez un court métrage ou un documentaire, proposez un DVD dédié et une invitation à la projection de votre avant-première. Si vous enregistrez un album, proposez le CD dédié et une invitation à un concert exclusif. Si vous montez une exposition, proposez des tirages numérotés et des entrées à l'exposition !

Ensuite, calibrez vos contreparties pour offrir plus de proximité avec votre projet au fur et à mesure que le montant des contributions augmente. A partir de quel montant de contribution êtes-vous prêt à organiser une projection privée, à écrire une chanson sur mesure, ou à dédicacer un prototype unique ?

Inspirez-vous des projets qui ont réussi leur collecte sur des plateformes concurrentes

Plusieurs conseils :

-) Etalez au maximum les paliers de contreparties : commencez à un montant assez bas (1 ou 5 euros) et terminez avec des montants plus importants ! Vous permettez ainsi à tout le monde de participer, quels que soient leurs moyens !
-) Entre 1 et 100 euros, essayez de proposer 4 à 5 contreparties. N'hésitez pas à proposer des contreparties pour des montants plus importants (200 euros, 500 euros, 1000 euros ou plus).
-) Dans la mesure du possible, essayez de faire s'additionner les contreparties d'un palier à l'autre !

Exemples :

- 5 euros : une entrée à l'exposition
- 10 euros : une carte postale de l'exposition + contrepartie précédente
- 20 euros : une affiche de l'exposition + contreparties précédentes
- 50 euros : une invitation à l'exposition et une rencontre avec l'artiste + contreparties précédentes

Comment fixer les montants des contreparties ?

Il faut trouver le juste équilibre entre les coûts de ces contreparties (fabrication, frais d'envoi...) et la valeur perçue par vos futurs contributeurs. Proposez un maximum de contreparties personnalisées et émotionnelles plutôt que des objets coûteux ! Pour vous aider un peu, voici quelques exemples de bonnes pratiques :

A faire

- Un DVD de mon court métrage dédié à 15€
- Un CD dédié de mon nouvel album à 10€
- Un exemplaire signé de mon roman à 15€





- Un tirage A4 noir et blanc sur papier 180 grammes d'une photographie de votre choix à 100€

A ne pas faire

- Un DVD de mon court métrage à 50€
- Un CD de mon nouvel album à 30€
- Un exemplaire de la BD à 100€

Encore une fois, prenez le temps de vous balader sur le site et inspirez-vous des contreparties des projets déjà en ligne !

Peut-on limiter le nombre de contreparties proposées ?

Oui. Vos contreparties peuvent être limitées à un seul ou quelques exemplaires selon votre volonté ! C'est vous qui fixez la disponibilité.

Quelles contreparties sont interdites ?

Intéressement à d'éventuels bénéficiaires et tout ce qui n'est pas autorisé par la loi.

Peut-on ajouter des images pour les contreparties ?

Oui, vous avez la possibilité d'ajouter des images pour illustrer vos contreparties.

Elles doivent avoir ces caractéristiques :

Taille maximum : 5 Mo Formats acceptés : JPEG, PNG ou GIF Dimensions recommandées : 800 x 600 pixels

Voici quelques conseils pour mettre en valeur vos contreparties :

-) Préférez de belles images, illustrant parfaitement les contreparties offertes.
-) Evitez les images génériques qui ne représentent pas directement les contreparties.
-) Ne mettez pas la même image pour toutes les contreparties.





Exemple :



10

IV. Présenter l'équipe portant le projet

Les CoFunders doivent apprendre à vous connaître pour contribuer à votre projet. Plus vous donnerez d'information à votre sujet, plus vous serez crédible. Instaurez la confiance en décrivant votre parcours, vos influences, les complémentarités entre les membres de l'équipe, qui s'occupe de quoi etc...

Si vous avez eu une expérience similaire réussie, c'est le moment de l'indiquer !





V. Checklist

- Le document d'immatriculation de l'organisation (entreprise ou association)
- Les statuts de la structure juridique
- RIB – Relevé d'identité bancaire
- Les pièces d'identité des représentants légaux de l'organisation
- Une vidéo
- Des photos / des images
- Une présentation du projet
- Une présentation de l'équipe projet
- Les caractéristiques de la campagne de crowdfunding (montant et durée de la collecte)
- La liste des contreparties
- Les liens vers les réseaux sociaux

**POUR TOUTES QUESTIONS,
POUR NOUS CONTACTER,**

une seule adresse :

contact@cofundy.com

