

PROPULSER

vos projets

Propulser l'ingéniosité,
l'innovation et la créativité

*Plateforme de financement participatif
de la Fondation de l'UQAC*



GUIDE D'UNE CAMPAGNE RÉUSSIE!



FONDATION
UQAC

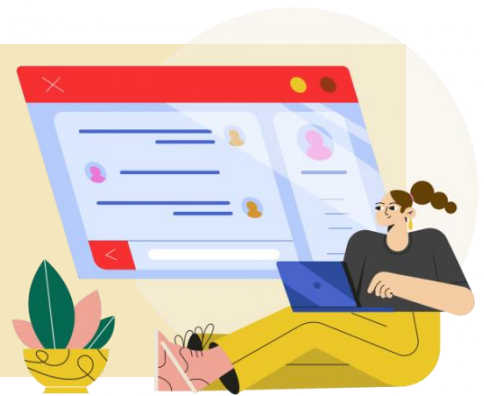
La Fondation de l'UQAC a pour mission de soutenir les projets d'études, la recherche et la création des étudiant.e.s et des professeur.e.s, ainsi que le développement de l'infrastructure qui les accueille. Elle contribue au positionnement distinctif de l'Université du Québec à Chicoutimi (UQAC) dans le milieu de l'enseignement supérieur et favorise l'accessibilité de l'ensemble du potentiel de l'UQAC aux collectivités où elle est présente.

Depuis plus de 50 ans, la Fondation a remis plus de 23 M \$ en bourses d'études et en soutien à des projets de recherche et de création.

Afin de propulser l'ingéniosité, l'innovation et la créativité, la Fondation est heureuse de mettre à la disposition de la communauté universitaire une plateforme de financement participatif, laquelle permet d'offrir une opportunité de financement différente des canaux habituels pour appuyer la réalisation de projets mobilisateurs.

LE FINANCEMENT PARTICIPATIF, C'EST QUOI?

C'est un mode de financement par lequel un ou des porteurs de projet sollicitent l'appui financier d'un grand nombre de contributeurs par l'entremise de plateformes de médias sociaux, afin de permettre la mise en œuvre d'un projet ou d'en soutenir le développement.



PROPULSER UN PROJET SUR NOTRE PLATEFORME...

Quels sont les frais d'utilisation?

L'utilisation de la plateforme est gratuite. Il n'y a pas de frais associés au dépôt et à la mise en ligne d'un projet. La Fondation de l'UQAC assume les frais liés à l'administration de la plateforme afin de s'assurer que la totalité des sommes recueillies soit remise aux projets.

Quels sont les avantages de notre plateforme de financement participatif?

- Une opportunité pour les donateurs de contribuer de manière très concrète à la réalisation d'un projet
- L'accès à une équipe dédiée à la philanthropie pour vous accompagner dans votre campagne
- Une plateforme qui prend en charge la collecte des dons et l'émission des reçus fiscaux aux donateurs
- La visibilité sur les médias sociaux de la Fondation

Quels projets sont admissibles?

Les projets admissibles sont répartis en 3 catégories :

- ▶ Projets académiques
- ▶ Projets sportifs
- ▶ Projets événementiels

Pour être admissibles, les projets soumis doivent être :

- Dirigés par des étudiant.e.s ou un membre de la communauté universitaire
- Soutenus par une unité organisationnelle de l'UQAC
- Collés à la mission et aux valeurs de la Fondation de l'UQAC
- Définis dans le temps

Les projets ne peuvent pas :

- Demander de financer des bourses d'études
- Être un projet personnel
- Bénéficier ou collecter des fonds au nom d'une organisation externe

L'équipe de la Fondation, en collaboration avec l'UQAC évaluera le réalisme du projet et de son objectif financier pour une campagne de financement participatif.

Comment soumettre un projet?

Pour soumettre un projet, il suffit de se rendre sur le [site de la Fondation](#) et de compléter le formulaire en ligne disponible.

Les projets soumis sont évalués selon les critères d'admissibilité décrits ci-dessus. Une réponse favorable ou non sera transmise dans les 10 jours ouvrables suivant le dépôt du projet.

Une fois un projet accepté, l'équipe de la Fondation vous accompagnera pour la préparation du contenu de campagne et la mise en ligne du projet sur la plateforme et demeurera disponible pour répondre à vos questions en cours de campagne.

Comment sont administrés les dons recueillis?

Le dons recueillis sont versés dans un fonds administré par la Fondation de l'UQAC et seront dédiés entièrement à la réalisation de votre projet. Les modalités de versement seront analysées dépendamment du type de projet soumis.

RÉUSSIR SA CAMPAGNE DE FINANCEMENT PARTICIPATIF

À titre de porteur de projet, vous devrez mettre en œuvre différentes étapes avant, pendant et après la campagne afin d'en faire un succès.

AVANT LA CAMPAGNE

1. Déterminer un objectif financier

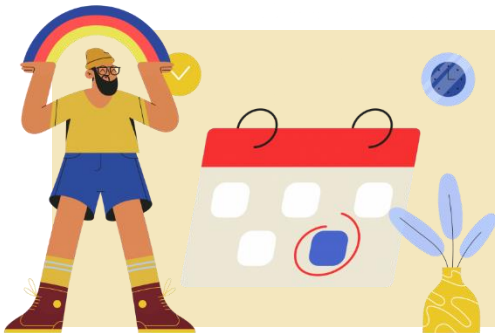
L'objectif financier doit être réaliste en fonction de l'étendue de votre réseau de contacts, de vos moyens de communication et de l'engagement de votre communauté.

Vaut mieux un objectif réaliste atteint, qu'un objectif trop ambitieux qui ne sera pas atteint. Les donateurs préfèrent contribuer à des projets ayant le potentiel d'atteindre leur objectif.

2. Établir la durée de la campagne

Il est recommandé d'accorder une durée assez limitée à une campagne de financement participatif. Une durée de 60 à 90 jours est habituelle pour ce type de campagne.

Ainsi, une campagne de plus courte durée à laquelle vous consacrez des efforts constants est normalement préférable.



Il est important de choisir une période où vous avez le temps et l'énergie requis par une campagne. Il est recommandé d'éviter une fin de session.

3. Préparer les outils de communication

L'équipe de la Fondation prendra contact avec vous pour finaliser la préparation de la **page de projet** qui sera disponible sur la plateforme. Cette dernière fournira une description du projet et présentera l'équipe porteuse du projet. Il est important d'y associer du visuel pour susciter l'intérêt et illustrer concrètement la campagne. Si vous disposez d'extraits vidéo supportant le projet, ces derniers peuvent également être ajoutés à la page de projet. Une vidéo de vous expliquant plus en détail le projet peut également être une voie à envisager. Il est possible de visualiser une [page de projet ici](#).

Le matériel promotionnel qui sera développé en appui à la campagne doit :

- être de qualité
- inspirer confiance
- convaincre votre audience que l'initiative mérite d'être soutenue

Une fois la page de projet complétée, il faut :

- Déterminer les modes de communication qui seront utilisés : médias sociaux, courriels, approches individuelles, etc.
- Préparer les messages-clés qui seront transmis.

4. Déterminer votre audience

Dans un premier temps, votre famille, vos amis, vos collègues sont les plus enclins à contribuer à soutenir votre projet et à partager vos messages-clés sur leurs propres réseaux. Il est bon de les informer avant le lancement de votre campagne. Ils seront prêts à vous soutenir dès le premier jour!

Ensuite, songez aux réseaux, aux groupes, aux influenceurs qui selon vous pourront démontrer un intérêt pour votre projet et seraient prêts à le promouvoir dans leurs réseaux.

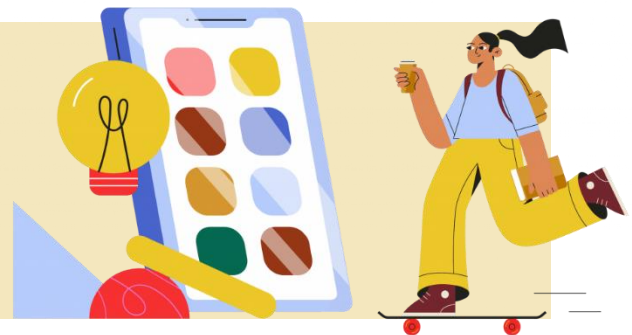
LANCEMENT DE LA CAMPAGNE

L'équipe de la Fondation vous transmettra le lien pour accéder à votre page de campagne que vous pourrez partager.

Au moment convenu avec votre équipe, partagez le lien vers votre page de projet et votre message clé sur vos réseaux et demandez à votre famille, vos amis, vos collègues de repartager dans leurs réseaux.

L'utilisation d'un visuel « *punché* » va aider à attirer l'attention sur votre projet.

Par exemple, tous les membres de l'équipe peuvent changer leur photo de profil et de couverture sur Facebook pour une image illustrant la campagne.



PENDANT LA CAMPAGNE

En cours de campagne, c'est possible de voir un ralentissement des dons et de l'intérêt envers la campagne. Il faut faire preuve de créativité pour attirer l'attention de nouveaux donateurs et persévérer!

Ciblez des relayers!

Chaque membre de l'équipe doit continuer à relayer l'information dans ses réseaux. Est-ce que votre département, votre programme, votre service, une association étudiante peut partager votre campagne sur ses réseaux?

Suscitez l'émotion!

Réfléchissez aux aspects de votre projet susceptibles de susciter de l'enthousiasme auprès de votre communauté et mettez ces derniers de l'avant dans votre campagne.



Les projets les plus performants sont ceux qui captent l'émotion de la communauté et soulèvent son enthousiasme.
Il faut faire preuve d'originalité et d'innovation, tout en prenant en compte ce qui fait battre le cœur de votre public.



Donnez des nouvelles!

Partagez les résultats atteints à des moments-clés de votre campagne. Les donateurs apprécient voir que d'autres personnes ont soutenu le projet avant eux. Votre campagne gagne ainsi en crédibilité.

N'ayez pas peur d'oser!

Il est parfois gênant pour certaine personne de solliciter un don. Il ne faut pas hésiter, le pire qui peut arriver c'est de se faire dire non. Vous pourriez être surpris de l'intérêt que certaines personnes ou organisations pourraient avoir pour votre projet.

Si vous sentez qu'une personne est hésitante à faire un don, n'hésitez pas à lui rappeler que son don lui permettra d'obtenir un reçu fiscal.

APRÈS LA CAMPAGNE

Remerciez les donateurs!

Une marque de reconnaissance est toujours appréciée des donateurs. En clôture de campagne, un remerciement sur vos médias sociaux peut-être transmis avec l'annonce de la somme amassée.

Quelques semaines après la fin de la campagne, l'équipe de la Fondation fera parvenir une infolettre aux donateurs les remerciant officiellement de leur générosité.

En cours de réalisation de votre projet, il peut également être pertinent de partager des photos, des vidéos de vos activités. Selon la nature du projet, les donateurs peuvent être invités à prendre part à une activité, un lancement, etc.

Bonifiez votre page de projet!

L'équipe de la Fondation vous invite à lui transmettre vos témoignages sur le processus de campagne vécu ainsi que de l'information en cours de réalisation du projet. Ces informations vont permettre de bonifier la plateforme et votre page de projet qui demeurera active dans la section des projets réalisés une fois la campagne terminée.



DES QUESTIONS?

Des réponses aux questions les plus courantes sont disponibles dans la [FAQ](#) de notre plateforme.

Vous pouvez également communiquer avec notre équipe à la Fondation de l'UQAC au 418-545-4141 ou fugac@uqac.ca