



Je crée, tu finances, nous sommes solidaires

# LE FINANCEMENT PARTICIPATIF BRETON PAR LE DON ET LA SOLIDARITÉ

@kengo\_bzh

# Pourquoi faire appel au financement participatif ?

## DEFINITION

- Lever des fonds
- Communiquer
  - Promouvoir son projet
  - Se faire connaître de ses futurs clients
  - Fédérer ou renforcer sa communauté
- Valider son concept
  - Tester son produit
  - Accroître la crédibilité de son projet
  - Pré-vendre ses produits

## USE



Se financer



Valider son concept



Vendre



Fédérer une communauté

1 2  
3 4

# Pourquoi Kengo.bzh ?

## DEFINITION

- Plateforme régionale :
  - Forte identité bretonne – entraide locale
  - Réseau breton (25 000 fans Facebook)
- Avantages de kengo :
  - Partenaires locaux (Région Bretagne, Tébéo, Bretagne Active, ADIE, Arkensol, France 3 etc.)
  - Soutenu par 2 grands groupes locaux (Crédit Mutuel Arkéa, Télégramme)



7 097

Personnes Insrites



160

Projets Publiés



233 000 €

Récoltés



62.7 %

Taux de réussite

Chiffres au 1 novembre 2016

## USE



Crédit Mutuel  
ARKEA

Le Télégramme

# Les principales clés de la réussite ?

## DEFINITION

- ❑ VOUS !
- ❑ Avoir du temps
- ❑ Etre motivé
- ❑ Avoir un projet mature
- ❑ Préparer le terrain
- ❑ Avoir un réseau
- ❑ Etre bien entouré

## USE



# Le planning?

T-30 jours

Définition  
écrite  
du projet

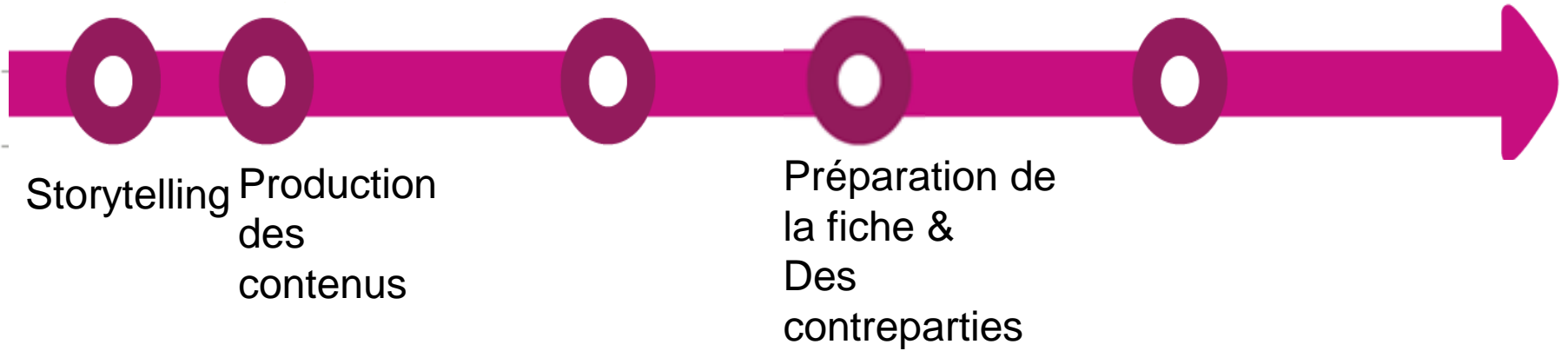
Lancement  
des RS

Dossier  
de presse

T0

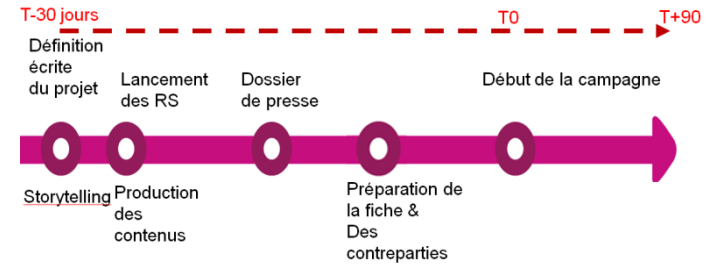
Début de la campagne

T+60



Pour convaincre le grand public, soyez convaincu de ce que vous lancez !

# Définir son projet



## DEFINITION

### □ Les contours du projet

- Quel est mon objectif (atteignable en fonction de mon réseau?)
- Qui je cible ?
- Est-ce que mon projet est viable ?
- Quelle histoire vais-je raconter (story-telling) ?
- Définir le montant, la durée, les contreparties

### □ Mes motivations / compétences

- Est-ce que j'ai du temps tous les jours pour m'occuper de mon projet ?
  - ✓ Non : reporter mon projet à plus tard
- Est-ce que je maîtrise les réseaux sociaux / techniques de communication?

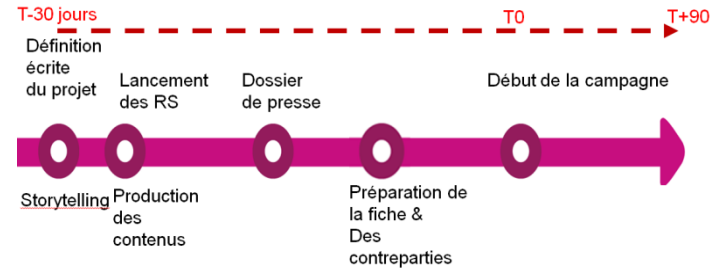
- ✓ Non : contacter dans mon entourage des personnes qui pourraient m'aider

## USE



Moyenne des collectes sur Kengo :  
3 500€  
Don moyen par contribution : 40 €  
Durée moyenne d'un projet : 2 mois

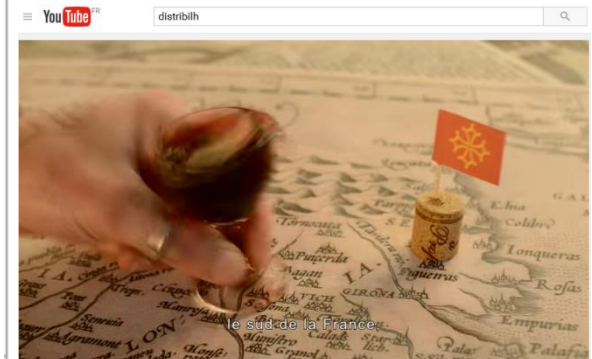
# Les supports



## DEFINITION

- Lancement des réseaux sociaux
  - Créer une page PRO Facebook et commencer à contacter ses proches pour créer sa communauté
  - Créer un compte twitter
  - Si possible Linked In – Youtube – Blog ...
- Production des contenus
  - Prendre des bonnes photos
  - Enregistrer une vidéo : permet d'avoir plus de visibilité sur les réseaux sociaux - Privilégier des formats courts < à 30 secondes

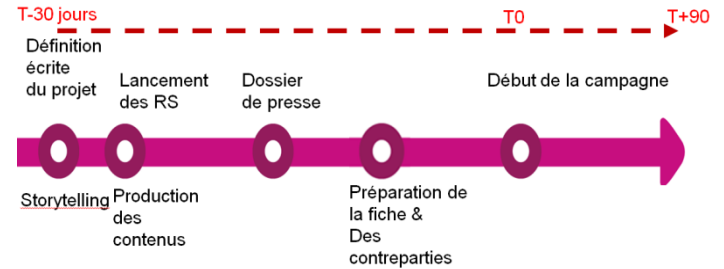
## USE



Riboul (sous-titrés en français)

Une campagne de financement avec une vidéo à 20% de chance en plus de réussir

# Préparer son plan de communication



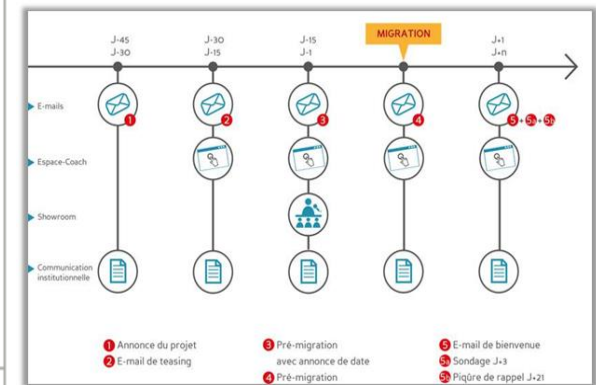
## DEFINITION

- Se préparer
  - Dossier de presse
  - Liste de contacts (famille, amis, collègues ...)
  - Plan de communication (actions en fonction des supports, cibles, objectifs) + retroplanning
  - Faire une liste des contacts médias

## Médias disponibles :

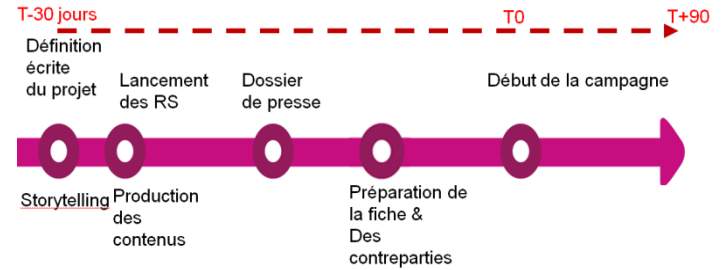
- Presse écrite locale / Presse spécialisée
- TV (France 3 + tébéo) - radio
- Blogs / sites internet / Réseaux sociaux

## USE





# C'est quoi une bonne fiche projet ?



## DEFINITION

- Vidéos / photos
- Raconter l'histoire de son projet
- Présenter le porteur de projet
- Expliquer à quoi va servir le financement (être transparent)
- Amener des éléments de réassurance (articles de presse)

**Présentation** : Courte – attractive – structurée  
si possible utilisez des infographies

Utilisez un ton optimiste et enjoué pour parler de votre projet.

## Movie'n Car, prêt à vivre votre premier Drive-in ?



### Présentation du projet

5 étudiantes d'IUT GEA - un projet personnel - un concept cinématographique : le Drive-in. Imaginée dans les années 30, cette expérience innovante consiste en la **diffusion d'un film en extérieur**, que l'on visionne depuis une **voiture**. Mêlant convivialité et originalité, cet événement aura lieu vers **mai 2016 à Brest** !

Déjà réalisé sur Avignon, Rennes (une dizaine d'éditions !), ou encore du côté de Vannes, cet événement atypique, d'une popularité grandissante en France, n'a pas encore vu le jour dans la région Brestoïse. A travers cette projection, nous avons pour ambition de diversifier la vie culturelle locale, en mettant en avant le 7<sup>ème</sup> art d'une manière « décalée » et originale, et en vous proposant une **expérience unique** dans les environs.

### Penn ar Press

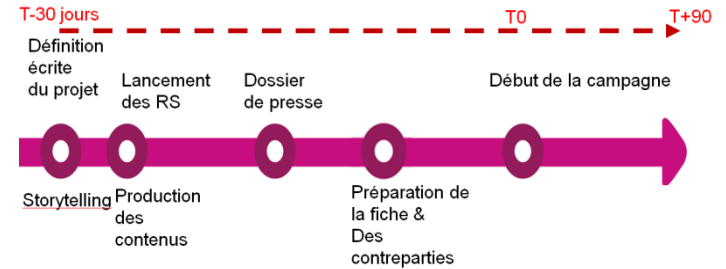
- "A 23 ans, ils créent Penn ar Box, la Food box spéciale Bretagne" (Ouest-France, 19/07/2015)
- "Avec leur start-up ils veulent mettre la Bretagne en boîte" (Blog FR3 Bretagne, 26/07/2015)
- "Penn ar box, la food box du bout du monde livrée partout" (Bretagne Innovation, 27/07/2015)
- "Penn ar box, un goût de Bretagne partout" (Le Télégramme, 03/08/2015)
- "La Bretagne en boîte avec la Penn ar Box" (Hit West, 28/08/2015)

Aussi sur 7 jours à Brest // Finistère Économie // Radio Nord Bretagne // Radio Arvor // Mamezell' fait son reuz // Finistère Économie // nlu.bzh.

Penn ar Box est soutenu par la Région Bretagne



# Les contreparties



## DEFINITION

- Les contreparties
  - Originales, exclusives & attentionnées
  - En relation avec le projet
  - Abordables : proportionnelles à l'engagement du contributeur
  - Pour les projets éligibles à la défiscalisation, les contreparties ne peuvent pas dépasser 20% du montant de la collecte

## Exemples

- Remerciements immatériels
- Goodies personnalisés
- L'opportunité de participer à un aspect du développement du projet
- Accès privilégié à certains évènements liés au projet
- Prévente

## USE

**5€**

A l'affiche  
Votre nom sur notre photo de couverture Facebook (pour la postérité...) + un GRAND merci !!

**15€**

Penn ar Cuiستوت  
1 génial tablier Penn ar Box, 5 magnifiques stickers, 3 mercis, 2 mots doux, 15 bisous. (Livraison gratuite en France métropolitaine)

**50€**

Casting  
Les contreparties précédentes + 2 badges Ouest Startups + un rôle dans le prochain teaser super héros

**70€**

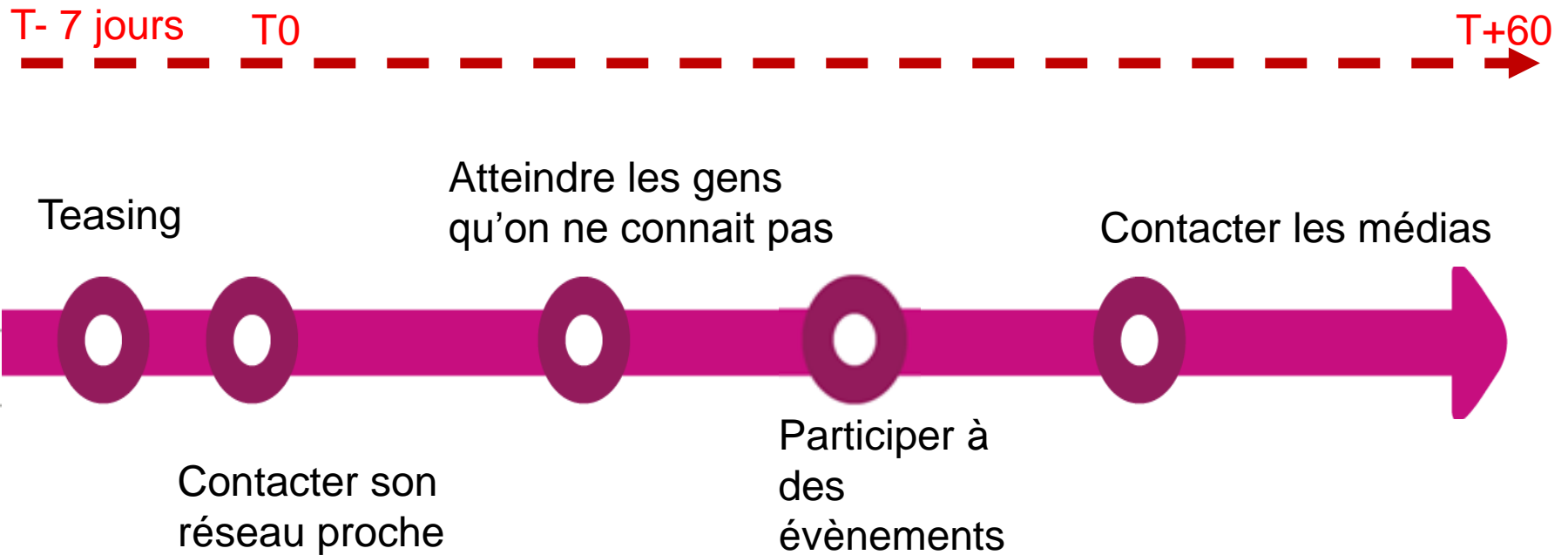
Niveau 3, l'irresse des profondeurs !  
(Soit après défiscalisation : 23.80€ pour les particuliers & 28€ pour les entreprises) Affichage sur notre site + un baptême de plongée ou visite du château du Taureau en baie de Morlaix.

**100€**

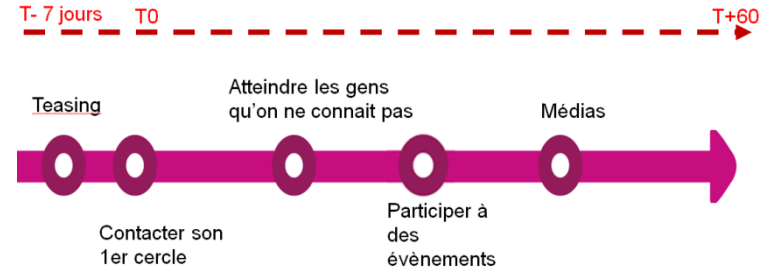
6/20

T-shirt - défiscalisation  
Un grand merci ! + Invitation à la fête du Lamaneur + Lot de 3 cartes postales collector distribuées lors de la fête du Lamaneur! + Inscription du nom ou d'un pseudo en bas de la nouvelle fresque du grand large + Affiche du Lamaneur 40x70cm signée + Tee shirt collector distribué lors de la fête du Lamaneur. Récompense limitée,

# Le planning?



# Démarrage de la campagne



## DEFINITION

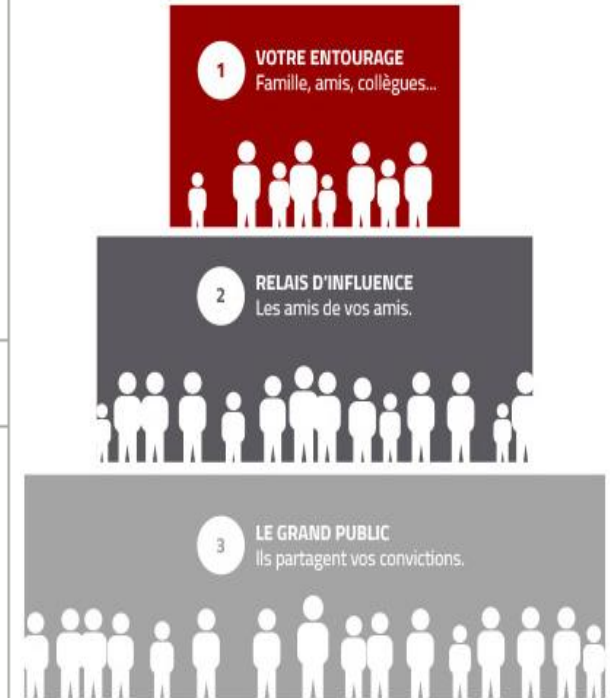
- Teasing avant le lancement
  - Informer ses proches et sa communauté d'une future campagne de crowdfunding sur kengo
  - Susciter la curiosité
- Jour du lancement
  - Inciter sa famille à faire un don
  - Envoyer un mail personnalisé à son réseau

## Objectif :

Toucher rapidement son 1<sup>er</sup> cercle

Un inconnu donnera rarement pour un projet financé à moins de 20%

## USE



# Animer la campagne

## □ Atteindre le 2<sup>ème</sup> cercle

- Demander à ses proches de partager le projet
- Relancer sa liste de contacts (3-4 mails par jour)
- Contacter d'autres pages facebook relatives à sa thématique
- Animer ses réseaux sociaux et inciter ses « fans » à partager le projet
- Organiser des évènements pour rencontrer d'éventuels contributeurs
- Distribuer des flyers
- Contacter ses partenaires

## Attention : 3 phases durant la collecte

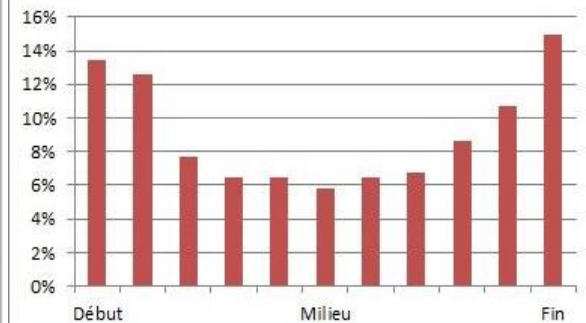
Lancement : 1<sup>er</sup> cercle lance l'effet boule de neige

Ventre mou : procrastination

Sprint final

USE

Fonds collectés au fur et à mesure de l'avancement des campagnes



# Animer la campagne

## □ Atteindre le 3<sup>ème</sup> cercle

- Contacter les médias pour avoir un article dans la presse
- Interviews radios ou TV
- Relayer ces articles au sein de son réseau
- Contacter les associations/entreprises susceptibles de participer au projet
- Faire de la publicité sur Facebook (facebook ads)

### **Important :**

Il faut avoir du temps et animer tous les jours la collecte

Ne pas oublier de remercier les contributeurs, ils seront ambassadeurs du projet

USE



# Fin de collecte

## DEFINITION

- **Le projet est un succès**
  - Remerciez les contributeurs
  - Envoyez les contreparties
  - Continuez à informer sur la suite de votre projet
  
- **La collecte a échoué**
  - Prenez du recul : qu'est-ce qui vous a manqué ?
  - Les contributeurs seront remboursés

## USE

- 1 « Respectez vos engagements »
- 2 « Tenez votre communauté informée de l'évolution du projet »
- 3 « Installez un climat de confiance »

# Merci de votre attention !

Nous contacter :

[charlotte@kengo.bzh](mailto:charlotte@kengo.bzh)

[s.appriou@kengo.bzh](mailto:s.appriou@kengo.bzh)

Tel. 0230131300

Mail. [info@kengo.bzh](mailto:info@kengo.bzh)



@kengo\_bzh



Facebook.com/kengobzh

USE