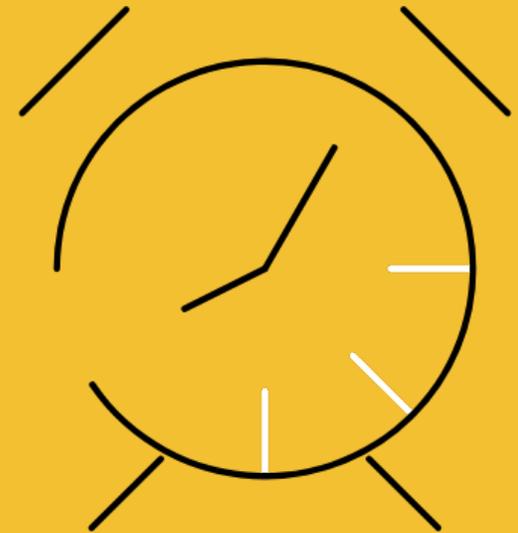
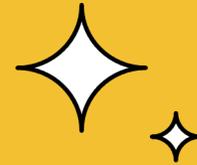


Bienvenue!

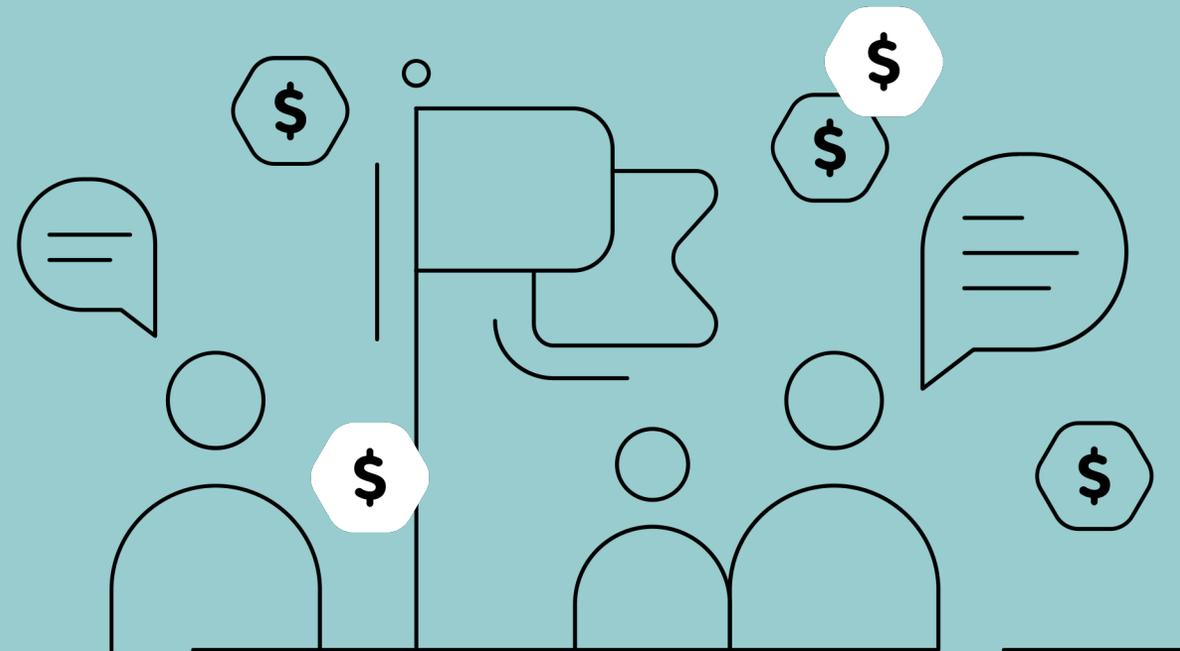
La Ruche Centre-du-Québec



Sujets abordés

- 1 Le financement participatif
- 2 La Ruche, un modèle unique
- 3 Le Processus
- 4 Préparation de la campagne



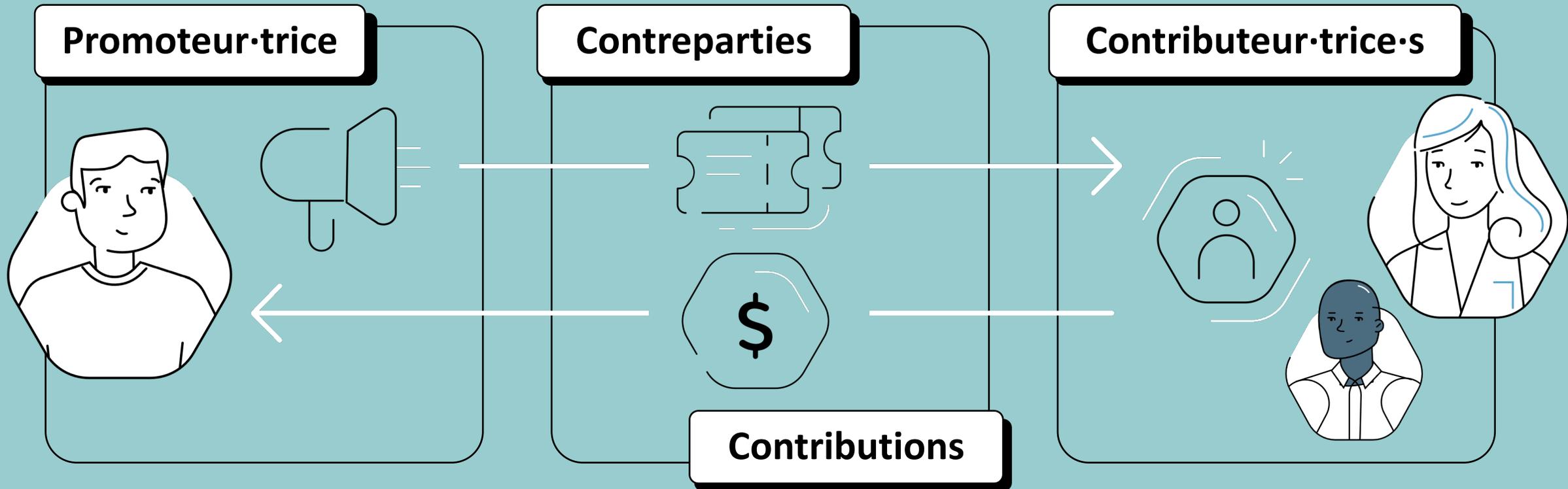


Le financement participatif

1

C'est quoi ?

Collecter des contributions auprès de sa communauté pour atteindre un objectif financier et réaliser son projet.



Pourquoi ?

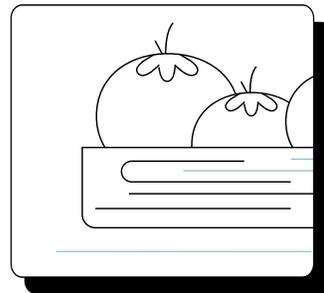
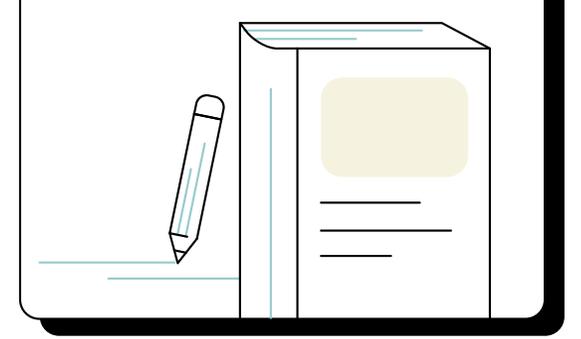


- Financer ponctuellement un projet spécifique
- Tester le marché ou valider un projet avant sa réalisation
- Mobiliser la communauté autour d'une idée
- Joindre un nouveau public, faire connaître son projet
- Développer ses compétences entrepreneuriales

Quel type de projet?



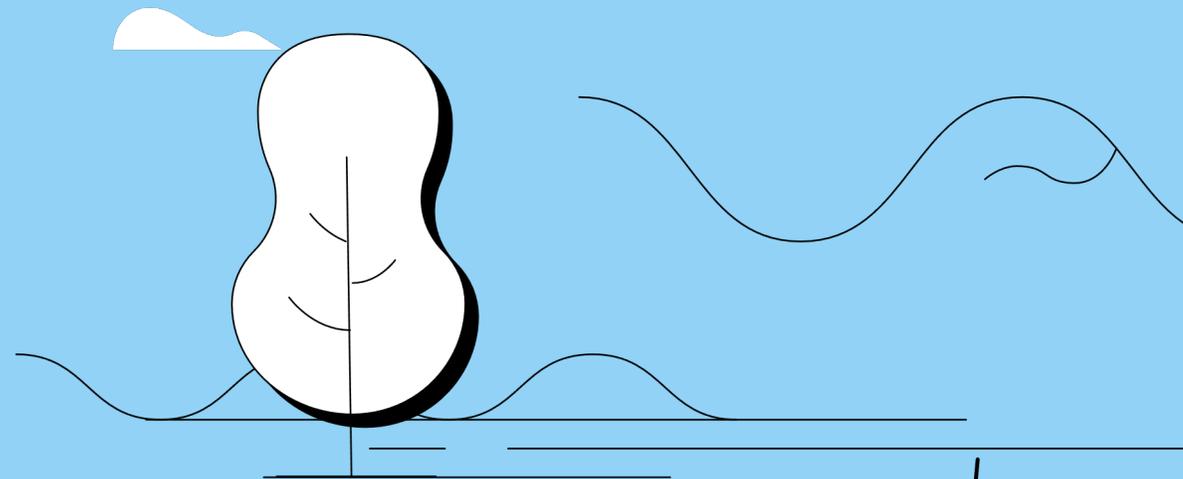
- Agriculture et alimentation
- Art et culture
- Commerce de détail
- Éducation et sensibilisation
- Sport et divertissement
- Et plus encore !



Pour qui ?

- 
- Individus, entreprises ou organismes
 - Projets à empreinte sociale, économique, culturelle ou environnementale dans la région
 - Convient à tous les stades d'évolution d'un organisme/d'une entreprise :
 - Démarrage
 - Croissance
 - Financement d'un nouveau produit/service

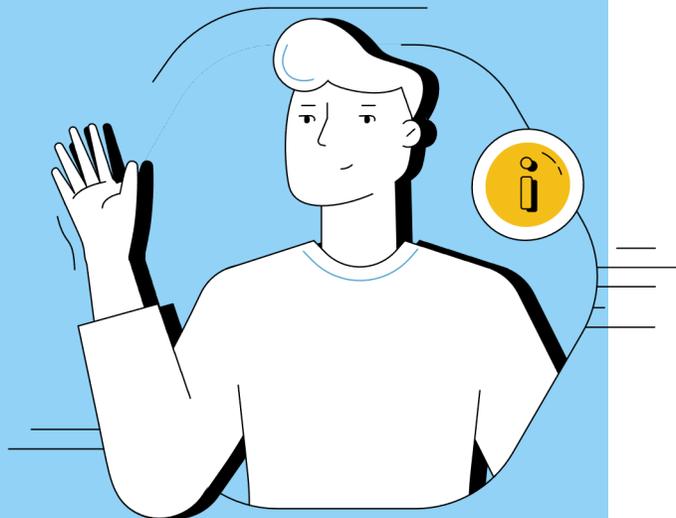
La Ruche, un modèle unique



2

Ce qui nous distingue

- Un ancrage/maillage régionale
- Un accompagnement professionnel
- L'accès à du financement additionnel



Le financement additionnel (FinAdd)



FONDS MOINS C'EST+

RECYC-QUÉBEC
Québec 

- Projet qui vise à réduire les déchets à la source et à stimuler le réemploi des matières
- Objectif bonifié de 50%
- En partenariat avec RECYC-QUEBEC



Projets pour la jeunesse

FONDS MILLE et UN pour la jeunesse

- Objectif doublé
- En partenariat avec le Secrétariat à la jeunesse

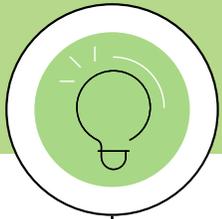
Fonds du simple au double

- Objectif doublé
- En partenariat avec Desjardins

Le processus

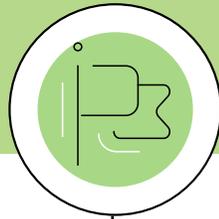


Les étapes



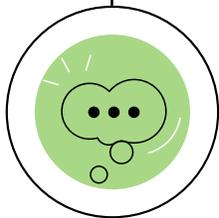
Idée de projet

- Financer un projet
- Valider une idée
- Mobiliser la communauté



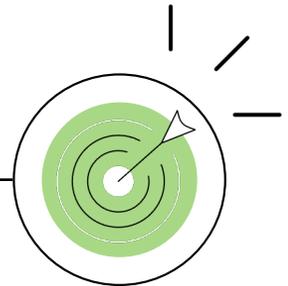
Lancement

- Solliciter son réseau
- Faire rayonner la campagne



Planification

- Définir et structurer la campagne (contreparties, vidéo, stratégie, etc.)
- Possibilité de financement additionnel
- Être accompagné par La Ruche



Réussite

Objectif atteint à 100 % et +

- Honorer les contreparties
- Encaisser le montant recueilli (incluant le financement additionnel)
- Concrétiser le projet

Préparation de la campagne

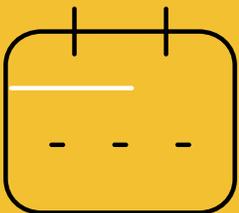


4

1

Circonscrire son projet

Quelle sera la durée et quand la campagne sera-t-elle lancée?



Avoir un but spécifique

- Définir le projet dans le temps (date de début/fin)

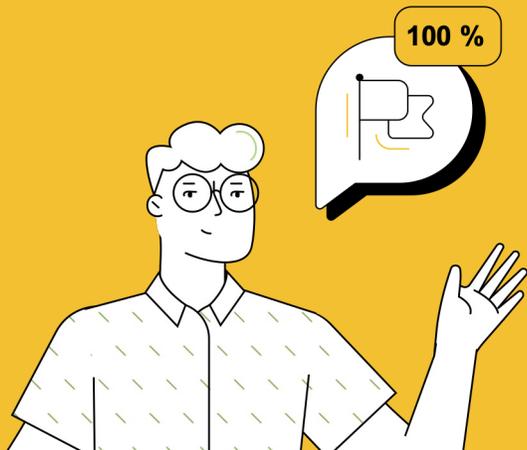
À considérer

- Entre 30 et 90 jours
- Période optimale pour rejoindre le public cible selon la situation ou le secteur d'activité
- Les disponibilités pour faire la promotion de la campagne

1

Circonscrire son projet

Définir un objectif selon la prévision budgétaire de votre projet



- Inclure les frais en lien avec la préparation de la campagne
- Objectif non modifiable une fois la campagne en ligne
- Modèle de l'objectif fixe
- Possibilité d'ajouter un 2^e objectif flexible

Note

L'objectif établi doit être atteint (100 %) ou dépassé pour récolter l'argent des contributions.

1

Circonscrire son projet

Frais de gestion

\$

Facturables uniquement si l'objectif de campagne est atteint :

Frais de services La Ruche

→ 5% du montant recueilli

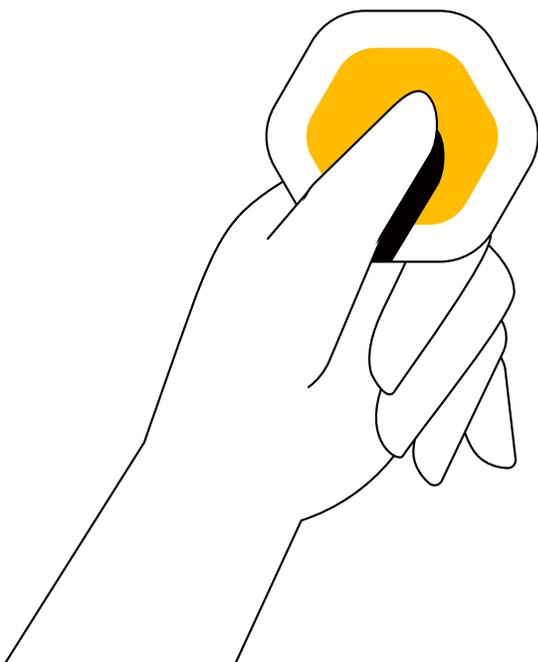
Frais de transactions Stripe

→ 2,9 % + 0,30 \$ par transaction effectuée

2

Contreparties

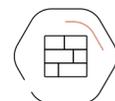
Sous trois (3) formes



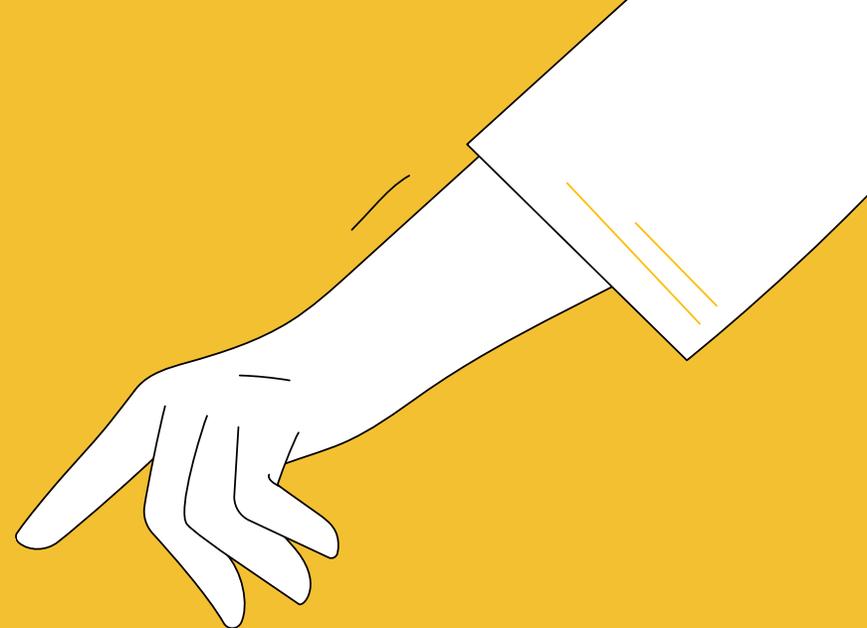
Monétaires



Expertises



Matérielles



2

Contreparties

\$

Monétaires



Prévente

Offrir la possibilité d'acheter un bien ou service avant le grand public, une exclusivité, etc.



Matérielle

Un produit, café, carte-cadeaux, etc.



Expérientielle

Événement privé, atelier, conférence, visite, rencontre exclusive, etc.



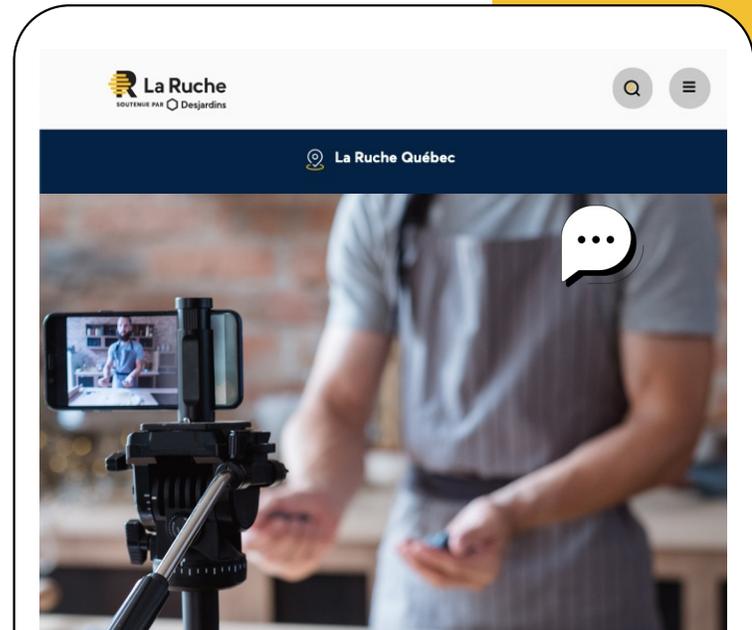
Symbolique

Visibilité, remerciement, etc.

3

Vidéo de campagne

Impératif pour la mise en ligne



→ Son importance

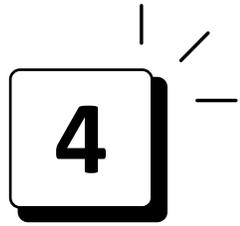
- Sert d'outil promotionnel
- Capte l'attention
- Établit la confiance/sentiment de proximité

→ Son contenu

- Présentation du projet
- Utilisation du montant récolté
- Avantages des contributions
- Appel à l'action

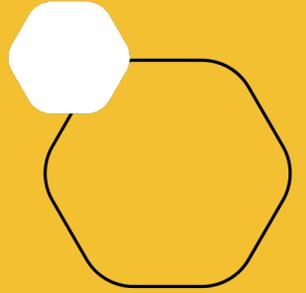
Conseils

- 1 à 2 minutes maximum
- Ajouter des sous-titres

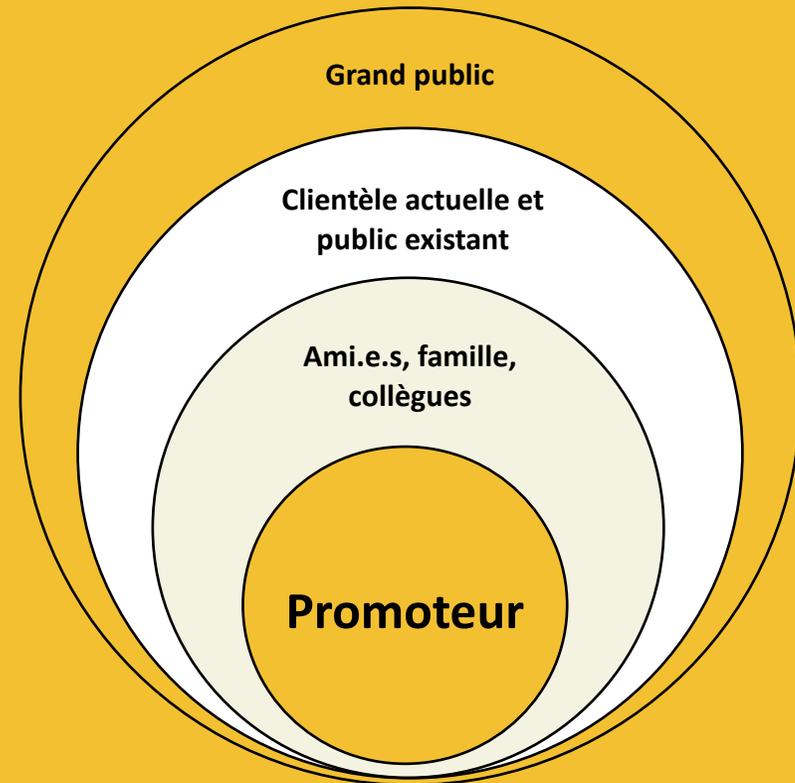


Mobiliser la communauté

- Penser à la **stratégie de communication** avant de lancer la campagne
- Cibler les **influenceur.euse.s/ relayeur.euse.s** de contenu
- Solliciter l'**entourage/ la communauté/ future clientèle** en amont

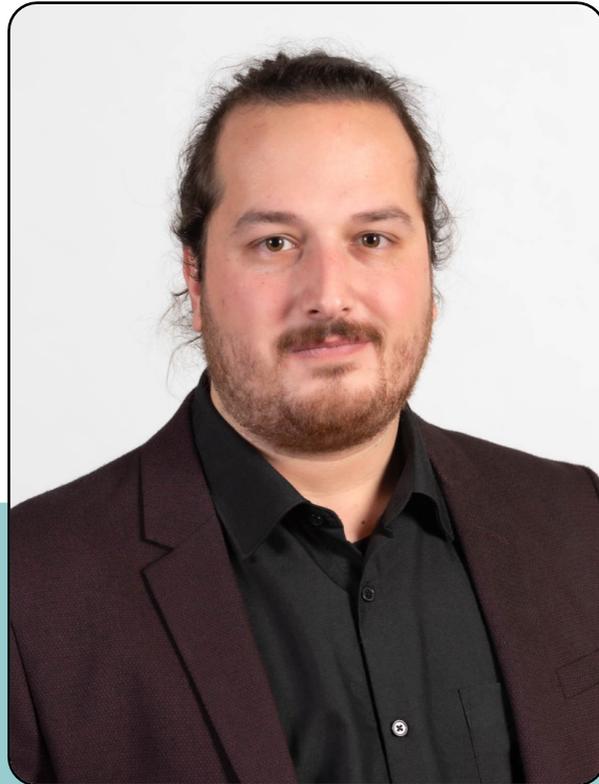
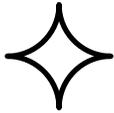


Cercle des contributeur.rice.s





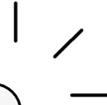
Contactez-nous!



Mikaël Bastiani

Directeur
La Ruche Centre-du-Québec

mikael.bastiani@laruchequebec.com
450 881-0759



Stéphanie Léveillé-Duval

Spécialiste en activation de projets

stephanie.leveille.duval@laruchequebec.com

