



AFFséminaire



| **21^{ème}** Séminaire francophone
de la collecte de fonds



21, 22 et 23 juin 2022

LE RIRE MÉDECIN A 30 ANS

L'évolution de la collecte





LE CADRE



Le Rire Médecin

Introduction sur l'association

- sa mission
- ses bénéficiaires
- Cause = cibles?

NB gratuité pour l'hôpital et les bénéficiaires



Sondage rapide : qui connaît/ne connaît pas l'association ?



1- LA CRÉATION DE L'ASSOCIATION



Le Rire Médecin, création en 1991

Caroline Simonds : une américaine à Paris !

- De New York à Paris: le concept de clown hospitalier

Le lancement et les premiers pas

- 2 clowns au départ dans 2 hôpitaux
- Punch line: on soigne mieux un enfant heureux
- Financement?

Collecte

Les 3 premières années, 1 poignée de mécènes: la Fondation Gould , la Fondation de France + le ministère de la culture

Passées les 3 premières années: l'asso en danger !
Sauvée par un mécène



Question : avec quelle somme d'argent pensez-vous que le Rire Médecin a commencé son activité ?



2- LE DÉVELOPPEMENT DE L'ASSOCIATION



Arrivée de la notoriété et de la reconnaissance

Activité de l'association

- On continue à se développer et l'équipe au siège s'étoffe.
- Ouverture d'autres hôpitaux IDF et province

Outils/moyens utilisés

- Les parrains/marraines: arrivée d'Anny Duperey comme marraine de l'association en 1994
- Passage sur *Envoyé Spécial* en 1995 : énormes retombées, notoriété
= **Importance de la médiatisation!**

Collecte:

- On vit toujours grâce au mécène sauveur
- Puis prospection d'autres mécènes



2- LE DÉVELOPPEMENT DE L'ASSOCIATION



10 ans déjà

Activité de l'association

2001: les 10 ans de l'asso, 35 clowns, 16 services pédiatriques, 4 personnes au bureau + Caroline

Outils / moyens utilisés

Envoi d'une lettre d'information à notre communauté (nos bienfaiteurs et nos parties prenantes)
1 livre écrit par la Fondatrice

Collecte:

On vit principalement et jusqu'en 2004 de quelques mécènes, d'un peu de subventions publiques, avec 1 million d'euros de collecte au total



Question : un grand tournant se prépare, quel est-il?



3- LE GRAND TOURNANT



2005, ouverture de la collecte au grand public !

Outils/ moyens utilisés

- En 2005 : ouverture au grand public, début de la prospection téléphonique. Investissement important mais CA convaincu car garantie de ROI à 1. On se dote d'une base de données (encore assez artisanale)

- Pr Alain Fisher, chef de service immuno à l'hôpital Necker devient Président : caution scientifique, mise en confiance et reconnaissance

Importance des présidents!

Les donateurs sont conquis, le succès dépasse les attentes !

Collecte:

Fin 2005: 370k de dons des particuliers (8 500 donateurs)

En 2006, les dons ont triplé ! Plus d'1 million arrive de la générosité du public tout est fait manuellement...



Question : A ce stade, quelle est la proportion mécénat/subventionneurs versus dons des particuliers?



3- LE GRAND TOURNANT

Temps consacré au développement : coup d'accélérateur

Activité de l'association

- 25 nouveaux clowns entre 2006 et 2007, d'autres ouvertures en province
- 2008 : 1ers comités de bénévoles: plus de notoriété, petites collectes en local
- 2010 Création de l'institut de formation : transmission des connaissances et de l'expertise à d'autres clowns + formations aux soignants = reconnaissance dans le monde médical

Outils/ moyens utilisés

- Nouveaux parrains/marraines,
- Mise en place et renforcement de la fidélisation et du cycle donateur
- 1eres opérations de produit partage
- **Création du site web vitrine!** (2008)
- l'équipe de permanents grossit pour accompagner le développement de l'association

Collecte

Continuité de l'investissement sur la collecte auprès des particuliers

2007: on passe de 1,5 million de dons des particuliers sur un total de 2,6 millions

2010: on est à 1,9 million pour un total de 3 millions

Baisse du mécénat, difficultés des entreprises face à des crises et moins d'investissement de l'association sur cette partie.





4- DE 20 À 30 ANS



On n'a pas tous les jours 20 ans...

Activité de l'association

- **2011: 20 ans**, 87 clowns, 37 services pédiatriques, 15 permanents
- Le spectacle Hors Piste: fait par nos clowns pour décrire la mission à l'hôpital, beau succès
- Expo photo à la mairie de Paris (4500 visiteurs en 1 mois + retombées presse)

Outils/ moyens utilisés

- On se professionnalise avec une base de données plus solide (prodon)
- Initiation des réseaux sociaux en 2011 (2012, FB 4500 fans)
- 1ère braderie

Tout est toujours fait en interne

Collecte:

2011 : 3,2 millions

2012 : 3,7 millions... (54% particuliers, 28% mécénat, 5% sub)



Question : Belle évolution mais on doit s'adapter au monde qui nous entoure: quel est le next step?



L'évolution de la collecte

4- DE 20 À 30 ANS Le début du digital et tests prospection

Outils/ moyens utilisés

- **2013 : ouverture du don en ligne!! et renforcement de la prospection téléphonique**

Résultat: + **400k des particuliers**

- 2013 : début des **Journées Nationales de collecte** faites par tous les membres de l'association 350 bénévoles (33K€), puis proposées aux salariés des entreprises puis pris en charge par un de nos partenaires santé. Dernière édition en 2020/21 avec le covid.

- Lancement de la prospection téléphonique vers les TPE/PME : sans grand résultat (pas encore RSE)

- 2014-2015: test de **Street marketing**, campagne qui a fonctionné mais ROI plus lent., strat PA a vraiment commencé

- **2016: 25 ans, course solidaire du Rire Médecin** + mise en place de la plateforme des défis du sourire et notoriété **#tousenezrouges** pour la campagne de fin d'année (grand public et personnalités)

- 2017 test du don sms mais sans réel succès sauf lors d'une émission télé

- 2017 : pour booster le pole com collecte = appel d'offre pour être accompagné par **agence de fundraising**

- **Fin 2017, nouveau prestataire pour le formulaire de don**= mieux personnaliser/tracer et + responsive

- Plus d'énergie sur la communication, presse etc...

- 2018: après avoir repoussé plusieurs années, première prospection papier auprès de 50 000 prospects: beau succès !

- **Arrivée des dons les réseaux sociaux**: 1^{er} don en ligne sur FB jan 2018



Collecte

2015-2016 : 4,5 millions dont 2,9 des particuliers et le reste en mécénat/subventions



Question : combien de temps pour avoir des donateurs/résultat en ligne sur les RS?

@AFFundraisers #AFFSEMINAIRE



5 – CE QUI A ÉTÉ MIS EN PLACE AU COURS DU TEMPS



Fidéliser et renouveler nos donateurs particuliers pour assurer le maintien de notre mission

Le cycle donateur particulier

Amélioration de notre processus de fidélisation des particuliers :

- Fidélisation papier : envoi de 6 à 7 mailings papier à nos donateurs + journal d'information 1 à 2 fois par an
- Fidélisation téléphonique: welcome call, transformation PA, upgrading des PA et réactivation des anciens donateurs
- Envoi d'une newsletter et un emailing d'appel à don par mois
- Un journal une fois ou 2 par an, plus détaillé
- Les 2 temps forts de collecte: campagne d'été et de fin d'année



5 – CE QUI A ÉTÉ MIS EN PLACE AU COURS DU TEMPS



Fidéliser et renouveler nos partenaires privés pour assurer le maintien de notre mission

Entreprises /fondations

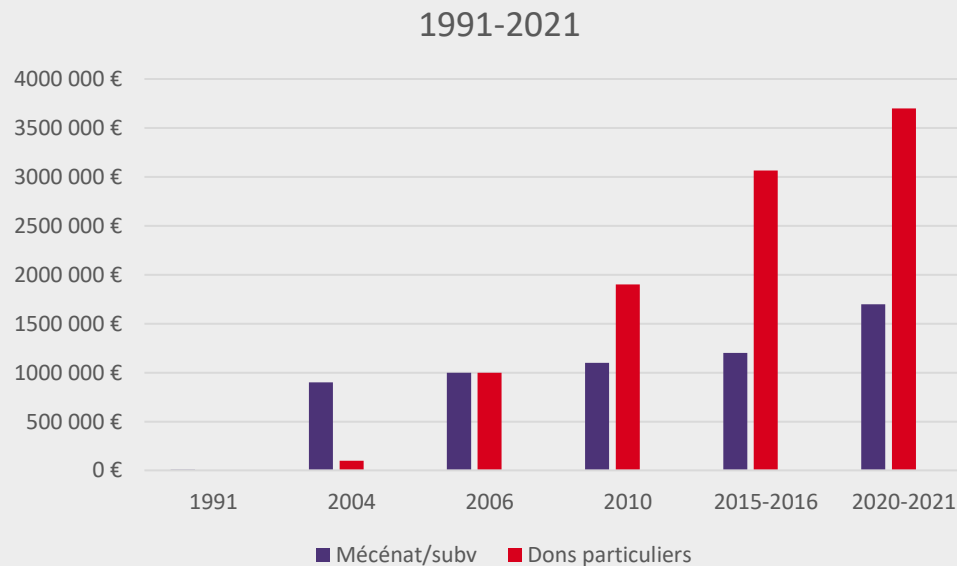
- Prospection systématique pour compenser l'attrition
- Diversification des opérations de collecte à leur attention et des formes de mécénat
- Fidélisation avec présentation au sein des sociétés, échange tel/visio,
- Evènements partenaires
- 2 à 3 publications LinkedIn partenaires par semaine
- 1 newsletter partenaires par mois

Innover:

- En plus des programmes réguliers : programmes innovants pour de nouveaux publics

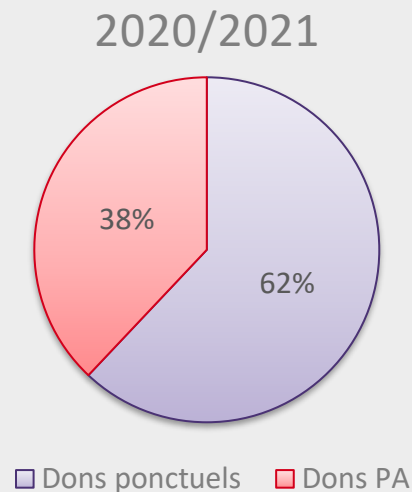
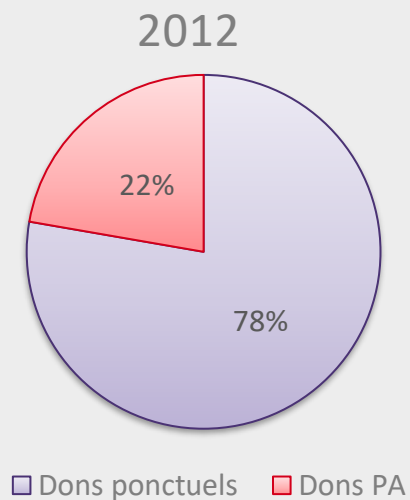


Evolution collecte particuliers VS entreprises et fondations



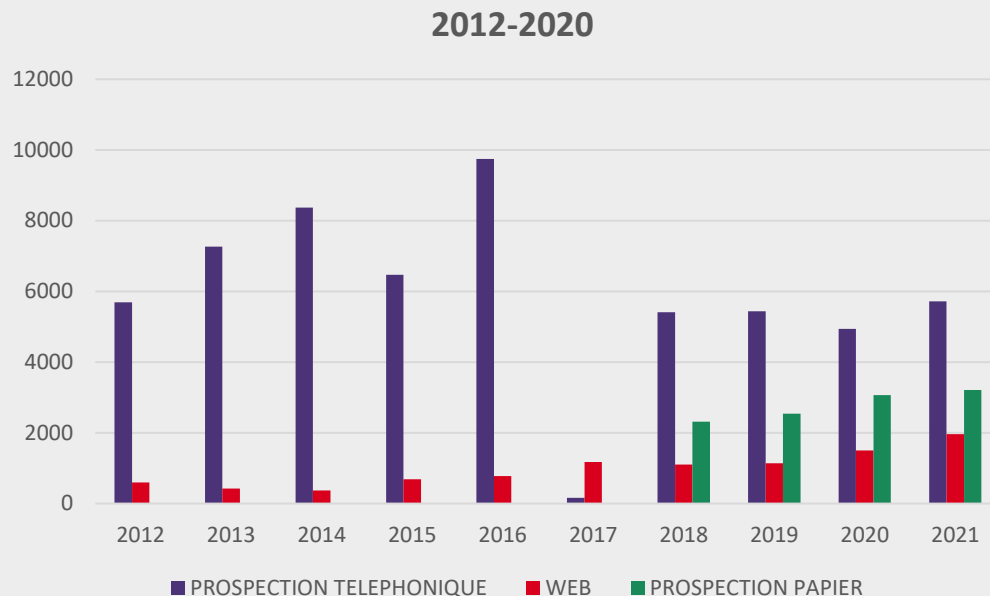


Evolution collecte particuliers : dons ponctuels vs dons PA





ACQUISITION DE DONATEURS PARTICULIERS PAR CANAL





6 – LE RIRE MÉDECIN AUJOURD'HUI ET SES DÉFIS

Nos défis, nos enjeux



- Comment mieux fidéliser?
- Mieux segmenter pour mieux collecter?
- Plus diversifier nos moyens de collecte?
- Aller vers une collecte 360° et relier notre BDD à notre activité digital
- Comment mieux faire le lien particuliers/entreprises?
- Comment mieux se faire connaître ?
- Toujours innover? dans les moyens de collecte et dans notre mission?



6 – LE RIRE MÉDECIN AUJOURD'HUI ET SES DÉFIS

Aujourd'hui

Nos donateurs:

- Donateurs : 62 000 donateurs actifs 0-24 mois (dont les PA)
- Donateurs toujours actifs depuis l'ouverture au grand public: 2700 ;) 10% de donateurs de 2006
- Nombre de partenaires entreprises, fondations et subventionneurs: +150

Outils / moyens utilisés

2021: début de la prospection leads

Développement de la notoriété avec nos parrains/marraines et nos partenaires média/presse

Événements toute l'année des 30ans

RS: FB (54 000 fans), Twitter (8300 abonnés), Insta (5800 abonnés), LinkedIn (3800 abonnés)

Site: > 100 000 visiteurs par an, chaîne Youtube (200 000 vidéos vues)

Collecte:

Total: 5,5 millions

Générosité du public: 3,7 millions dont plus d'1 millions en PA et 550 000 de collecte en ligne (don site web, RS, course solidaire)

Mécénat /subventions: 1,6 million, reste en vente et produits divers

Notoriété: en nette progression grâce à nos communications, à nos 5 parrains/marraines, à nos événements, à la presse, réassurance des 30 ans d'existence...donc plus facile de collecter – cercle vertueux



Et pour finir... le best of des 30 ans du Rire Médecin à l'hôpital !



Anniversaire 30 ans - best of enfants

MERCI !

