

GIVING TUESDAY 2023 : LE BILAN FINAL

08/01/2024



A RETENIR

Les chiffres clés

- Plus de 8 millions d'euros collectés
- Une augmentation du montant des dons de 88% par rapport en 2022
- Plus de 52 400 donateurs généreux
- Plus de 330 structures participantes recensées
- 17,3 millions de personnes touchées sur les réseaux sociaux

Retour sur les objectifs stratégiques

1. Mettre en place de nouveaux partenariats stratégiques

Objectif atteint grâce aux partenariats avec HelloAsso, Jeveuxaider.gouv, Periscope, le Philanthro-lab et KissKissBankBank&Co. Ces partenariats sont à pérenniser. En revanche, nous n'avons pas trouver de nouveaux partenaires financiers, c'est un enjeu majeur pour 2024.

2. Ancrer le Giving Tuesday dans différents secteurs

Objectif atteint en partie grâce aux campagne GT pour la Planète et Next Gen. La campagne GT Sport n'a par contre pas fonctionnée à la hauteur de nos attentes. Cet objectif doit être poursuivi en 2024, notamment sur des secteurs émergents cette année : l'environnement, la culture et la santé.

Retour sur les objectifs stratégiques

3. Mettre en place un réseau d'ambassadeurs régionaux

Objectif atteint avec 3 ambassadeurs régionaux en 2023. Une forte mobilisation également côté réseau AFF. Objectif à poursuivre en 2024.

4. Continuer à développer nos outils digitaux

Objectif atteint grâce à une nouvelle stratégie d'activation digitale, couplée avec une nouvelle stratégie d'achat de social ads. Le changement d'agence digitale a été bénéfique à ce niveau.

5. Avoir des KPIs et données concrètes à communiquer

Objectif atteint dans ce bilan grâce à une analyse plus fine des données collectées suite au Giving Tuesday. L'inconvénient majeur est que le temps passé sur le bilan est beaucoup plus long.

LE BILAN EN RÉGION

GT Hauts-de-France

- Ambassadeur : Vivien Berger
- Implication des coordinatrices du groupe AFF : Magalie Petit et Christine de Sainte Marie
- Structures mobilisées : Etablissement Français du Sang, Clubhouse Lille, Réseau Entourage, SKEMA Business School, Palais des Beaux-Arts de Lille, Association Toi Demain, Fondation IESEG, Institut Curie, Somme Battefield for Peace, Handicap International, Fonds de dotation Essentiem, Elevages sans Frontières, Agence Somme Tourisme, Bouygues Bâtiment Nord-Est, CHU de Lille, Louvre Lens, AFEJI, Lens Liévin Tourisme, Ville de Lille...



Vivien Berger • 1er

Directeur Communication Marketing chez Hauts-de-France...

Republié depuis AFF - Hauts-de-France • 1 mois •

Pour mon premier #GivingTuesdayFR en tant qu'ambassadeur #HautsdeFrance, j'ai eu la chance de partager une journée inoubliable en faveur de la #générosité en compagnie de mes merveilleuses collègues magalie petit et Christine de Sainte Marie ! ❤️❤️

L'occasion de retrouver et de rencontrer des acteurs super engagés dans la région Hauts-de-France.

Entreprises, associations, fondations, établissements de santé, musées...

➔ #MERCII pour votre accueil et pour votre engagement !

Un seul vœu : n'attendons pas un an de plus avant de recommencer !

Giving Tuesday France | Association Française des Fundraisers | AFF - Hauts-de-France



GT Normandie

- Ambassadrice : Juliette Demares
- Partenariat créé avec Citizens
- Structures mobilisées : Kintsu Jouets, Les Petites Pierres, Etablissement Français du Sang, Top Permis Normandie, Citémômes, Papillon Blancs 76, Mah La Source, Rouen Sites & Monuments, Opéra de Rouen Normandie, Sur les pas de So, AE14, Les curieux de l'ESS, Compagnie Ensuite En Corps, Le Cargö, Banque Alimentaire du Calvados, V-low, Caen la mer, Ville de Caen, Fondation du patrimoine Normandie, Métropole Rouen Normandie, Mont Saint-Michel...



Juliette Démares · 2e
Chargée du mécénat à la Métropole Rouen Norma...
1 mois · Modifié ·

[Tous mobilisés ce 28 nov pour [Giving Tuesday France](#), la promotion de la générosité]
Cette année développement avec [Citizens](#) de la mobilisation de la Normandie, grâce à la sensibilisation des associations à Rouen et Caen et la promotion de différentes collectes, comme par exemple :

- 🧸 La collecte de jouets de [KINTSU JOUETS](#) pour Noël
- 🏠 La collecte express aujourd'hui d'un toit vers l'emploi pour financer une tiny house dédiée aux femmes en situation de rue dans la métropole avec [Les Petites Pierres](#)-> <https://lnkd.in/ekH6z4Bh>
- 👉 La collecte de l'[EFS Normandie](#) (donnez votre bras)

et l'implication de [Top Permis Normandie](#), [Citémômes](#), [Papillons Blancs 76](#), [Mah la source](#), de [Rouen Sites & Monuments](#), l'[Opéra de Rouen Normandie](#) et de [SUR LES PAS DE SO](#), [AE14](#), les curieux de l'[ESS](#), [Compagnie Ensuite En Corps](#), [Le Cargö](#), [Banque Alimentaire du Calvados](#), [V-low](#), [Caen la mer](#), [Ville de Caen](#), [Fondation du patrimoine Normandie](#)

Un grand merci à [Pierre Paillereau](#) et [Isaline Marmontel - Hanna](#) pour cette mobilisation.

Cette année, dans le mag' de la [Métropole Rouen Normandie](#) nous avons décliné la dimension [#Givingtuesdaysport](#), avec la mise en avant de bénévoles dans différents clubs sportifs... à découvrir ici : <https://lnkd.in/ePd67AVX> / [Association Française des Fundraisers](#)



GT Bretagne

- Ambassadrice : Pauline Clatot
- Implication des coordinatrices du groupe AFF : Cécile Baudouin et Emili Blanquaert
- Structures mobilisées : Orchestre National de Bretagne, Fondation d'entreprise Grand-Ouest, Fonds de dotation BretagneS, Additi Média, Ouest France, Claranet France, APF France Handicap, Institut Agro Rennes-Angers, Ligue contre le Cancer, Rennes School of Business, Le Joli Défi, CHU de Rennes, Sciences Po Rennes, Fonds de dotation Kernaë, Association Trisk'Ailes, Diocèse de Rennes, Fratries, Le Beltane, Fonds de dotation Kerpape, Asso Salée...



Pauline Clatot - 1er
Responsable communication et marketing responsable à...
+ 1 mois

♥ #GivingTuesdayBretagne, le mouvement officiel de la solidarité en Bretagne ♥

Lundi, nous étions nombreuses et nombreux à assister au lancement du #DevezhArVrokustedBreizh (Giving Tuesday Bretagne en breton 🇧🇷).

Une soirée exceptionnelle en compagnie d'intervenante.s de qualité :

- ♥ Cécile Baudouin de l'Orchestre National de Bretagne
- ♡ Véronique Poletto de la Fondation d'Entreprise #GrandOuest
- ♥ Tristan Gloaguen du Fonds de dotation BretagneS

Merci à tous les 3 pour vos témoignages enrichissants et inspirants.

👏 Merci à toutes et à tous pour votre participation : Salomé Foxy (Additi Média | Groupe Ouest-France), Laurent alaton, Anne-Sixtine WEY RACADOT (Claranet France), Sébastien Assouline (APF France handicap - Direction Régionale Bretagne), Christine Dumanget (L'Institut Agro Rennes-Angers), Chloé Minereau (Ligue contre le cancer Comité d'Ille-et-Vilaine), Wafâa Mbarki (Rennes School of Business), Marion LE JOLY (LE JOLI DÉFI), Anna Gautier, Marie LOUIS (CHU de Rennes), Clotilde Martin (Sciences Po Rennes), Anne-Sophie LE JOLY (Fonds de dotation KERNÆ), et une pensée pour celles et ceux qui n'ont pas pu venir (Amélie Boulay de l'Association Trisk'Ailes, Laetitia Camilleri, Marie La Fragette du Diocèse de Rennes, Joseph Prangé de Fratries, Emilie BLANQUAERT et Giovanni Verduci de l'Association Française des Fundraisers).

Et si vous aussi, vous souhaitez porter le mouvement en Bretagne, emparez-vous du kit communication 100% breton 🇧🇷 <https://urlz.fr/oszE>

📍 Meryll / Brasserie Beltane à Rennes



Dans les autres régions

- Auvergne Rhône Alpes : organisation d'un événement en collaboration avec le FC Rugby Grenoble
- Sud : organisation d'un afterwork au lendemain de Giving Tuesday
- Centre Val de Loire : organisation d'un événement Giving Tuesday

LES SUPPORTS DE COMMUNICATION

Le site internet givingtuesday.fr

Trafic du mois de novembre :

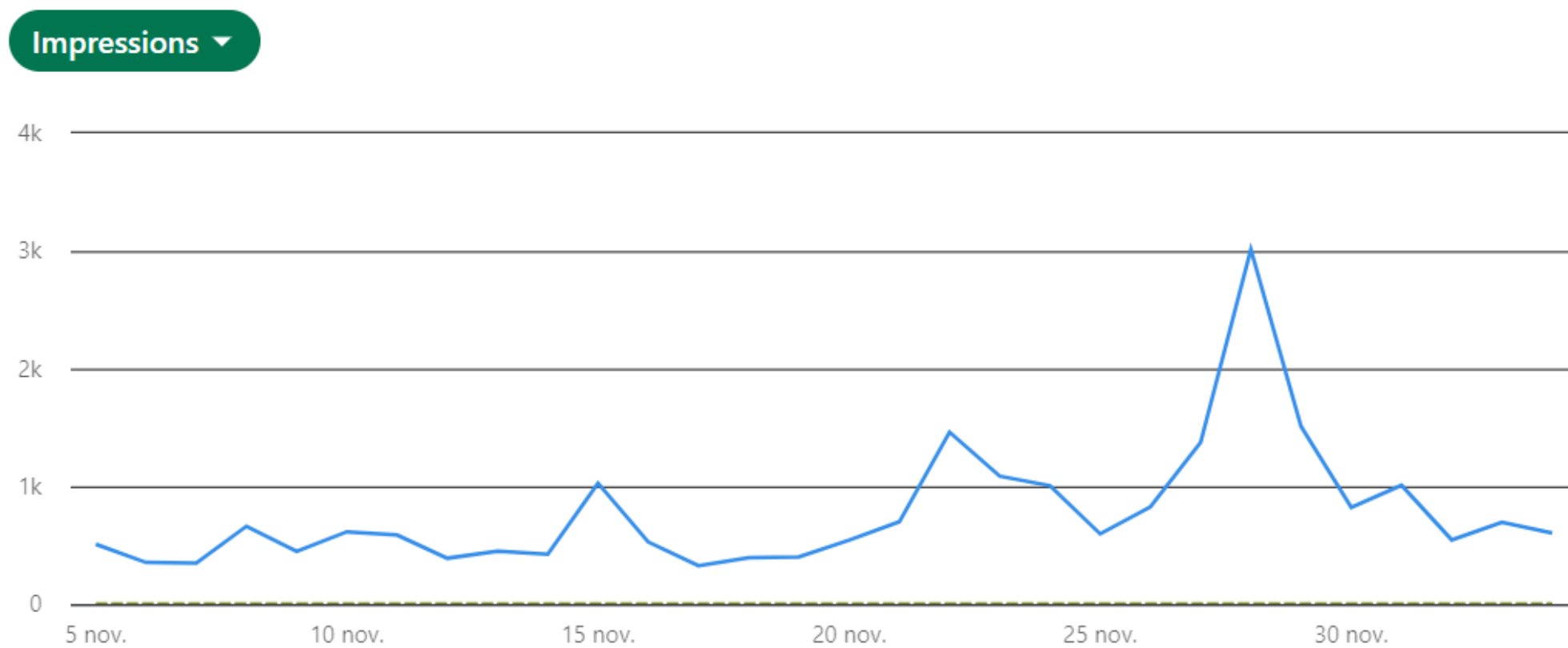


1255 nouveaux
utilisateurs le 28
novembre

La page LinkedIn

Chiffres clés du mois de novembre :

- 97 posts publiés
- 234 posts d'acteurs republiés
- 23440 impressions
- Taux d'engagement à 7,1%
- 1721 visites de la page
- 206 nouveaux abonnés pour atteindre un total de 1640 abonnés

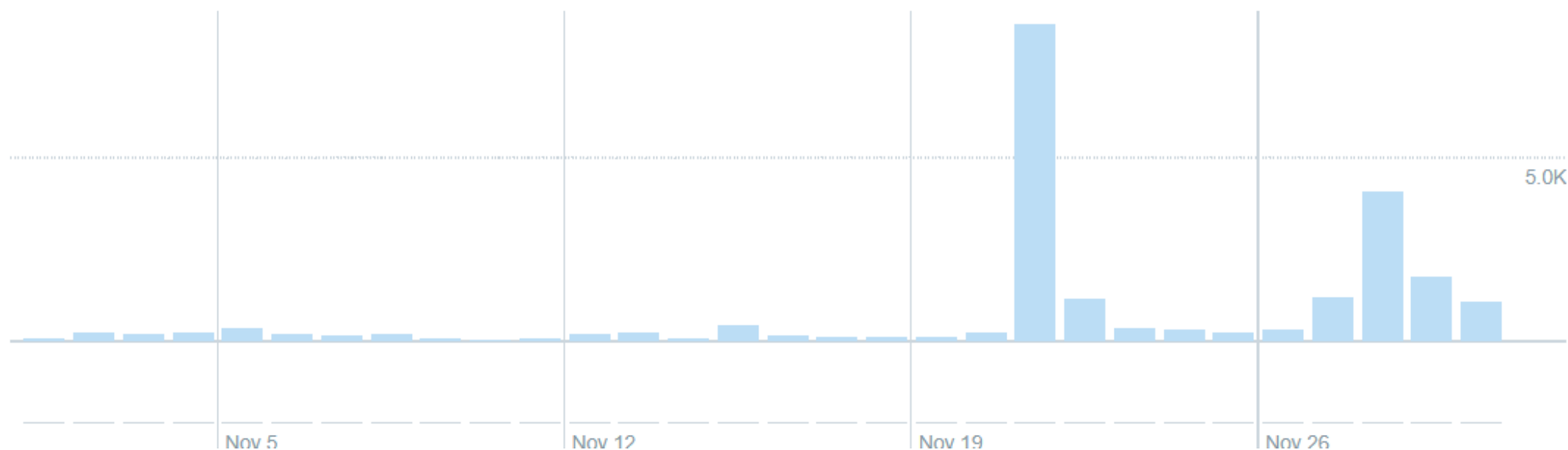


Le compte Twitter

Chiffres clés du mois de novembre :

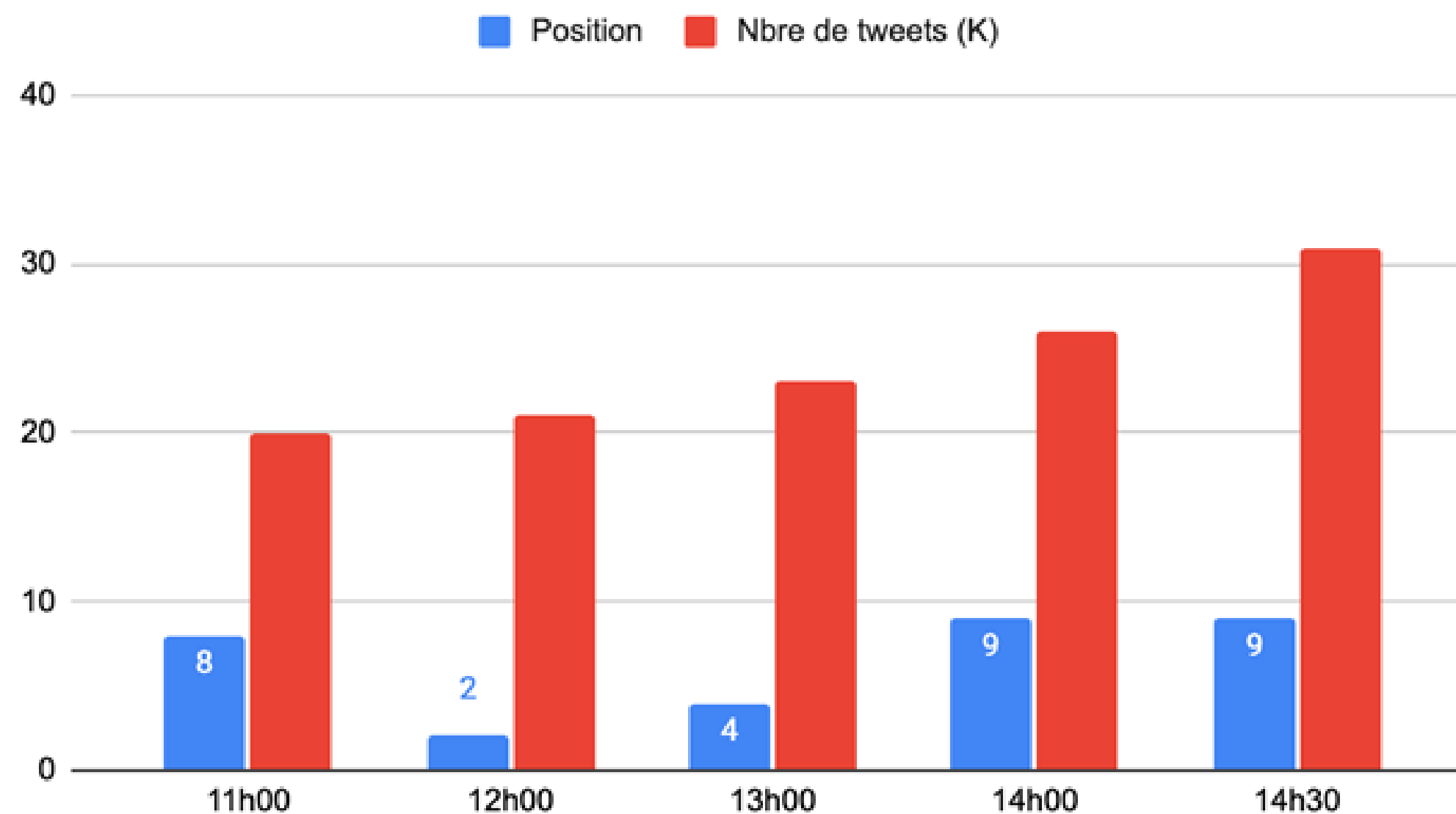
- 172 posts publiés
- 129 tweets d'acteurs retweetés
- 22,8k impressions
- Taux d'engagement à 3,7%
- 96 retweets
- 1857 abonnés

Vos Tweets ont obtenu **22.8K impressions** sur cette période de **30 jours**.



Le hashtag #GivingTuesdayFr sur Twitter

Position et Nbre de tweets (K) du #GivingTuesday en France

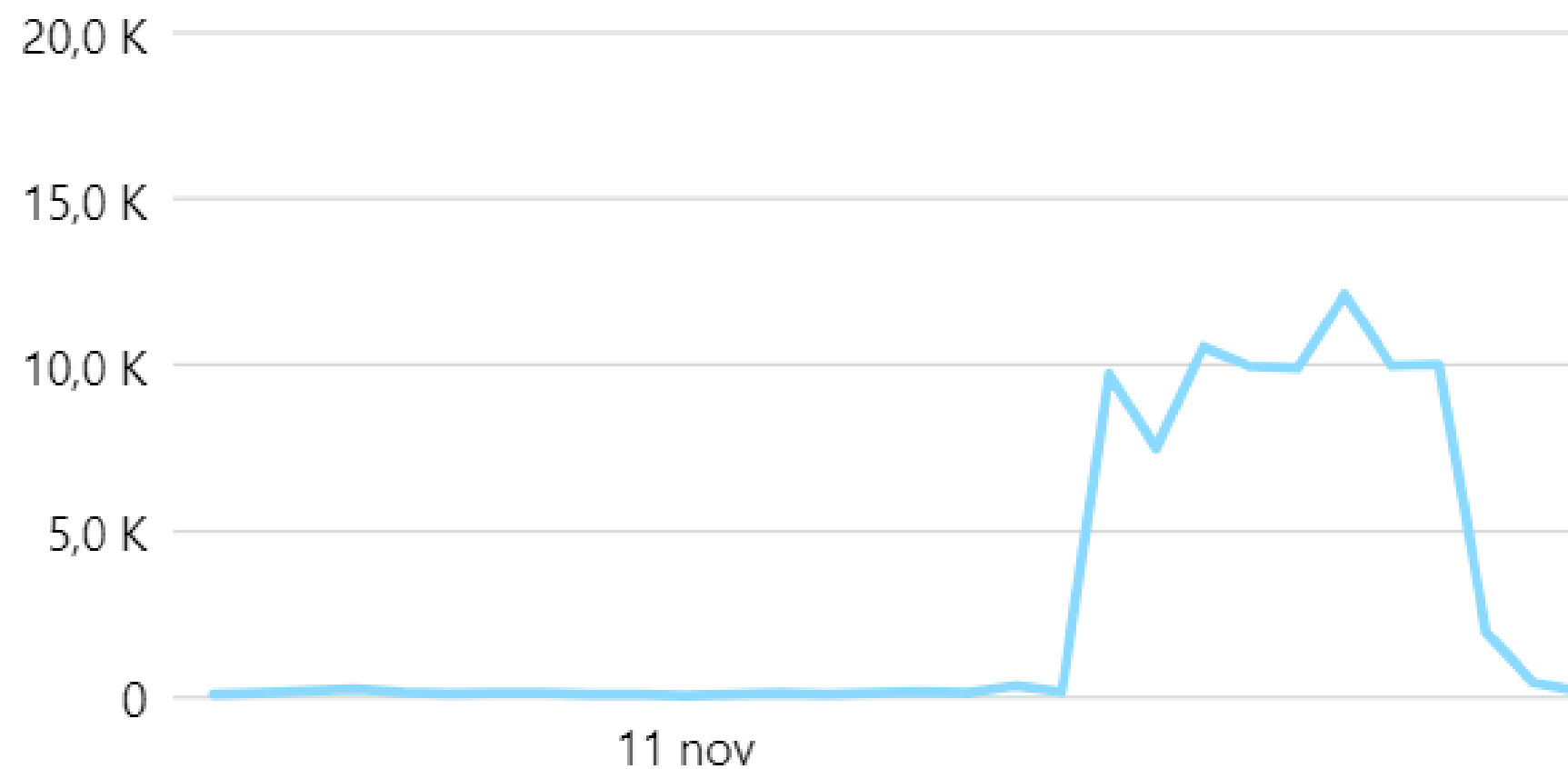


- Le #GivingTuesdayFr dans le top 10 des trends Twitter une bonne partie de la journée.
- A la 2e place à 12h.
- Plus de 30k tweets comportant le hashtags en début d'après-midi.

Le compte Instagram

Couverture Instagram ⓘ

64 439 ↑ 7.0K



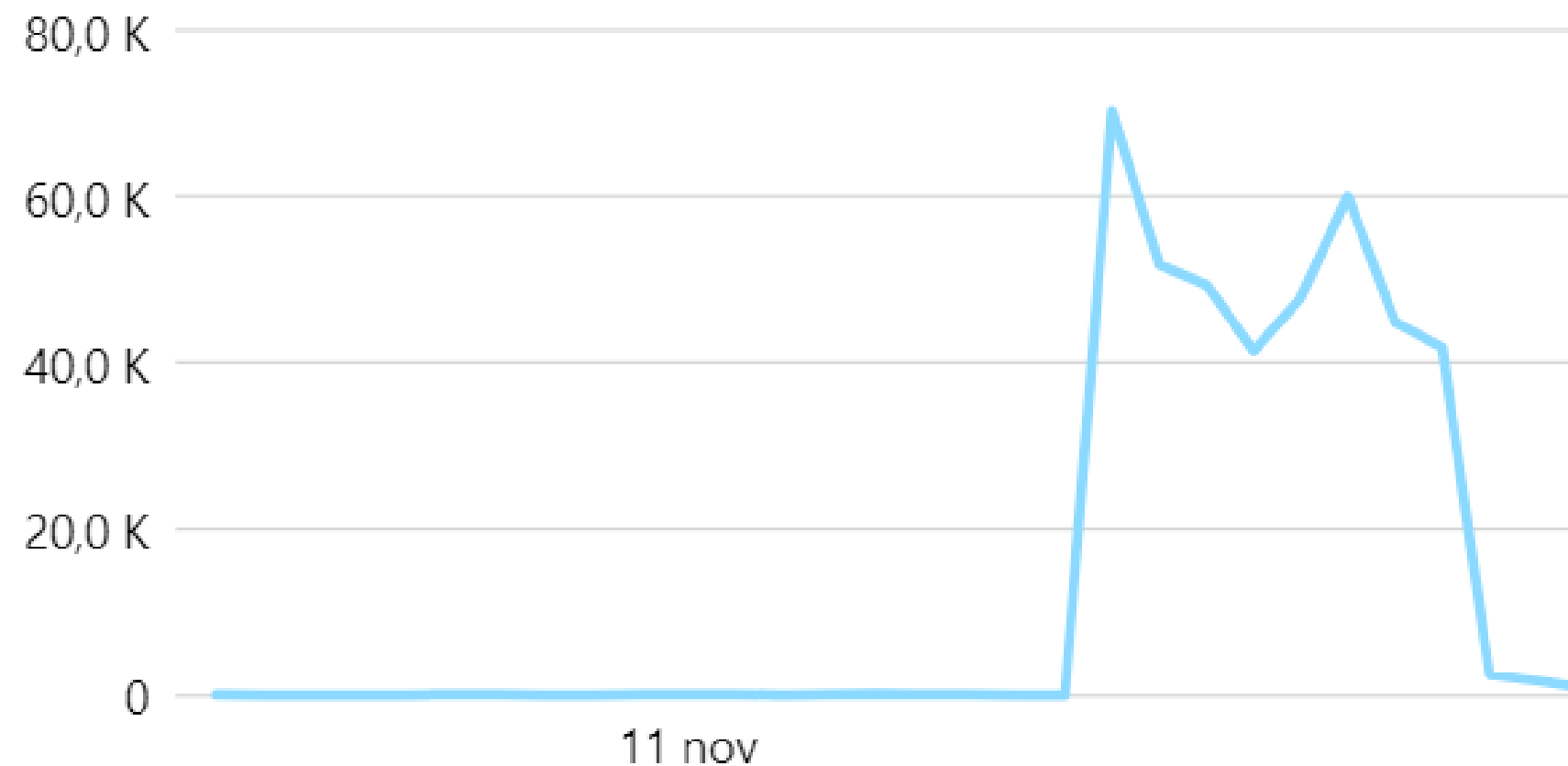
Chiffres clés du mois de novembre :

- 81 publications sur le profil
 - 70 images + 11 reels
- 380 story
- 8 posts sponsorisés (gérés par Start It Up)
- 64 439 comptes touchés
- 114 512 impressions
- 824 interactions avec notre contenu
- 173 nouveaux followers, pour un total de 1518 abonnés

La page Facebook

Couverture Facebook ⓘ

235 209 ↑ 38,1.K

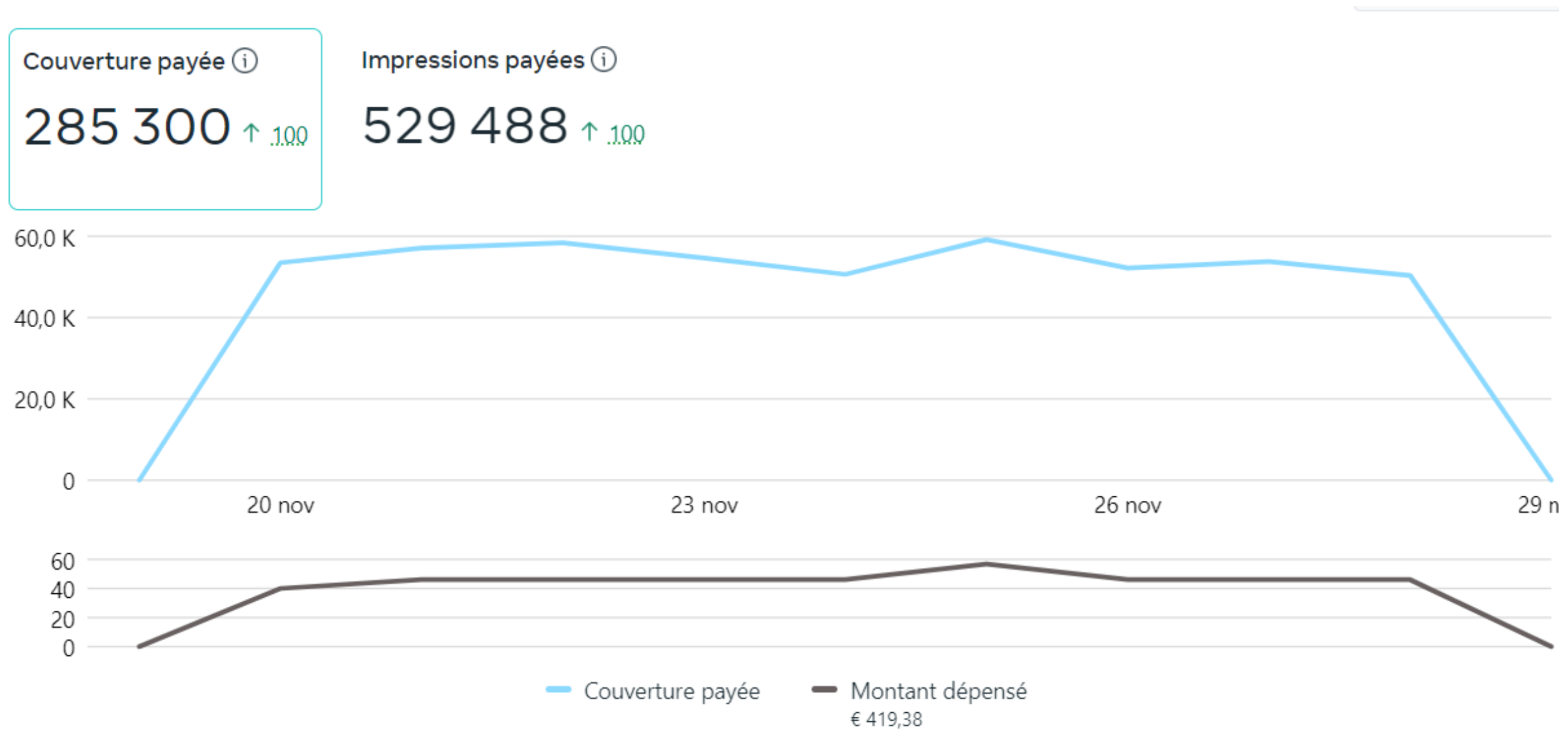


Chiffres clés du mois de novembre :

- 169 posts
- 8 posts sponsorisés (gérés par Start It Up)
- 235 209 comptes touchés
- 2637 visites de la page
- 50 nouveaux followers, pour un total de 1573 abonnés

Les social ads Meta

8 posts sponsorisés diffusés sur Facebook et Instagram, du 21 au 28 novembre.



Les emailings

Contacts actuels

1,624

↑ 6.0%

Par rapport aux 30 derniers jours

Chiffres clés du mois de novembre :

- 9 emailings envoyés à la base GT
- Taux d'ouverture à 34%
- Taux de clic à 2,2%
- 27 désabonnements
- 110 nouveaux contacts pour atteindre un total de 1624 contacts

LE BILAN RELATIONS PRESSE DE ARTIK

Bilan

Résultats

- Un bon suivi de la presse régionale qui relate les actions de terrain : **Ouest France, La Voix du Nord, le Journal de Saône et Loire, Le Bien Public, etc**
- L'actu, notamment people & marques fait bouger la presse nationale mais pas seulement : **RTL, FranceTV Info, CB News, Cosmopolitan, CNews, Vanity Fair, Gala, etc.**
- Des médias fidèles : **Carenews, actu.fr** et des sujets émergents : **métavers, marques engagées, mouvements inspirés du Giving Tuesday**
- Des médias phares intéressés, mais l'arrivée du dossier de presse et des actions de terrain est trop tardive pour les magazines ou les reportages : **Elle, Télé 7 Jours, BFM, Le Parisien**
- Un dossier de presse qui valorise et mobilise les partenaires et montre la diversité de ce mouvement "bottom up" et "open source"
- Des contenus pour les médias, utiles pour mobiliser l'ensemble des partenaires et pour la communication

141
retombées
médias

au

du 1er septembre au
12 décembre
2023

LES DONS GÉNÉRÉS

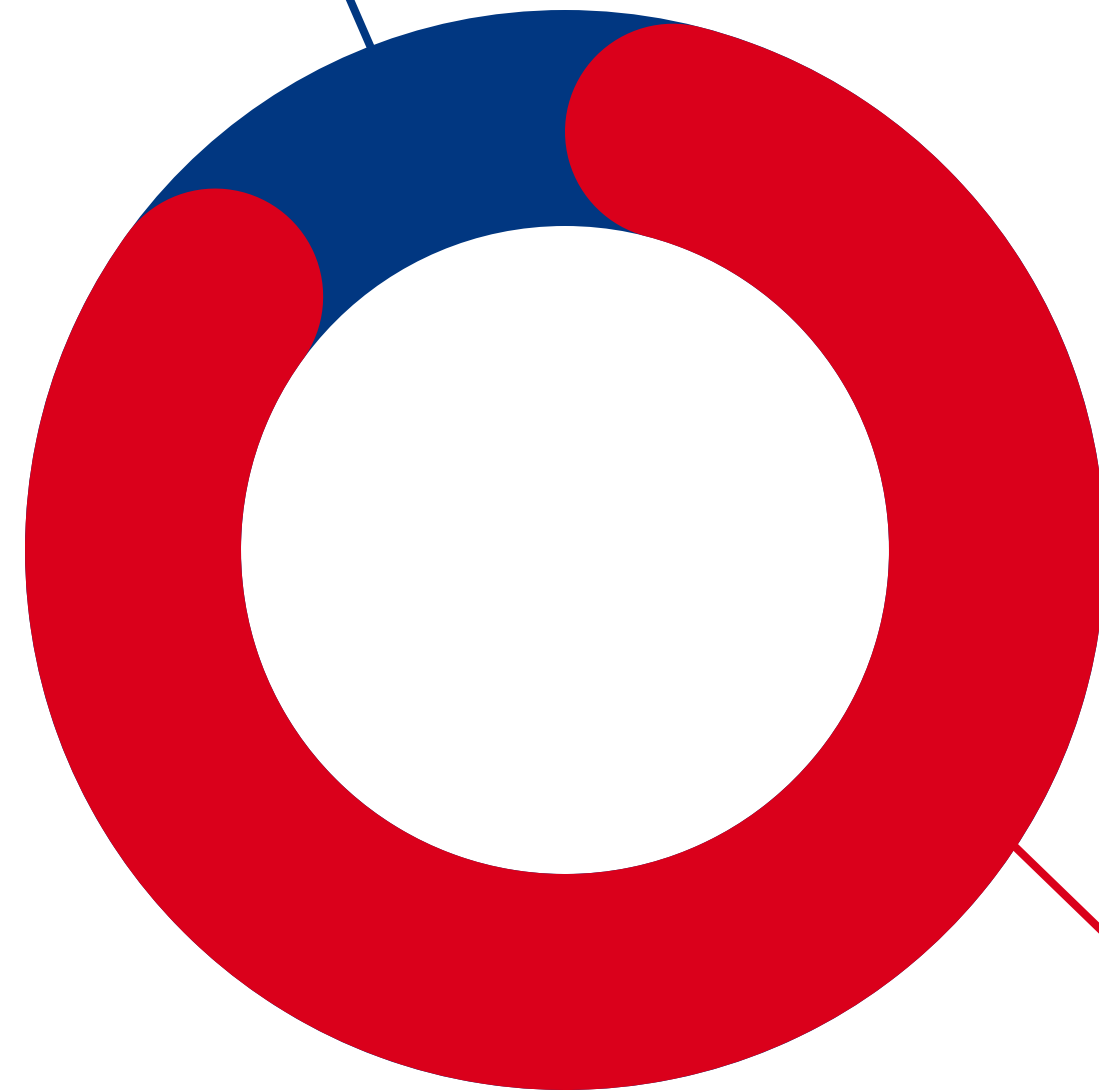
Le montant des dons en 2023

Plateforme	Montant en €	Nombre de donateurs	Evolution par rapport à 2022
HelloAsso	67 139 €	862 donateurs	-93 %
Ediis Aid	212 935 €	1 636 donateurs	-24 %
GiveXpert	1 001 884 €	6 864 donateurs	-5 %
iRaiser	6 816 500 €	43 061 donateurs	+241 %
AssoConnect	<i>refuse de communiquer</i>	<i>refuse de communiquer</i>	+29 %
TOTAL	8 098 458 €	52 423 donateurs	+88 %

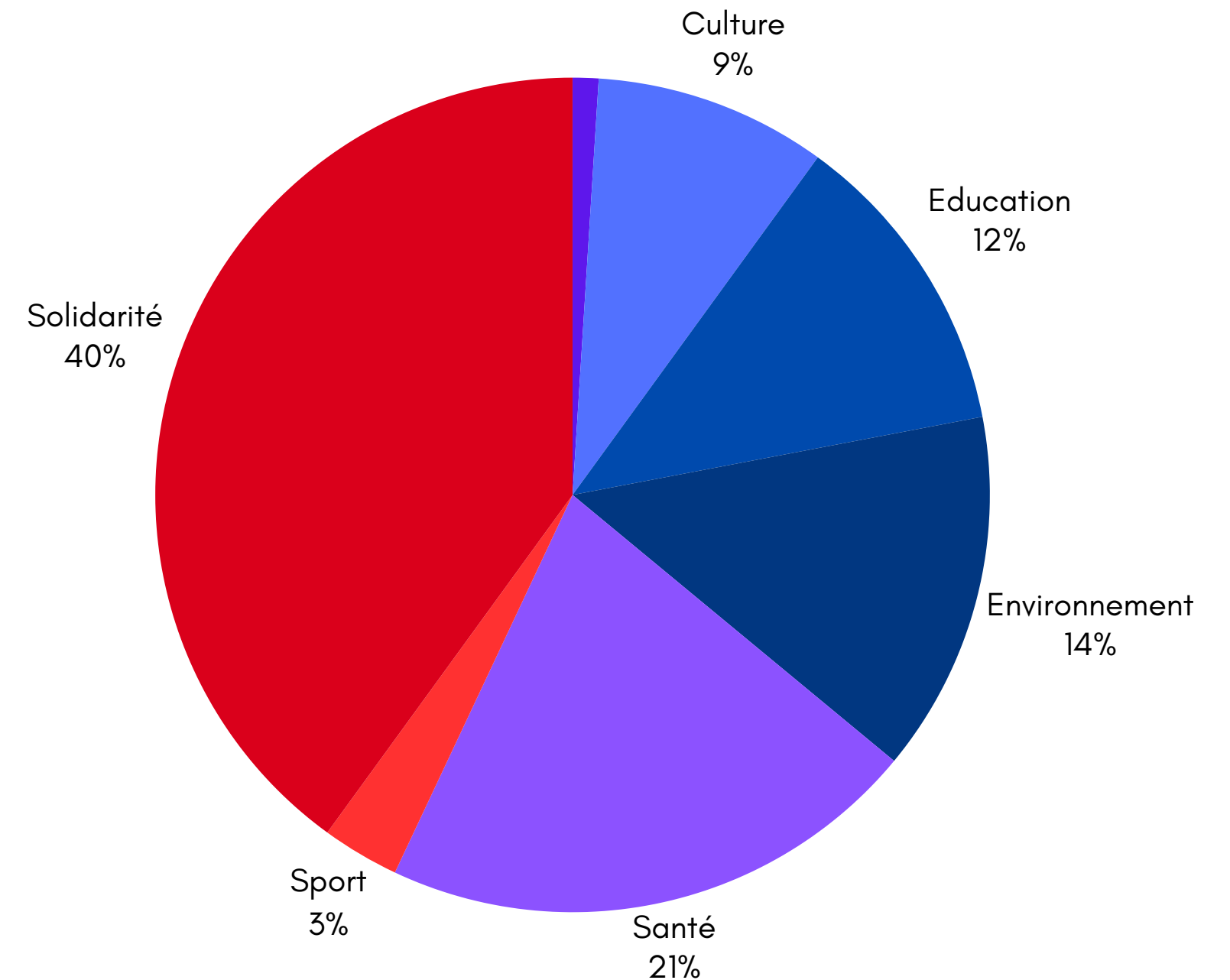
LES STRUCTURES PARTICIPANTES

533 acteurs

56 entreprises



477 associations
et OSBL



Résultats de l'enquête bilan

Fidélité au mouvement

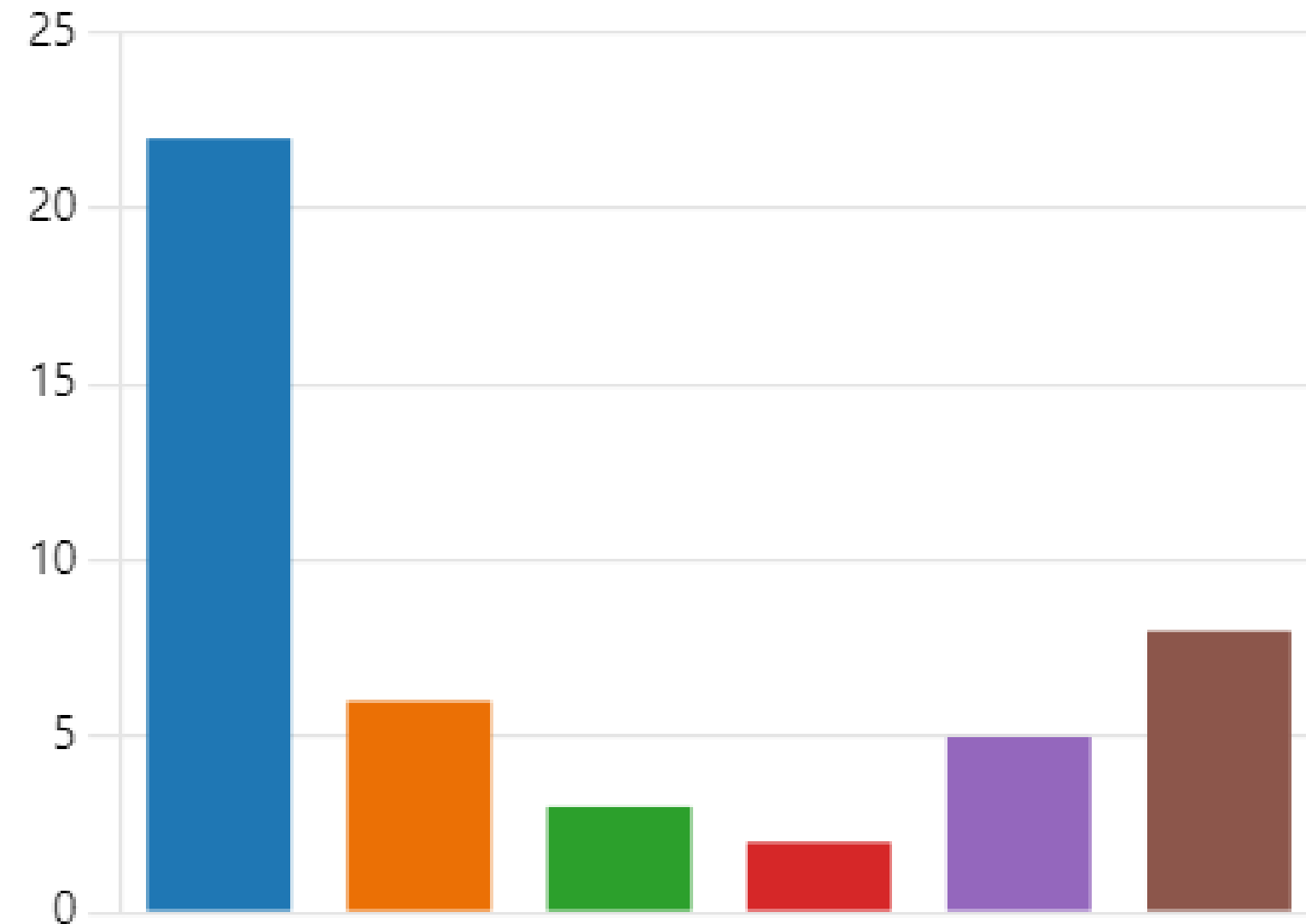
- C'était ma première participation 9
- Je participe depuis 2 ou 3 ans 10
- Je participe depuis plus de 3 ans 9



Résultats de l'enquête bilan

Types d'événements

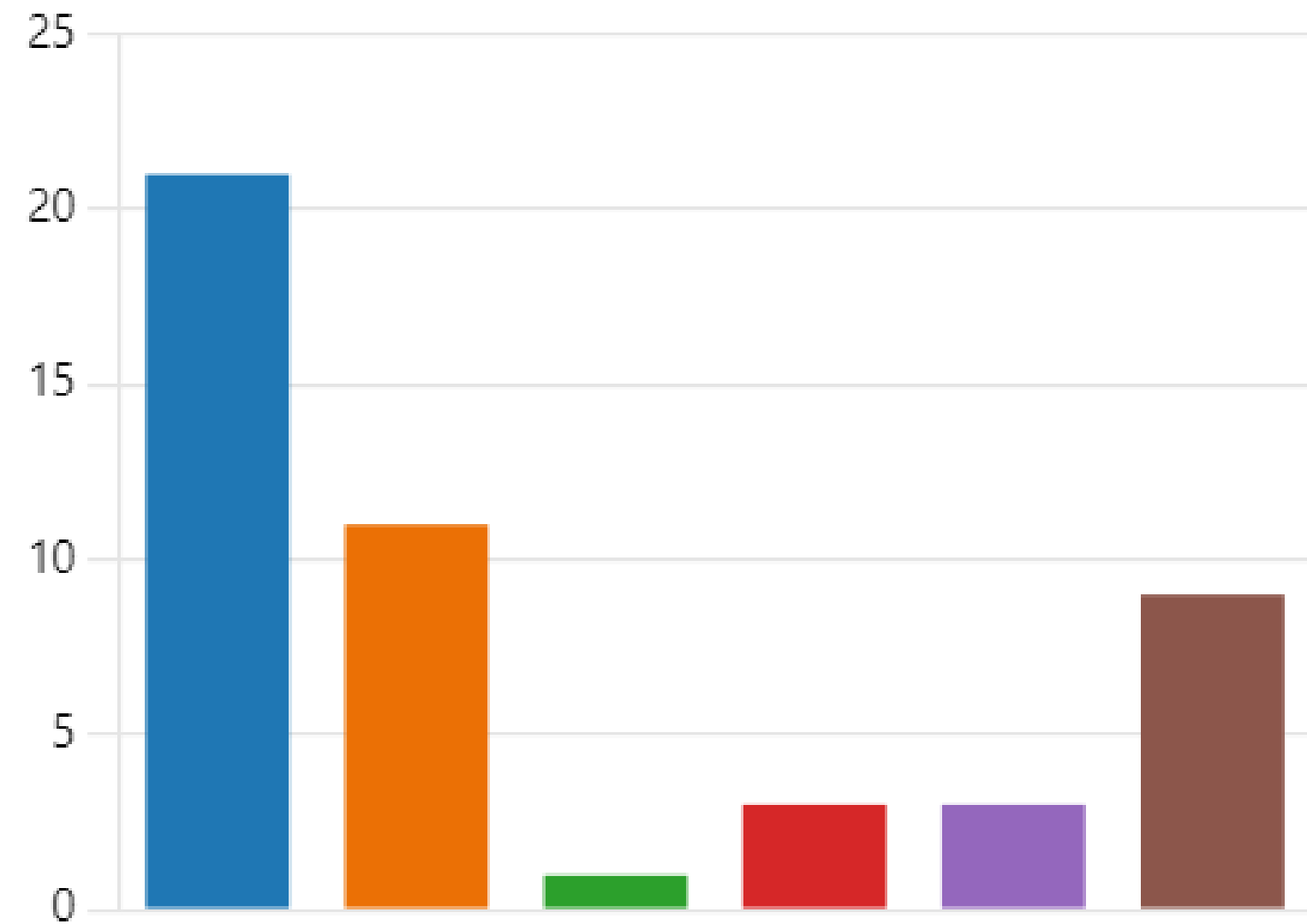
● Collecte de dons d'argent	22
● Appel au bénévolat, don de tem...	6
● Collecte de dons en nature	3
● Appel au don de sang	2
● Appel au don de voix ou d'influ...	5
● Autre	8



Résultats de l'enquête bilan

Apport du Giving Tuesday

● De la visibilité	21
● Des dons d'argent	11
● Des adhésions	1
● Des dons en nature	3
● Des candidatures de bénévoles	3
● Autre	9



Giving Tuesday

MERCI !

