

CONSEILS & ASTUCES POUR RÉUSSIR SA COLLECTE DE FONDS

ÉVÉNEMENTS OXFAM FRANCE



OXFAM
France

PLANIFIEZ VOTRE COLLECTE

FIXEZ-VOUS UN OBJECTIF DE COLLECTE

De la même manière que votre équipe doit déterminer un temps d'arrivée, elle doit aussi définir un objectif de collecte. Il s'agit du montant total que votre équipe veut collecter pour Oxfam.

Pour rappel, voici les objectifs minimum de collecte pour pouvoir prendre le départ :

- **Trailwalker** : 1 500 € par équipe, soit 375 € par personne.
- **Wintertrail** : 2 000 € par équipe, soit 500 € par personne.

Fixez-vous un objectif supérieur au minimum de collecte, votre entourage sera amené à donner d'autant plus. N'ayez pas peur de viser haut !

PARTAGEZ LA TÂCHE

- Entre vous et entre vos supporters : Divisez votre objectif de collecte en 4, voire même en 8 ou 10 si vous impliquez vos supporters, ils sont aussi là pour ça ! Ainsi, vous démultipliez vos connaissances et votre réseau et par conséquent, votre impact.
- En fonction des différentes méthodes que vous comptez utiliser : Par exemple, vous pouvez prévoir de collecter 500 € lors d'un événement (soirée solidaire, soirée cinéma...) et 300 € de manière individuelle en mobilisant votre réseau.

ORGANISEZ VOTRE CALENDRIER

Nous vous suggérons de planifier différentes options, de contrôler l'avancée de votre collecte au fur et à mesure et d'adapter votre stratégie en fonction des premiers résultats.

BRAINSTORMEZ !

Réfléchissez ensemble à des idées de collecte. Réunissez votre équipe et vos supporters, notez toutes vos idées, et utilisez tous les outils mis à votre disposition !

DÉMARREZ VOTRE COLLECTE LE PLUS TÔT POSSIBLE

Plus tôt vous planifiez votre collecte, mieux vous atteindrez votre objectif. Réunissez-vous dès votre inscription. Enfin, pour lancer votre collecte, faites-vous-même le premier don, cela encouragera les personnes visitant votre page à participer à votre aventure.

NE VOUS DÉCOURAGEZ PAS

Il est fréquent que la collecte démarre vite puis stagne jusqu'à quelques semaines avant l'échéance. Même si vous voyez que pendant quelques semaines votre collecte n'augmente pas, continuez à informer vos réseaux et ne vous découragez pas.



PLACE À L'ACTION

1. VOTRE PAGE DE COLLECTE

Suite à votre inscription, vous avez créé votre page de collecte en ligne. Vos proches et toutes les personnes qui souhaitent vous soutenir peuvent directement y faire un don, simplement avec leur carte bancaire.

Cet espace est votre meilleur outil pour collecter des fonds. Personnalisez-la au maximum. Vous pouvez:

-  Charger des photos de votre équipe.
-  Ajouter des actualités sur votre équipe (entraînements, événements de collecte, etc.).
-  Voir l'avancement de votre collecte.
-  Envoyer des emails à vos proches et rester en contact avec eux.
-  Vous inspirer des autres équipes en observant comment ils s'organisent pour collecter des fonds.
-  Remercier vos donateurs.

Chaque donateur peut aussi laisser son nom et un message d'encouragement à votre attention.

Inspirez votre entourage, expliquez à tout le monde l'importance que représente leur soutien à vos yeux et expliquez-leur à quoi vont servir leurs dons.



2. SOLLICITEZ VOS PROCHES

Pensez à la façon dont vous allez solliciter vos proches : un appel, un café, un email... ? Vos proches vous connaissent, expliquez-leur votre défi d'une façon simple, avec vos propres mots.

ÉCRIRE UN EMAIL

L'email est l'outil le plus facile, rapide et direct pour toucher votre réseau. Il est important de le personnaliser en fonction du destinataire. Organisez vos contacts par groupes, en différenciant votre famille, vos ami-e-s les plus proches, vos collègues, vos anciens camarades d'études, etc. Faites-leur un mail différent et parlez-leur de manière simple de votre projet.

Pas besoin d'en écrire des pages, dites-leur tout simplement que vous vous lancez dans une aventure inoubliable, et que vous avez besoin d'eux.

NB : Pensez à bien inclure dans vos mails l'adresse de votre page d'équipe, de votre page Facebook, Twitter ou encore la vidéo de présentation de l'événement ou votre propre vidéo d'équipe. Vous pouvez également télécharger une de nos bannières « signatures » à mettre dans chacun de vos mails.

LA MÉTHODE DES CERCLES

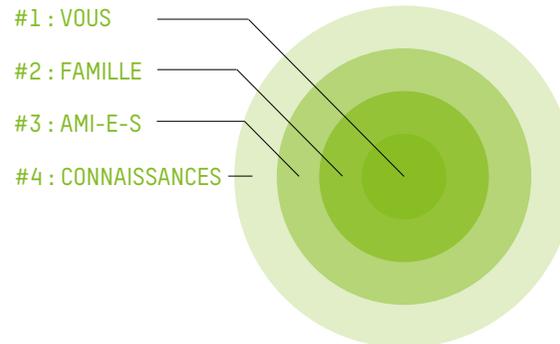
Cette méthode consiste à communiquer aux bonnes personnes, au bon moment. Vous êtes le centre du cercle.

#1 > Vous : faites vous-même le premier don pour montrer l'exemple et montrer que vous croyez réellement à ce projet. Ce don servira également de référence aux prochains donateurs, veillez donc à ce qu'il ne soit pas trop bas sinon vous risquez de ne recevoir que des petits dons.

#2 > Le cercle familial : après avoir fait le premier don, privilégiez votre famille. Ils ont confiance en vous, en votre projet, et vous soutiendront facilement. C'est une bonne manière de "démarrer la machine" et ainsi faciliter l'effet boule de neige.

#3 > Le cercle des ami-e-s proches : une fois votre collecte démarrée, il est plus simple de recevoir des dons. C'est le moment de contacter vos ami-e-s proches avec un message personnalisé (voire individuel).

#4 > Le cercle des connaissances et le cercle professionnel : essayez de privilégier ces cibles lorsque vous n'êtes plus très loin du but. Il est plus facile de collecter en montrant une page de collecte déjà bien avancée, en mettant en avant le fameux "il ne nous reste plus que 200 € à collecter, si chacun-e d'entre vous donne 10 € nous aurons atteint notre objectif !" Rappelez-vous que tout le monde a envie d'être celui ou celle qui permet à l'équipe d'atteindre son objectif.



3. ORGANISEZ UN ÉVÉNEMENT

Osez ! Essayez d'identifier quelque chose d'original pour attirer le plus de monde possible. Les événements de collecte sont fantastiques parce que vous pouvez les rendre aussi simples ou aussi complexes que vous le souhaitez – d'un jeu de devinette du poids d'un panier garni à celui d'une vente de vins ou à une pasta-party.

Ces événements sont un moyen efficace pour compléter votre collecte et sensibiliser un autre public à votre défi, tout en donnant aussi quelque chose en retour à ceux qui vous soutiennent. Voici quelques conseils pour organiser votre événement solidaire, et quelques idées.

DÉFINISSEZ VOTRE BUDGET

Dressez une liste de vos dépenses et de vos recettes prévisionnelles. Votre budget doit tenir compte de votre objectif de collecte de fonds, et s'assurer que vous dépensez le moins possible pour tirer le maximum des recettes de votre événement. Prévoyez une marge pour des dépenses imprévues.

Essayez toujours d'obtenir des dons en nature de la part des commerçants de votre quartier ou de votre famille et ami-e-s, des objets pour vos prix/cadeaux, de la nourriture ou des boissons, ou encore des prêts de salle, vous réduirez ainsi vos coûts d'organisation.

GOODIES

Une autre source de financement lors de vos événements est de vendre des petits objets à l'effigie ou au nom de votre équipe : briquets, tshirts, badges, etc.

QUELQUES IDÉES

Cap ou pas cap ? Mettez vos défis aux enchères ! Vous raser la tête, vous laisser pousser la barbe, faire le trail Oxfam déguisé-e en Superman... Pariez avec vos amis que vous réaliserez ces défis et gardez-en un souvenir impérissable !

Organisez une vente de gâteaux et boissons : Ne vous privez pas des idées les plus classiques, elles ont fait leurs preuves ! Vous pouvez également en faire un rituel en amenant par exemple vos gâteaux au bureau tous les vendredis...

Vide dressing et vide grenier : Invitez vos ami-e-s chez vous. Rassemblez les habits, chaussures et accessoires dont vous ne voulez plus, donnez-leur un prix et passez une agréable soirée ou journée. Pensez également à Internet pour revendre des vêtements ou objets.

BESOIN D'UN CONSEIL PARTICULIER ?

Contactez-nous directement au 01 56 98 24 46
ou par email à evenements@oxfamfrance.org

Faites la fête pour la bonne cause : Organisez une fête dans un bar ou chez vous. Faites payer l'entrée ou les boissons pour votre collecte. Organisez une tombola pour animer la soirée avec des lots que l'on vous aura au préalable offerts.

Innovez au fil du calendrier : Profitez des dates clés pour vendre les produits phares ou vos créations ! Pensez aux fleurs et chocolats pour la Saint-Valentin, au muguet pour le 1er mai, aux gâteaux à la cannelle pour Noël ou encore aux œufs de Pâques ! La chandeleur, et la galette des rois sont aussi des bons prétextes pour réunir vos amis ou vos collègues !

4. SOLLICITEZ VOTRE ENTREPRISE

Beaucoup d'équipes vont voir leurs entreprises pour leur demander de les sponsoriser. En contrepartie d'un don sur votre page de collecte ou d'un don en nature pour un de vos événements, vous pouvez proposer à votre entreprise de porter ses couleurs lors de vos événements de collecte ou lors du weekend du trail Oxfam.

[Reportez-vous à l'outil #6 disponible à la fin de ce guide].

5. SOLLICITEZ LES MÉDIAS LOCAUX

Contactez les médias locaux et parlez-leur de votre aventure. Non seulement c'est un excellent moyen d'élargir votre appel à dons et de promouvoir votre événement de collecte de fonds mais c'est aussi une fantastique occasion de faire connaître l'événement et de relayer le travail mené par Oxfam France. Ils peuvent être sollicités pour votre équipe ou à l'occasion d'un événement que vous organisez.

[Reportez-vous à l'outil #5 « guide des médias locaux » disponible à la fin de ce guide].

6. UTILISEZ LES RÉSEAUX SOCIAUX

Si vous possédez un compte Facebook, Twitter, ou Instagram, n'hésitez pas à les utiliser. Ce sont de très bons

outils pour diffuser votre message et amener vos proches à visiter votre page de collecte. Rejoignez la communauté Trailwalker ou Wintertrail sur Facebook et Twitter et soyez au courant des dernières actualités !



facebook.com/oxfamtrailwalkerfrance
facebook.com/oxfamwintertrail



[@marchezavecxfam](https://twitter.com/marchezavecxfam)



[@trailwalker_wintertrail_ofr](https://instagram.com/trailwalker_wintertrail_ofr)

7. INFORMEZ VOS DONATEURS

Informez les personnes qui vous soutiennent est essentiel. Vos donateurs vont s'intéresser à votre projet, donc n'hésitez pas à leur partager les récits de vos entraînements, l'avancée de votre collecte ou encore des anecdotes sur les membres de l'équipe.

Vous pouvez faire ça de façon ludique, en proposant de révéler un secret ou une photo d'un des membres de l'équipe à chaque palier de 200 € atteint, ou encore de proposer de relever des défis lors de vos prochains entraînements.

Partagez vos actualités sur votre page de collecte, les réseaux sociaux, par email...

8. REMERCIER VOS DONATEURS

N'oubliez pas de remercier les personnes qui vous soutiennent dès le don effectué et après l'événement avec vos témoignages, vos photos et vidéos à l'appui !

OUTILS À VOTRE DISPOSITION

Ces outils sont disponibles sur les sites internet des événements, oxfamtrailwalker.fr / oxfamwintertrail.fr ainsi que dans la suite de ce guide.



**PRÉSENTATION
OXFAM FRANCE**



**PRÉSENTATION
DES ÉVÉNEMENTS
OXFAM FRANCE**



**AFFICHES, FLYERS
BROCHURE...**



**GESTION DES
DONS**



**GUIDES DES
MÉDIAS LOCAUX**



**DOSSIER DÉDIÉ
AUX ENTREPRISES**

OXFAM, UNE ONG INTERNATIONALE AU SERVICE DES PLUS VULNÉRABLES

Oxfam est une organisation internationale de développement composée de **20 affiliés** qui mobilisent le pouvoir citoyen contre la pauvreté dans plus de **90 pays**.

1 personne sur 3 dans le monde vit dans la pauvreté. En mobilisant le pouvoir citoyen, Oxfam est déterminé à changer cela.

25

Plus de **25 millions** de bénéficiaires directs

1 M€

Plus d'**1 milliard** d'euros de budget à l'international

10 000

10 000 salarié-e-s dans le monde

AGIR SUR LES CAUSES ET LES CONSÉQUENCES DE LA PAUVRETÉ

NOS MODES D'ACTION



URGENCES

Fournir **une réponse rapide et adaptée en cas d'urgence humanitaire** : eau, rations alimentaires, latrines, etc. à toutes les personnes en détresse.



APPUI AU DÉVELOPPEMENT

Soutenir des **projets dans la durée, en partenariat avec des communautés locales**, pour que les personnes puissent faire respecter leurs droits fondamentaux.



MENER DES ACTIONS DE POUVOIR CITOYEN

Contre les lobbies industriels et financiers et faire pression sur les responsables politiques pour obtenir des **lois justes et des changements durables en faveur du plus grand nombre** : rapports de nos experts, pétitions, actions de rue et mobilisation citoyenne.

VOS DONNS EN ACTIONS

URGENCE

Oxfam est reconnue pour son expertise humanitaire, plus particulièrement dans le domaine WASH (Water Sanitation and Hygiene –Eau Assainissement et Hygiène).

Parmi toutes les actions menées ces dernières années, Oxfam est intervenue aux Philippines dès le lendemain du typhon Haiyan et est venue en aide à plus de 730 000 personnes. Les premières actions mises en place ont eu pour priorité de fournir de l'eau, de la nourriture, des abris et des installations sanitaires de base.

APPUI AU DÉVELOPPEMENT

A travers le monde, Oxfam travaille main dans la main avec 250 organisations locales afin de soutenir des projets ayant un impact réel sur le long terme, en étroite collaboration avec les populations locales, les premières concernées. Un développement réel n'est durable que s'il est conçu et porté par les personnes et les groupes qu'il concerne, et si les populations et leurs représentants – élus ou associatifs – ont la capacité d'agir par eux-mêmes.

Oxfam est, par exemple, venu en aide à 240 agriculteurs du district de Guru au Zimbabwe, région fortement touchée par les dérèglements climatiques. Le programme a pu fournir un lopin de terre, un accès à l'eau ainsi que des graines de céréales et une formation agricole à chacun. L'équipe sur le terrain a mis en place un système simple et bon marché d'irrigation qui permet à chaque famille d'utiliser l'eau issue du barrage proche du village. Ce programme a ainsi permis à ces familles de produire assez pour se nourrir et dégager un revenu de leur activité.

MENER DES ACTIONS DE CONTRE POUVOIR

Depuis sa création, Oxfam a mené près d'une centaine de campagne de mobilisation citoyenne en France. En 2015, alors que la France accueillait et présidait la Conférence des Nations-Unies sur le climat (COP21), Oxfam, aux côtés

d'autres ONG, a porté tout au long de l'année la voix des populations les plus vulnérables, premières impactées par le changement climatique.

Notre mobilisation pour assurer le financement de l'adaptation au changement climatique des pays les plus pauvres, forte d'1,3 millions de soutiens à travers le monde, a permis d'obtenir des victoires importantes : la France, qui avait déjà promis 1 milliard de dollars sur trois ans pour financer le Fond Vert pour le climat s'est engagé à consacrer 2 milliards d'euros supplémentaires d'ici 2020.

Ce fond est avant tout destiné aux pays les plus pauvres et aujourd'hui les plus exposés aux conséquences du changement climatique.

ALLER PLUS LOIN

- Site d'Oxfam France : www.oxfamfrance.org
- Vidéo de présentation d'Oxfam France : « [Comment nous luttons contre la pauvreté](#) »
- Télécharger « [L'Essentiel 2016-2017](#) » d'Oxfam France

COMITÉ DE LA CHARTE



Oxfam France est membre du Comité de la Charte, un organisme d'agrément et de contrôle des associations et fondations faisant appel à la générosité du public.

Plus d'infos : www.comitecharte.org



LES ÉVÉNEMENTS OXFAM FRANCE

À Oxfam, nous sommes intimement persuadés que la somme des engagements individuels est la clé qui permettra de construire un monde plus juste pour tous. C'est ainsi qu'est née l'idée d'organiser des événements sportifs et solidaires.

Le Trailwalker Oxfam est le plus grand défi sportif et solidaire au monde organisé depuis plus de 30 ans dans 11 pays différents avec 17 éditions chaque année. Le principe est de collecter des fonds en amont de l'événement puis de parcourir 100 kilomètres par équipe de 4 personnes, sans relais en 30 à 48 heures, en fonction des pays.

En s'appuyant sur la réussite, le savoir-faire et les participant-e-s du Trailwalker Oxfam, nous avons lancé en 2015 un nouveau défi unique au monde, le Wintertrail Oxfam, les pieds dans la neige.

Plus que des événements, c'est l'occasion de vivre des aventures humaines inoubliables.

"Ces événements ont été organisés dans le cadre de l'Association sportive et culturelle de l'AFD, avec le soutien financier du département de la communication qui y a vu un moyen de faire valoir les valeurs communes de l'AFD et d'Oxfam sur le terrain de la solidarité et de la lutte contre la pauvreté."

Tanguy Denieul
Pilotage et Stratégie Financière à l'AFD

OXFAM TRAILWALKER

UN CONCEPT UNIQUE

Collecter 1 500€ puis parcourir 100 kilomètres par équipe de 4 personnes et sans relais en moins de 30 heures.

UN LIEU MAGNIFIQUE

Le Parc naturel régional du Morvan en Bourgogne.

RETOUR SUR LES CHIFFRES CLÉS 2017

- 968 marcheurs et marcheuses
 - 715 supporters
 - 156 bénévoles
- 5 383 donateurs et donatrices
 - 438 048 € collectés

www.oxfamtrailwalker.fr

OXFAM WINTERTRAIL

UN CONCEPT UNIQUE

Collecter 2 000€ puis parcourir 60 kilomètres en raquettes à neige par équipe de 4 personnes et sans relais en moins de 30 heures.

UN LIEU MAGNIFIQUE

La vallée d'Abondance en Haute-Savoie.

RETOUR SUR LES CHIFFRES CLÉS 2017

- 308 marcheurs et marcheuses
 - 220 supporters
 - 162 bénévoles
- 1 771 donateurs et donatrices
 - 193 292 € collectés

www.oxfamwintertrail.fr

EXEMPLES DE DOCUMENTS DE COMMUNICATION

Affiche Trailwalker 2018



Flyer personnalisable Wintertrail 2018



L'ensemble des documents de communication sont disponibles sur les sites Internet des événements : www.oxfamtrailwalker.fr www.oxfamwintertrail.fr

NOUS AVONS BESOIN DE VOUS !

Les 10 & 11 mars 2018, nous participons à la quatrième édition d'un défi sportif et solidaire unique au monde : le Wintertrail Oxfam.

Qu'est-ce que c'est ?

C'est l'aventure de 4 personnes qui ont décidé de relever un challenge sportif et humain extraordinaire, parcourir 60 km en moins de 30 heures, sans relais et en raquettes à neige ! Car il s'agit bien d'un trail d'hiver, les pieds dans la neige, dans la magnifique vallée d'Abondance en Haute Savoie et la vallée d'Illeiz en Suisse !

L'objectif ? Construire un monde plus juste pour tous. Nous nous sommes en effet engagé-e-s à collecter au moins 2 000€ de dons au profit de l'association Oxfam France qui mène chaque jour un combat contre les injustices et la pauvreté, depuis plus de 25 ans.

Pour en savoir plus et soutenir notre équipe dans cette aventure, visitez notre page d'équipe sur www.oxfamwintertrail.fr

Merci d'avance, nous avons besoin de vous !

NOM DE L'ÉQUIPE :



COMMENT RECEVOIR VOS DONNS ?

4 options s'offrent à vous pour recevoir des dons. Voici comment gérer ces dons en fonction de leur nature.

DONNS PAR CARTE BANCAIRE

Les dons par CB doivent être faits directement sur la page personnelle de collecte de votre équipe. Cette forme de don est de loin la plus simple, car vous n'avez rien à gérer ! Tout est entièrement automatisé et 100 % sécurisé. La barre de progression de votre collecte se mettra à jour instantanément et vos supporters pourront même vous laisser un petit message d'encouragement.

Votre donateur recevra son reçu fiscal par courrier en début d'année suivante.

DONNS PAR CHÈQUES

Les dons par chèque et par virements, doivent être faits directement sur la page de collecte de votre équipe.

Une fois que le donateur aura enregistré ses coordonnées et le montant du don sur votre page de collecte, il pourra télécharger un récapitulatif, à nous renvoyer par courrier avec le chèque ou procéder au virement.

Attention, les chèques doivent impérativement être libellés à l'ordre d'Oxfam France.

Dans la mesure du possible, veuillez à ce que vos chèques ou virements ne comportent pas de centimes. La barre de progression de votre collecte se mettra à jour dès le chèque ou le virement reçu.

Votre donateur recevra automatiquement son reçu fiscal par courrier en début d'année suivante. Si pour des raisons de comptabilité votre donateur en a besoin avant, merci de nous faire part de votre demande de votre part en nous écrivant à l'adresse suivante : dons@oxfamfrance.org

DONNS EN ESPÈCES

Lors de vos événements solidaires, vous collecterez le plus souvent des dons en espèces. En aucun cas vous ne devez envoyer ces espèces à Oxfam France. Lorsque vous avez rassemblé la somme globale, encaissez l'argent sur votre compte bancaire et faites vous-même un don sur la page de collecte de votre équipe avec votre carte bancaire. C'est la solution la plus simple et la plus rapide.

DONNS DES ENTREPRISES

Les dons des entreprises sont également déductibles des impôts sur les sociétés à hauteur de 60% dans la limite de 0,5 % du chiffre d'affaires. **Ces dons peuvent être faits directement en ligne sur la page de collecte de votre équipe, par carte bancaire, chèque ou virement.**



LE GUIDE DES MÉDIAS LOCAUX

La presse locale peut être un véritable atout dans votre aventure. Votre participation au projet et les événements que vous organiserez pour votre collecte représentent pour la presse régionale une opportunité de parler de solidarité internationale avec un angle local !

Contactez les journalistes et leur donner envie de couvrir le sujet peut inciter les lecteurs ou les auditeurs à soutenir votre projet, voire à monter leurs propres équipes !

A chaque étape de ce petit guide, n'hésitez pas à prendre contact avec Marion si vous avez besoin d'aide : mcosperec@oxfamfrance.org

#1 : IDENTIFIEZ LES MÉDIAS QUE VOUS VOULEZ CONTACTER

La première étape consiste à identifier le journal local le plus diffusé, c'est souvent celui que lit votre entourage et qu'on vend à la maison de la presse locale. Si une radio locale est également bien implantée, pourquoi ne pas leur proposer une petite présentation de l'événement et de votre équipe ?

Vous pouvez également contacter le journal de votre commune, si celui-ci présente des actualités plus générales (le mieux est de consulter un ancien exemplaire). Pensez à vérifier sa périodicité, un mensuel se préparant beaucoup plus à l'avance qu'un quotidien.

Appelez la ou les rédactions pour obtenir les coordonnées de leur correspondant local ou de la rédaction, c'est-à-dire : Nom / Prénom / Fonction / Numéro de téléphone / Adresse e-mail

Vous trouverez ces numéros de téléphone dans les pages du journal en question ou sur le site internet des radios. Pensez également à aller sur le site internet de votre mairie où sont parfois recensés les médias locaux.

Lorsqu'un journal régional propose **plusieurs éditions locales**, comme c'est le cas pour Ouest France par exemple, pensez à **contacter les personnes en charge de l'édition locale** et non au siège régional.

#2 : RÉDIGEZ VOTRE MESSAGE

Un message par email peut être un premier contact qui permettra par la suite de rappeler le journaliste ou la rédaction.

Il doit essentiellement donner des informations claires à votre interlocuteur et lui donner une idée assez précise de l'article qu'il pourrait écrire (ou de l'interview dans le cas d'une radio).

Un exemple est disponible ci-contre.

#3 : ENVOYEZ VOTRE MESSAGE AUX BONNES PERSONNES

Si vous avez plusieurs contacts, prenez le temps d'envoyer un email individualisé à chacun. Cela vous demandera 15 minutes de plus mais permettra aux destinataires de prêter plus d'attention à votre message.

EXEMPLE DE MESSAGE

Bonjour,

Fidèle lecteur/auditeur de [nom du média] à [nom de la ville], je prends contact avec vous au sujet d'un événement solidaire auquel je vais participer avec 3 autres [habitants de la ville ou de la région] en mars/mai prochain. Nous allons marcher 60km/100km en moins de trente heures au profit de l'association Oxfam!

Cet événement, le Wintertrail/le Trailwalker, est l'un des défis sportifs par équipe les plus importants au monde : *insérer site web de l'événement*

Voici la page personnelle de notre équipe : <http://events.oxfamfrance.org/projects/nomd'équipe>

Le sujet pourrait vous intéresser et cela nous permettrait de présenter l'événement aux [nom des habitants du lieu, comme « Marseillais » ou « Sarthois »] pour les sensibiliser sur ce projet.

OU

Nous organisons par ailleurs un événement [Détail de l'événement] pour collecter des fonds samedi prochain place de la République à xxx, je me demandais si vous seriez intéressé par ce sujet ?

N'hésitez pas à me rappeler pour plus d'informations, Cordialement,

[Prénom & Nom]
[Numéro de téléphone portable]

#4 : RELANCEZ LES MÉDIAS PAR TÉLÉPHONE

Une fois votre message envoyé, il est important de relancer les journalistes par téléphone quelques jours plus tard, afin d'établir un contact plus direct.

Relancez-les par téléphone en leur proposant un article sur votre équipe, votre entraînement, vos motivations ou sur l'événement que vous allez organiser.

#5 : PRÉPAREZ VOTRE ENTREVUE AVEC UN JOURNALISTE

Avant de rencontrer ou d'être interviewé par un journaliste, il est important de vous préparer à l'entretien. Quelques exemples de questions qui reviennent très fréquemment :

- Qu'est-ce que le Wintertrail/Trailwalker ?
- Qui est Oxfam ? Que fait Oxfam ?
- Comment avez-vous découvert l'événement ?
- Pour quelles raisons vous êtes-vous inscrit-e ?
- Comment s'est formée votre équipe ?
- Comment allez-vous collecter les 2 000/1 500 euros de fonds ?
- Comment vous entraînez-vous ? A quel rythme ?
- Êtes-vous une équipe de sportifs aguerris ou plutôt amateurs ?
- Pour quelle entreprise travaillez-vous ? (Si votre équipe est constituée de collègues de travail)
- Qui sont vos supporters ? Qu'ont-ils prévu pendant le week-end du Trailwalker/Wintertrail ?
- Préparer une ou deux anecdotes à raconter lors de l'interview. Les journalistes sont très friands de petites histoires pouvant leur servir d'accroche !

Bien garder à l'esprit que pour ce type de sujet, les journalistes de la presse quotidienne régionale cherchent

à mettre en avant l'aspect local, tout autant que l'aspect humain. C'est pourquoi il ne faut surtout pas hésiter à donner des détails sur votre équipe et à la présenter.

Pensez aussi à prendre une photo de votre équipe au complet (avec un vrai appareil et non votre téléphone portable) que les journalistes pourront réutiliser pour leur article.

#6 : LES RELATIONS AVEC LES MÉDIAS LE JOUR DE VOTRE ÉVÉNEMENT

Le jour de votre événement, veillez à accueillir le journaliste pour lui présenter le projet et/ou un dépliant du Wintertrail/Trailwalker.

Une interview dure généralement peu de temps et les propos qui seront repris peuvent se limiter à quelques lignes, souvenez-vous donc que l'interview doit faire passer un message clair !

Le journaliste n'est pas là pour vous piéger. Préparez quelques phrases courtes mais abordant les points essentiels que vous voulez faire passer :

« Le Wintertrail/Trailwalker est un événement unique en son genre, qui permet de se dépasser collectivement pour une bonne cause ! Nous cherchons à récolter des fonds pour l'association Oxfam France, tout en sachant que l'initiative nous permet également de sensibiliser les gens autour de nous aux projets portés par l'association ».

« Ce week-end sera très rempli ! A chaque étape, nos supporters seront là pour nous accueillir et nous encourager. De nombreuses animations sont prévues tout au long de la marche, pour nous comme nos supporters ».

« 2 000 euros/1 500 euros, cela peut paraître beaucoup, mais si le projet est bien présenté, les gens sont très enthousiastes. Les campagnes que mène Oxfam France depuis plus de 20 ans sont une motivation pour ce challenge ».

« Un exemple de campagne Oxfam France ? En 2015, alors que la France accueillait et présidait la Conférence des Nations-Unies sur le climat (COP21), Oxfam, aux côtés d'autres ONG, a porté tout au long de l'année la voix des populations les plus vulnérables, premières impactées par le changement climatique. Notre mobilisation pour assurer le financement de l'adaptation au changement climatique des pays les plus pauvres, forte d'1,3 millions de soutiens à travers le monde, a permis d'obtenir des victoires importantes : la France, qui avait déjà promis 1 milliards de dollars sur trois ans pour financer le Fond Vert pour le climat s'est engagé à consacrer 2 milliards d'euros supplémentaires d'ici 2020. Ce Fonds est avant tout destiné aux pays les plus pauvres et aujourd'hui les plus exposés aux conséquences du changement climatique ».

Et n'oubliez pas de mentionner l'adresse du site internet de l'événement ou de votre page de collecte !

Si aucun des journalistes contactés ne s'est rendu à votre événement, pas de panique ! Surtout ne pas se décourager ou penser qu'ils ne sont pas intéressés. Ils ont certainement été retenus sur un dossier plus pressant. Dans ce cas, ne pas hésiter à leur renvoyer un mail ou leur passer un coup de téléphone pour leur proposer une interview un peu plus tard.

#7 : APRÈS L'ÉVÉNEMENT

De retour, n'hésitez pas à reprendre contact avec la rédaction ou les journalistes si vous n'aviez pas eu de réponse et pourquoi pas à envoyer par mail une ou deux photos (en basse définition pour ne pas trop remplir leur messagerie !)

Vous pouvez prendre exemple sur le premier mail que vous aviez envoyé, en rajoutant quelques phrases sur votre expérience et en commentant les photos par exemple.

Enfin, n'hésitez pas à tenir informée Oxfam France de vos succès en transmettant une copie des articles à Marion par courrier ou par email à mcosperec@oxfamfrance.org.

LE DOCUMENT « ENTREPRISES »

DES ÉVÉNEMENTS FÉDÉRATEURS UNIQUES

Le Wintertrail et le Trailwalker sont des opportunités originales de fédérer les salarié-e-s autour d'une cause solidaire. En initiant le recrutement d'équipes ou en participant à la collecte de fonds, les entreprises s'engagent dans une dynamique de groupe qui renforce l'esprit d'équipe et la cohésion en interne de façon innovante et stimulante. Les collaborateurs seont fidélisés et fiers de relever ensemble un défi sportif pour soutenir les actions d'Oxfam, l'une des plus grandes organisations internationales de développement au monde.

TEAMBUILDING

En amont, pendant et après l'événement, l'entreprise peut :

- **Communiquer sur le dynamisme et l'implication de ses salariés,**
- **Développer l'esprit d'équipe, la motivation et le sentiment de cohésion,**
- **Affirmer sa volonté de soutenir une cause solidaire.**

Le jour J est un moment inoubliable d'échanges avec l'ensemble des salarié-e-s présents, marcheurs ou supporters. Il vient récompenser des mois de travail d'équipe par une aventure humaine hors du commun, partagée ensemble, qui restera gravée dans les esprits de chacun-e à jamais.

COMMENT ENGAGER VOTRE ENTREPRISE ?

1. RELAYER L'INFORMATION

La préparation de l'événement est une opportunité de communication interne importante. Afin de faciliter cette communication, l'entreprise peut relayer l'information au de plusieurs manières : e-mails, rubrique intranet, stands etc. Elle peut également diffuser et personnaliser les outils de promotion qui vous seront envoyés sur simple demande dans le **kit entreprise** :

- Affiches A2 et A3 de l'événement
- Flyers et documents personnalisables
- Outils online : email d'invitation, bannières, vidéo, présentation pdf, etc.

Nous vous aiderons à mener ce projet au sein de votre entreprise, à initier de nouvelles équipes ou à convaincre davantage.

2. SOUTENIR LES ÉQUIPES

Votre entreprise peut prendre en charge les frais d'inscription, participer à la collecte de fonds, ou bien abonder les dons pour lesquels elle bénéficiera de l'avantage fiscal :

- **Pour les particuliers** : réduction d'impôt de 66%
- **Pour les entreprises** : déduction d'impôt à hauteur de 60% du montant des versements pris dans la limite de 5% du CA HT.

Lors du week-end de l'événement, l'entreprise peut également participer aux frais de transport des participant-e-s et à l'achat de votre équipement que vous pouvez personnaliser. Elle peut également vous mettre à disposition du matériel (véhicules etc).

3. DEVENIR PARTENAIRE

Si votre entreprise souhaite aller plus loin et s'associer à l'ONG Oxfam au travers des événements, il est possible de devenir partenaire. Le Trailwalker, comme le Wintertrail est une opportunité originale de s'engager pour un monde plus juste, fédérer ses salariés autour d'un projet commun, et promouvoir l'image marque de l'entreprise.

Pour cela, merci de contacter **Marie-Estelle Rigord** :



01 85 34 17 69



merigord@oxfamfrance.org

ILS ONT PARTICIPÉ AU TRAILWALKER OU AU WINTERTRAIL OXFAM :

Agence Française du Développement, APRR, Cabinet d'architecture Correia, Cabinet de conseil Des Enjeux et Des Hommes, Cabinet de conseil Utopies, CAP GEMINI, Courtepaille, Crédit Coopératif, Ecocert, EDF, Ekimétriks, Enercoop, L'ENVOL, France 24, Gecina, Google, Greenflex, Kurt Salmon, Mazars, Meeschaert, MSK Eyewear, Orange, La Poste, PROVA, Sémaphores, Sodexo, TSL Outdoor, Withings ...

DES AVENTURES HUMAINES QUI CONTRIBUERONT À CHANGER LA VIE DE MILLIERS DE PERSONNES, Y COMPRIS LA VÔTRE.



UNE QUESTION À PROPOS DE LA COLLECTE DE FONDS ?
CONTACTEZ-NOUS DIRECTEMENT AU 01 56 98 24 46
OU PAR EMAIL À EVENTEMENTS@OXFAMFRANCE.ORG



OXFAM
France