



# Zewoforum

Statistiques des dons Zewo 2015

# Plus de dons que jamais auparavant



## **Le monde des organisations à but non lucratif en mouvement**

Impressions du congrès de la Zewo le 6 septembre 2016,  
au Kultur Casino de Berne

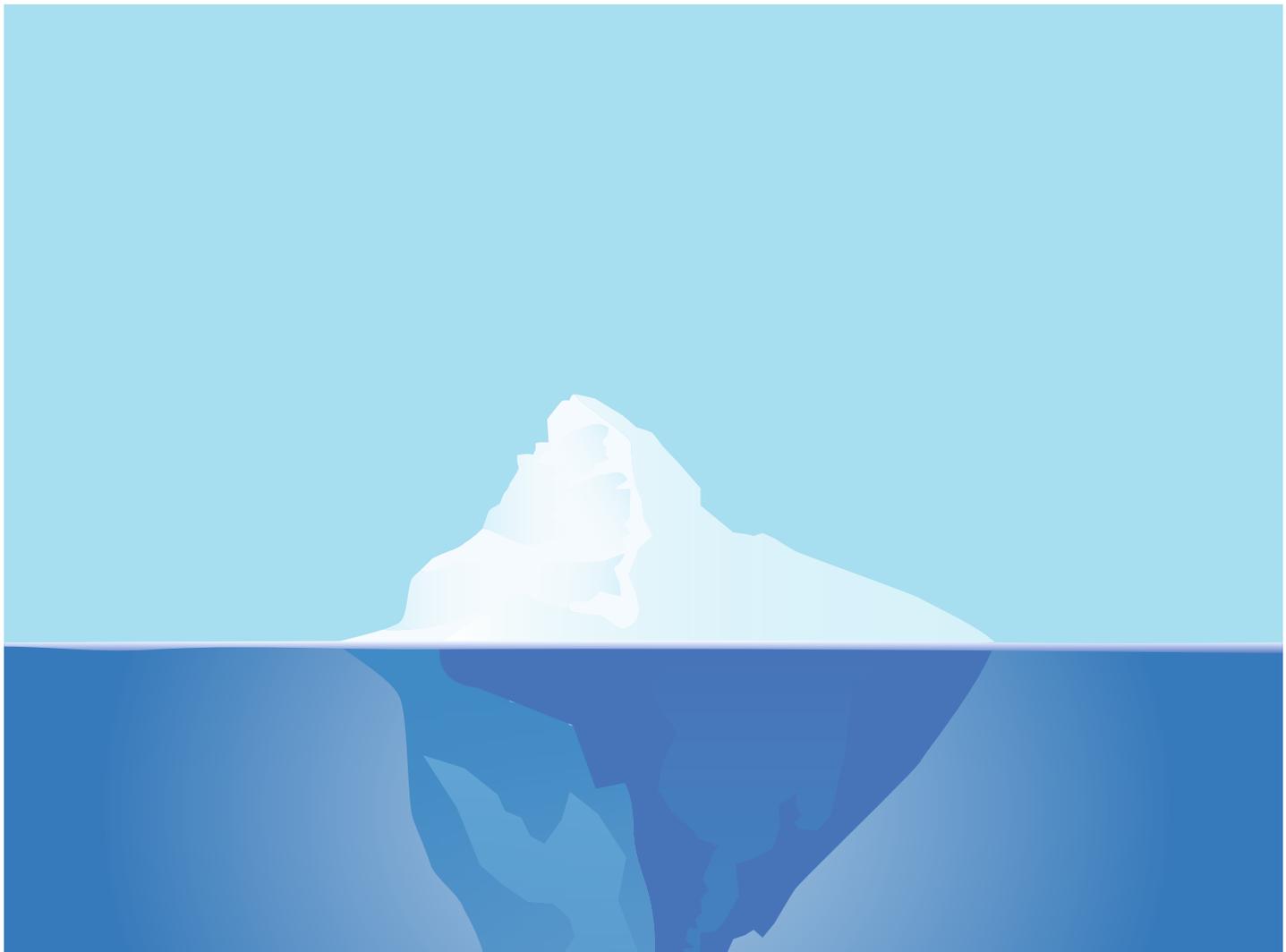
## **Letshelp.ch – en toute simplicité**

Déposez maintenant des projets intéressants pour  
novembre et décembre

---

# Sommaire 03.2016

- 4 Plus des dons que jamais auparavant**  
Résultats des statistiques des dons Zewo 2015
- 10 Le monde des organisations à but non lucratif en mouvement**  
Impressions du congrès de la Zewo le 6 septembre 2016, au Kultur Casino de Berne Bern
- 16 letshelp.ch – en toute simplicité**  
Déposez maintenant des projets intéressants pour novembre et décembre, et acquerez de nouveaux donateurs et donatrices. Nous vous expliquons comment.
- 18 Mesurer les mots-clés pertinents en toute indépendance**  
La «machine à trouver» offre une analyse des mots-clés indépendante des marchés en ligne

An illustration of an iceberg floating in the ocean. The tip of the iceberg is visible above the water line, while the much larger, submerged part is below. The background is a gradient of light blue at the top and darker blue at the bottom, representing the sky and water respectively.

## Chères lectrices, chers lecteurs,

### **Tout d'abord la bonne nouvelle**

En Suisse, l'an dernier, les dons ont culminé à un niveau jamais atteint auparavant. C'est ce que fait ressortir notre extrapolation sur les dons en Suisse, que nous avons élaborée en collaboration avec le Verbandsmanagement-Institut (VMI) de l'Université de Fribourg. Les œuvres de bienfaisance titulaires du label de qualité Zewo n'ont pas seulement reçu plus de dons que l'année dernière. La comparaison directe des 50 plus grandes œuvres de bienfaisance collectrices de dons montre également que les œuvres de bienfaisance titulaires du label de qualité Zewo ont connu une croissance un peu plus rapide que les autres organisations. Ce résultat record est réjouissant et confirme que les donatrices et donateurs considèrent que le travail des œuvres de bienfaisance est juste et important et ils soutiennent généreusement les organisations dignes de confiance.

### **... et maintenant la mauvaise nouvelle**

Ce n'est pas suffisant. Aussi positif que soit le nouveau record de dons, il est de toute façon nécessaire. Afin de venir à bout des grands défis auxquels notre société est confrontée, d'autres acteurs et des fonds supplémentaires s'imposent. Les besoins financiers correspondant à la mise en œuvre de l'Agenda 2030 pour les Etats, l'économie et le troisième secteur, sont énormes. C'est ce qu'ont souligné plusieurs participantes et participants au congrès Zewo 2016. Seule la partie visible de l'iceberg est couverte. Les défis ne pourront pas être relevés uniquement avec des dons. Lisez, à la page 10, quelles ébauches de solutions ont été évoquées lors de l'événement organisé au Kultur Casino de Berne avec de nombreux participants.

### **La Zewo est là pour vous**

Avec le label de qualité Zewo, des formations aux nouvelles normes Zewo, des manifestations, des publications et des offres spéciales, nous accom-

pagnons et soutenons les œuvres de bienfaisance certifiées sur la voie de l'avenir. Nous vous présentons, à partir de la page 16, les offres actuelles. Vous trouverez un aperçu des services de la Zewo sur [www.zewo.ch](http://www.zewo.ch).

Sur la voie d'un nouveau record de dons pour 2016, je vous souhaite plein succès!

Cordialement,



Martina Ziegerer,  
Directrice Fondation Zewo

# Plus des dons que jamais auparavant

## Résultats des statistiques des dons Zewo 2015

**Les œuvres de bienfaisance qui collectent des dons en Suisse ont recueilli, l'an dernier, plus de 100 millions de francs de dons en plus. Ainsi, le volume de dons en Suisse a atteint un nouveau record: 1,8 milliard de francs. Les œuvres de bienfaisance titulaires du label de qualité Zewo ont reçu en 2015 non seulement plus de dons que l'année précédente. La comparaison directe entre les 50 plus grandes œuvres de bienfaisance de Suisse montre que les œuvres de bienfaisance certifiées connaissent aussi une croissance plus rapide que celles qui n'ont pas de label de qualité.**

Alors qu'en 2014, une stagnation temporaire avait été constatée, les œuvres de bienfaisance en Suisse ont de nouveau récolté, l'an dernier, nettement plus de dons. Sur les 103 millions de francs de dons supplémentaires, 65 millions ont été

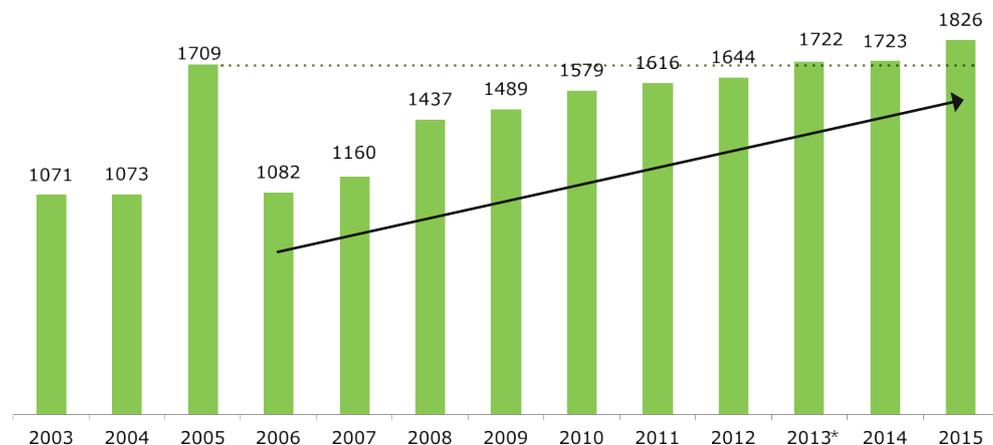
versés aux 50 plus grandes organisations. 1,1 milliards de francs ont été versés à des organisations titulaires du label de qualité Zewo. Ceci représente près de 60% de tous les dons à des œuvres de bienfaisance (cf. graphique 1).

### Davantage de dons des ménages privés

Deux francs de dons sur trois sont adressés aux œuvres de bienfaisance titulaires du label de qualité Zewo par des ménages privés. Les petits dons revêtent, avec 355 millions de francs, la plus grande importance. Ils sont augmentés de 10 millions de francs par rapport à 2014. En outre les œuvres de bienfaisance certifiées Zewo ont recueilli des contributions régulières pour un montant de 136 millions de francs en 2015, soit 5 millions de plus que l'année précédente. Au cours de la même période, les legs ont progressé de 22 millions et ont atteint, avec 164 millions de

### Graphique 1 | Extrapolation du volume des dons en Suisse 2003 à 2015

Total des dons encaissés en millions de CHF



\* à partir de 2013, recettes des dons répondant à une définition légèrement modifiée des catégories de recettes (voir méthodologie page 7)

### Extrapolation du volume des dons en Suisse 2015/2014 en millions de CHF

#### Les 50 plus grandes organisations au cours d'une année

(selon les recettes totales de dons)

#### Autres organisations

#### Volume du marché

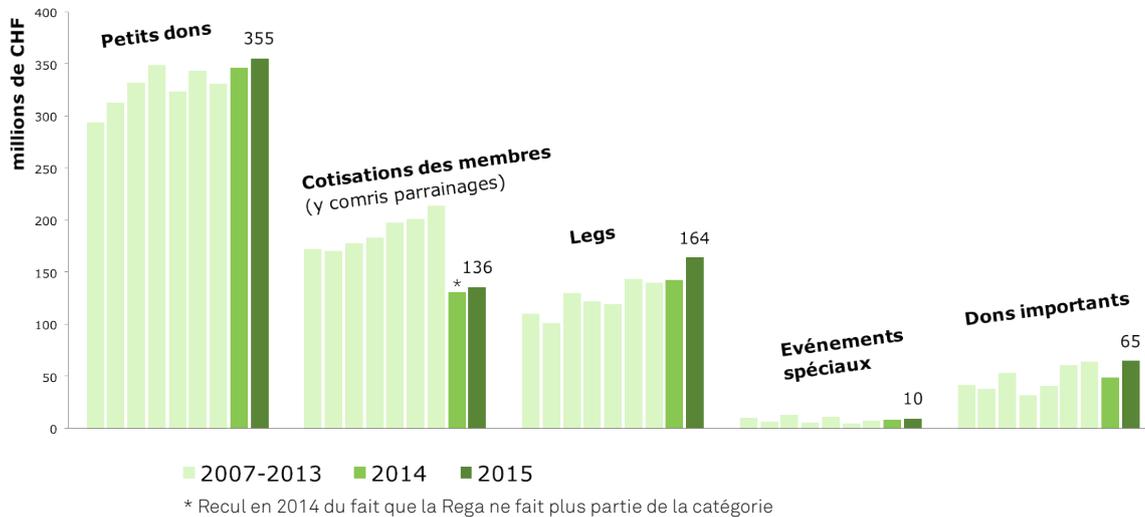
#### Part de l'ensemble du marché

	Zewo		Hors Zewo		Total	
	2015	2014	2015	2014	2015	2014
Les 50 plus grandes organisations au cours d'une année (selon les recettes totales de dons)	703	663	522	498	1226	1161
Autres organisations	381	357	219*	205*	601	562
Volume du marché	1085	1020	742	704	1826	1723
Part de l'ensemble du marché	59,4%	59,2%	40,6%	40,8%		

\* Différence calculée et non recensée (voir méthodologie page 7)

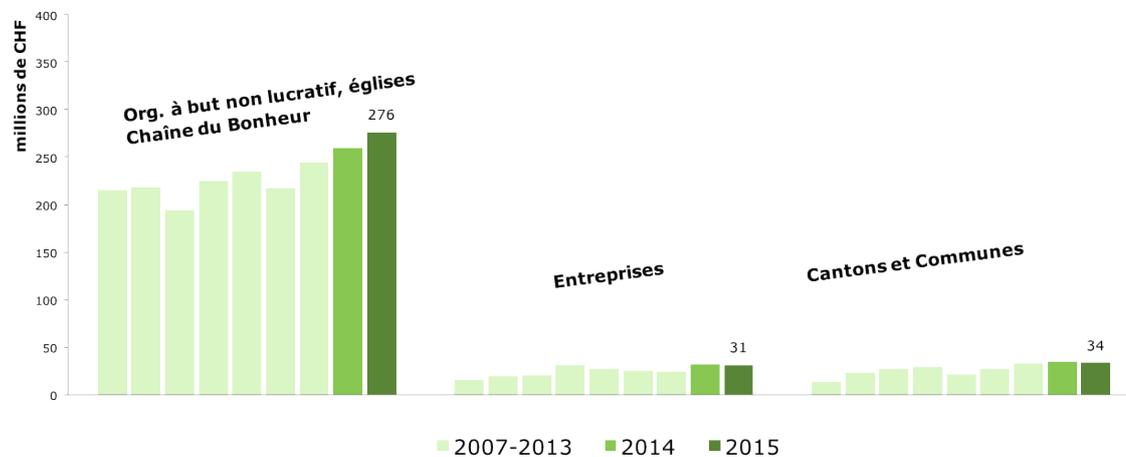
## Graphique 2 | Dons privés de 2007 à 2015

Evolution aux organisations titulaires du label de qualité Zewo | montant total: 739 millions de CHF



## Graphique 3 | Dons institutionnels de 2007 à 2015

Evolution aux organisations titulaires du label de qualité Zewo | montant total: 345 millions de CHF



francs, un nouveau record. Les dons importants ont augmenté de 16 millions au cours de cette période et s'élèvent désormais à 65 millions de francs (cf. graphique 2).

### Croissance continue des recettes des autres organisations à but non lucratif

Un franc de dons sur trois provient de bailleurs de fonds institutionnels. Alors que dans ce domaine, l'activité de dons des entreprises, communes et cantons demeure relativement constante depuis

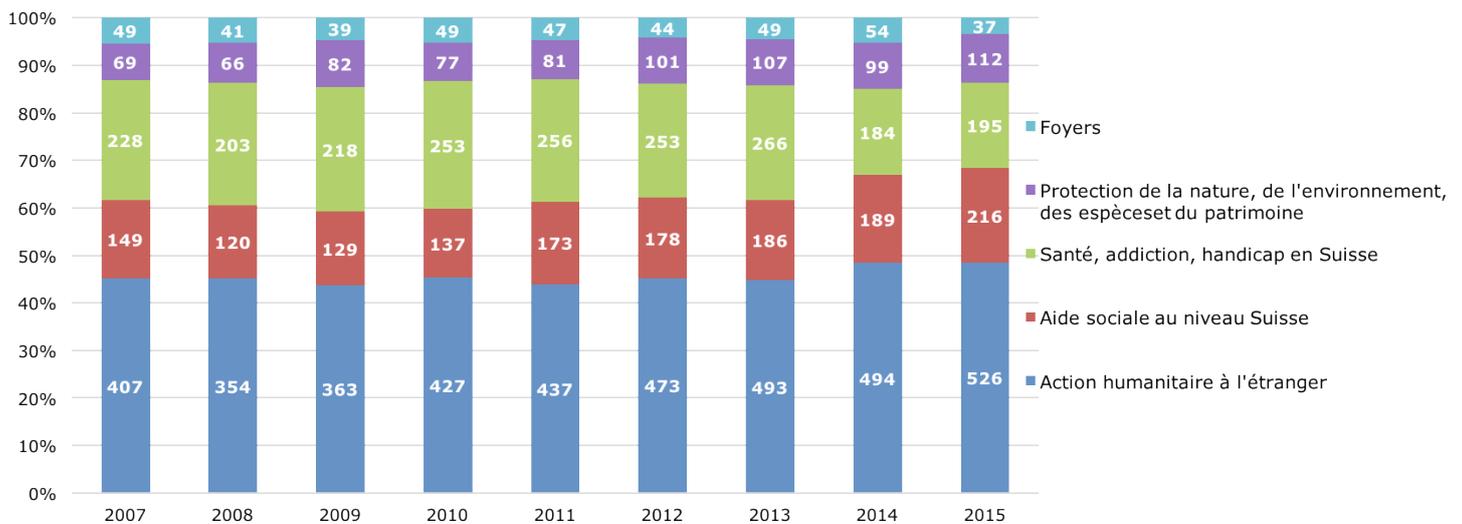
quelques années, on enregistre pour la troisième année consécutive une croissance importante des dons d'organisations à but non lucratif. Au total, les fondations, églises et autres organisations d'utilité publique ont versé quelque 16 millions de francs de plus que l'année précédente aux œuvres de bienfaisance (cf. graphique 3). De cela 6 millions de francs sont de la Chaîne du Bonheur, qui a attribué au total 42 millions de francs aux œuvres de bienfaisance titulaires du label de qualité Zewo.

### Presque autant de dons pour la Suisse que pour l'étranger

Les œuvres de bienfaisance qui travaillent principalement dans le domaine humanitaire à l'étranger ont recueilli près de la moitié des dons. Un cinquième des dons a été versé à des organisations nationales évoluant dans le secteur de l'aide sociale et un autre cinquième à des organisations du secteur de la santé. Les organisations de protection de la nature et de l'environnement ont recueilli un franc de dons sur dix (cf. graphique 4).

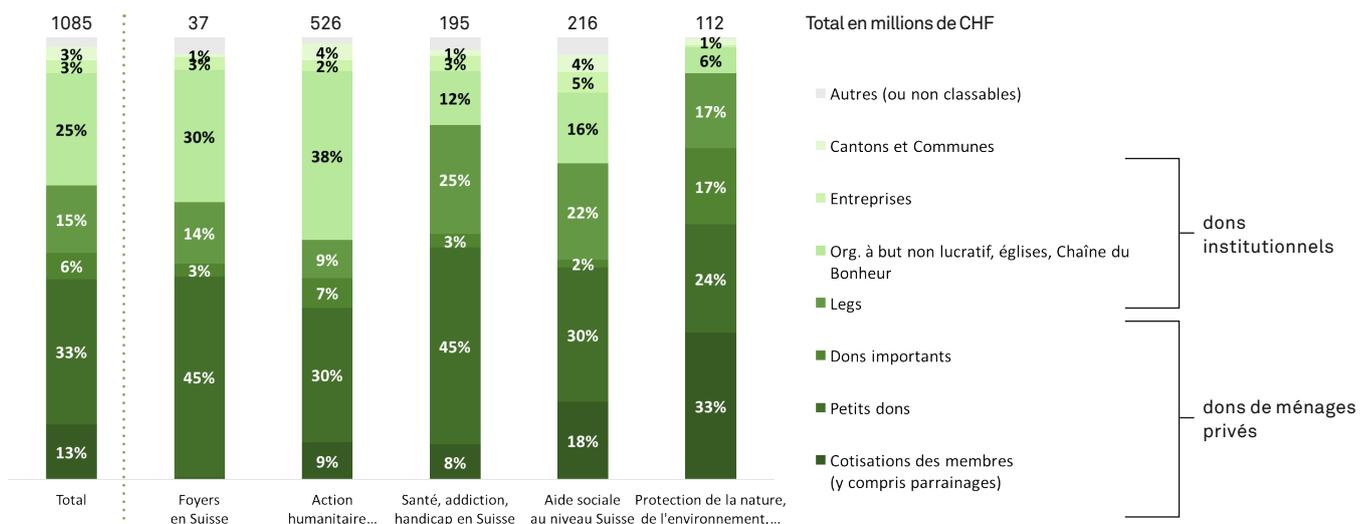
## Graphique 4 | Recettes de dons 2015 par domaines

Total 1,09 de milliard de CHF pour 439 organisations titulaires du label de qualité Zewo en 2015



## Graphique 5 | Composition des dons 2015 par domaines

Total 1,09 de milliards de CHF pour 439 organisations titulaires du label de qualité Zewo



### La composition des dons varie selon l'activité de l'organisation

Les petits dons de ménages privés représentent la plus grande part des dons (cf. graphique 5). C'est valable pour quasiment toutes les œuvres de bienfaisance qui récoltent des dons. Il n'y a que dans les organisations actives au niveau international que les dons de fondations de financement et autres NPO sont avec 30% tout aussi importants.

Pour les œuvres de bienfaisance travaillant dans le domaine de la santé,

de l'addiction et du handicap, un franc de dons sur quatre provient d'un legs. En ce qui concerne les organisations sociales évoluant au niveau national, il s'agit d'environ un franc sur cinq. Pour ces œuvres de bienfaisance, les legs représentent une part relativement élevée des dons reçus. Dans les organisations humanitaires qui évoluent à l'étranger, moins d'un franc de dons sur dix provient d'un legs. Pour les organisations de protection de la nature et de l'environnement, en revanche, les cotisations de memb-

res et les parrainages ont une importance relativement grande. Elles perçoivent un franc de dons sur trois de cette manière (cf. graphique 5).

### Nouveaux modes de paiement d'une toujours faible importance, mais en progression

Les dons sont récoltés grâce à différents modes de paiement. 92 francs recueillis par les œuvres de bienfaisance sur 100 le sont, comme précédemment, par viement postal ou bancaire

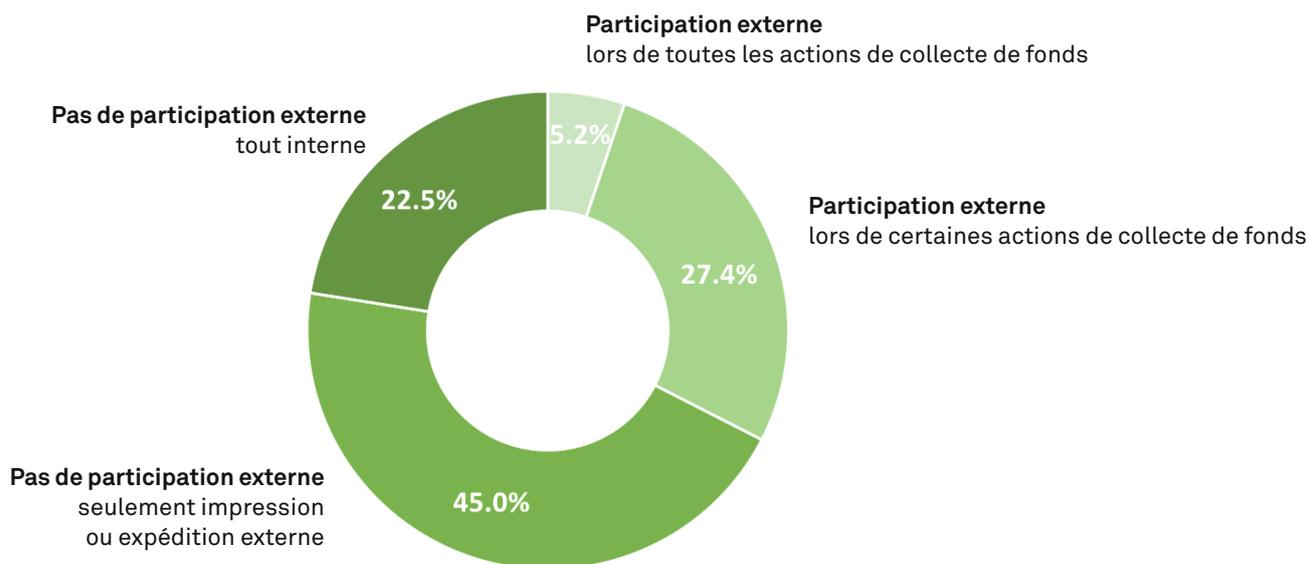
## Graphique 6 | Dons classifiables par canal de paiement 2013 à 2015

399 organisations titulaires du label de qualité Zewo

Moyen de paiement	2015		2014		2013	
	Millions de CHF	Pourcentage	Millions de CHF	Pourcentage	Millions de CHF	Pourcentage
1 Poste/Banque	889,2	91,9%	783,9	92,7%	718,2	92,8%
2 Système de recouvrement direct	63,7	6,6%	48,7	5,8%	47,9	6,2%
3 Autre canaux classiques	5,4	0,6%	7,0	0,8%	0,7	0,1%
4 Espèces	3,3	0,3%	3,0	0,4%	4,2	0,5%
5 Site Internet de l'organisation	5,8	0,6%	2,4	0,3%	2,6	0,3%
6 SMS	0,3	0,0%	0,4	0,0%	0,1	0,0%
7 Site Internet tiers	0,2	0,0%	0,2	0,0%	0,1	0,0%
8 Applications mobiles	0,01	0,0%				
<b>Total dons classifiables</b>	<b>967,8</b>	<b>100,0%</b>	<b>845,5</b>	<b>100,0%</b>	<b>773,8</b>	<b>100,0%</b>
<b>Total canaux classiques</b>	<b>961,6</b>	<b>99,35%</b>	<b>842,6</b>	<b>99,65%</b>	<b>771,0</b>	<b>99,60%</b>
<b>Total nouveaux canaux</b>	<b>6,2</b>	<b>0,65%</b>	<b>3,0</b>	<b>0,35%</b>	<b>2,8</b>	<b>0,40%</b>

## Graphique 7 | Participations externes aux actions de collecte de fonds

387 organisations titulaires du label de qualité Zewo



Seuls 64 centimes sur 100 francs collectés sont parvenus à l'organisation, en 2015, par de nouveaux modes de paiement comme par exemple les sites Web ou les SMS. Cette proportion a toutefois quasiment doublé.

Un an auparavant, le montant n'était que de 35 centimes (cf. graphique 6). Au total, seul un tiers des œuvres de bienfaisance a indiqué collecter des dons par les nouveaux médias. Sur les quelque 6 millions de francs donnés en ligne en 2015, 81% ont été versés à des organi-

sations évoluant dans la coopération au développement.

### La collecte de dons exige un savoir-faire

Pour collecter les 1,1 milliards de francs de dons, un savoir-faire s'impose. Deux tiers des œuvres de bienfaisance titulaires du label de qualité Zewo planifient et réalisent leurs actions de collecte de fonds entièrement en interne et se contentent de confier au plus l'impression et l'expédition à des prestataires externes.

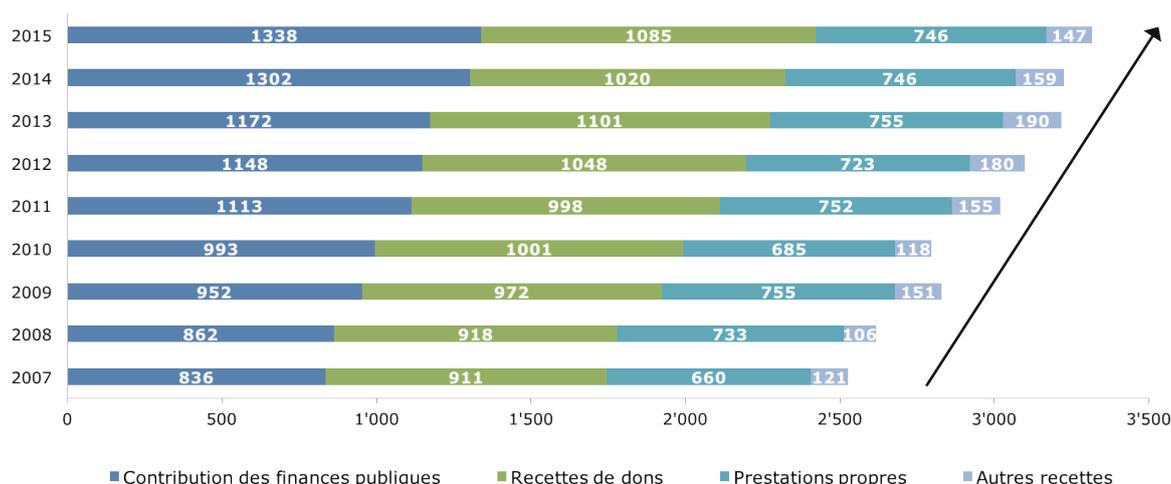
Une œuvre de bienfaisance sur trois a fait appel, pour la collecte de fonds, à des spécialistes externes. Il s'agit notamment de grandes organisations et d'organisations ayant des objectifs de croissance (cf. graphique 7).

### Augmentation des recettes totales des œuvres de bienfaisance titulaires du label de qualité Zewo atteignant 3,3 milliards de francs

Les œuvres de bienfaisance titulaires du label de qualité Zewo ont reçu, en 2015,

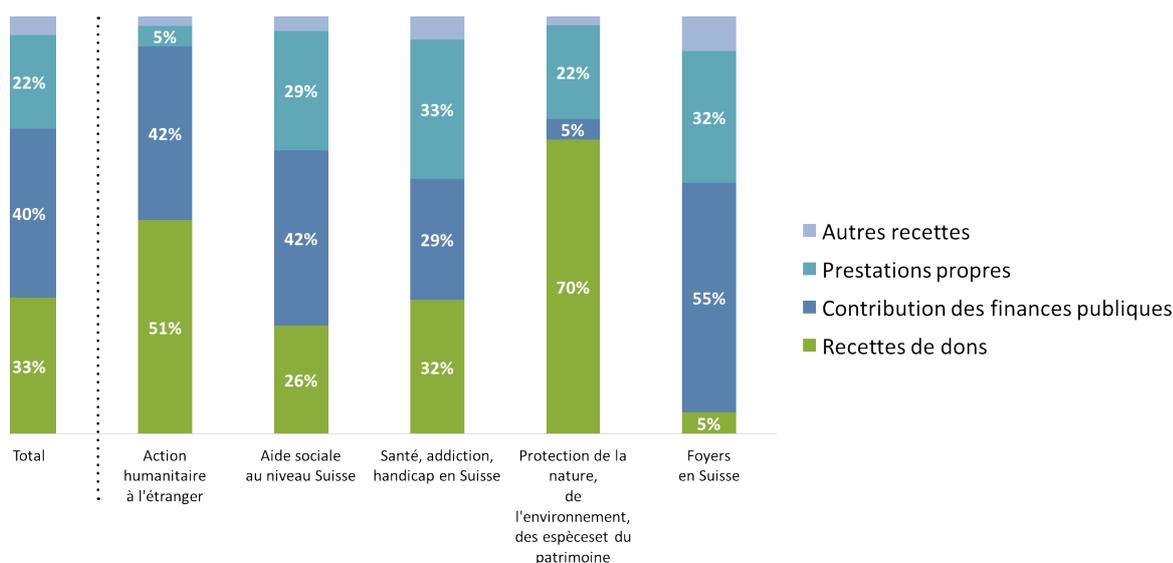
## Graphique 8 | Recettes totales de 2007 à 2015

Total 3,32 de milliards de CHF pour 439 organisations titulaires du label de qualité Zewo en 2015 en millions de francs



## Graphique 9 | Composition des recettes 2015 par domaines

Total 3,32 de milliards de CHF pour 439 organisations titulaires du label de qualité Zewo



65 millions de francs de dons en plus et 36 millions de francs de fonds publics en plus. Leurs produits des prestations propres sont demeurés stables. Les recettes totales ont progressé de 90 millions de francs et ont atteint en 2015, avec 3,3 milliards de francs, un nouveau sommet (cf. graphique 8).

Les trois composantes des recettes des œuvres de bienfaisance, dons, contributions des finances publiques et prestations propres varient, en importance, d'un domaine d'activité à un autre. Les organisations de protection de la nature et de l'environnement ne perçoivent guère

de fonds publics. Elles sont financées par des dons à hauteur de 70%. Les organisations humanitaires évoluant à l'étranger financent leur activité pour moitié par des dons. Dans les organisations sociales travaillant en Suisse, 4 francs sur 10 proviennent de contributions des finances publiques. Dans les organisations du domaine de la santé, de l'addiction et du handicap, environ un tiers des recettes provient de prestations propres, un tiers de contributions des finances publiques et un tiers de dons. Les foyers couvrent principalement leurs charges par des contributions des finances publiques et

des produits de prestations propres.

Seul un franc de dons sur vingt qu'ils reçoivent est un franc de dons (cf. graphique 9).

### Plus de 100 000 bénévoles

3 œuvres de bienfaisance titulaires du label de qualité Zewo sur 4 travaillent avec du personnel bénévole. Au total, dans ces organisations, 100 000 personnes travaillent bénévolement.

En montant cumulé, elles ont effectué 6 millions d'heures de travail en 2015.

# Méthodologie

Les présentes statistiques de Zewo reposent sur les données concernant la structure des recettes recueillies directement auprès des organisations. Pour le relevé des données, toutes les organisations titulaires du label de qualité Zewo ont été interrogées. Des données de 438 organisations ont pu être recueillies; pour une autre grande œuvre de bienfaisance, les chiffres de l'année précédente ont dû être utilisés. Si nécessaire, les comptes annuels révisés ont été consultés. Selon l'aspect de l'examen, l'échantillon varie, en raison de lacunes de données, de quelques organisations. L'évaluation a été effectuée par le Prof. Dr. Markus Gmür et Remo Aeschbacher, M.A., du Verbandsmanagement Institut (VMI), Université de Fribourg/CH.

## Nouvelle définition des catégories de recettes

Depuis 2013, les contributions de sponsors ne sont plus considérées comme des recettes de dons, mais comme des postes de prestations propres. En revanche, les dons de communes et de cantons sans mandat de prestation ou contrepartie sont désormais intégrés dans les dons institutionnels (ancienne catégorie: «Contributions des finances publiques»).

L'adaptation en temps utile des méthodes de collecte de données en 2007 a permis d'ajuster également la catégorisation pour les années passées. Toutes les statistiques de 2007 à 2015, à l'exception de l'extrapolation du volume des dons, se basent sur la nouvelle définition des catégories de recettes. Les statistiques Zewo distinguent les catégories de recettes suivantes:

- **Recettes de dons**  
Cotisations des membres et donateurs (y compris parrainages); dons individuels (petits dons et dons importants); legs; contributions d'organisations à but non lucratif, d'églises et de la Chaîne du Bonheur; de cantons et communes; événements spéciaux; autres dons (ou non classables)
- **Contributions des finances publiques**  
(p. ex. mandats de prestation, contributions des assurances sociales)
- **Prestations propres**  
(p. ex. vente de marchandises et de services, contributions d'assurances privées, financements de sponsors)
- **Autres recettes**  
(p. ex. revenus du capital).

## Base d'évaluation du volume du marché des dons

Depuis 2010, l'évaluation du volume total du marché des statistiques de dons de Zewo n'est plus basée sur les données de la consultation des donateurs du moniteur des dons, mais sur les données réelles des statistiques de la Zewo, complétées par les chiffres figurant dans les comptes annuels révisés des 50 plus grandes organisations d'entraide récoltant des dons. L'extrapolation a été effectuée, jusqu'en 2013, en supposant que la situation des œuvres avec et sans le label de qualité Zewo est identique parmi les 50 plus grandes organisations et parmi les autres organisations. Du fait du renoncement de la Rega au label Zewo en 2014, les proportions ont fortement changé sur le marché des dons, ce qui aurait faussé l'extrapolation si la méthodologie avait été la même. C'est pourquoi l'extrapolation repose désormais sur un chiffre de rapport fixe calculé à partir des valeurs empiriques de 2011 à 2013.

## Travail bénévole

Par travail bénévole, on entend le nombre d'heures effectuées à titre gracieux par des auxiliaires. Les heures effectuées à titre honorifique n'en font pas partie (organe directeur).

# Le monde des organisations à but non lucratif en mouvement

Impressions du congrès de la Zewo le 6 septembre 2016  
au Kultur Casino de Berne



## Iwan Rickenbacher

anime le congrès, pose des questions, résume, commente et synthétise. Lors d'une séance de discussion engagée, il met en lumière le rapport entre l'Etat et les organisations à but non lucratif.



**«La société fait face à de grands défis qui mettent le monde des organisations à but non lucratif en mouvement.»**

**Kurt Grüter**, président de la Zewo, appelle à chercher des solutions face aux grands défis que devra relever notre société, par exemple l'intégration d'individus d'autres cultures, l'évolution démographique, le changement climatique, la mondialisation avec ses flux de marchandises et de capitaux incontrôlés, la numérisation ou la professionnalisation et la concurrence croissante. Dans ce contexte, le congrès de la Zewo 2016 se consacre à l'interaction en cours de mutation de l'Etat, de l'économie et des organisations à but non lucratif: l'Etat confie des mandats à des entreprises privées. Il finance des prestations d'entreprises sociales ou menace de se retirer totalement ou partiellement de certains domaines de compétences, pour des raisons de politique budgétaire. Les organisations à but non lucratif concluent des coopérations avec des entreprises, les œuvres de bienfaisance cherchent de nouvelles approches économiques et de nouvelles formes de financement et les offres d'entreprises complètent les prestations des organisations d'entraide. Ensemble, nous voulons savoir ce que recourent ces évolutions et ce à quoi les organisations à but non lucratif de demain doivent se préparer.



**«La société civile doit résolument concevoir sa propre identité.»**

**Peter Streckeisen**, chargé de cours de Community Development à l'Université des sciences appliquées de Zurich (ZHAW) en travail social, se conçoit, en tant que sociologue, non pas en garde-frontière mais en passeur de frontières et critique des frontières. Les frontières donnent toutefois aux individus une stabilité et assurent l'ordre. Souvent, les lignes de séparation ne sont qu'imaginaires. Dans la pratique, l'économie, l'Etat et la société civile ont toujours été interconnectés. En raison de la tendance à la mondialisation et de l'économisation croissante de l'Etat, de la société civile et du cadre de vie, il devient de plus en plus difficile de séparer clairement ces trois secteurs dans notre esprit. Peter Streckeisen enjoint les acteurs de la société civile à réfléchir de manière critique à la colonisation économique de l'univers des organisations à but non lucratif, à reconquérir leurs champs d'action tout en profitant du fait que ni l'Etat ni l'économie ne sont une structure clairement délimitée.



**«Les organisations à but non lucratif doivent également avoir le droit de critiquer l'Etat.»**

**Hugo Fasel**, directeur de Caritas Suisse, invite le Secrétariat d'Etat aux migrations à intégrer ses attentes en matière de travail politique de relations publiques des organisations à but non lucratif dans le catalogue de critères pour les appels d'offres. Jusqu'à présent, les organisations à but non lucratif conseillent l'Etat à titre gracieux. Elles doivent également avoir le droit de le critiquer sans subir pour cela des sanctions financières. Pour lui, la distinction entre organisations à but non lucratif et entreprises est sans importance. Il s'agit de faire en sorte que les personnes en détresse bénéficient de l'aide dont elles ont besoin de la meilleure manière possible.

**«Les gens ne veulent pas simplement être employés.»**



**Lynn Blattmann**, directrice de la Confédération des entreprises à gestion sociale et de Dock-Gruppe AG, observe déjà, en rapport avec l'illustration du congrès, une disparition massive des escargots que sont les institutions sociales. Elle constate, dans l'environnement économique de plus en plus dur, une chute des taux de réintégration des chômeurs sur le premier marché du travail et se prononce en faveur du travail salarié sur le deuxième marché du travail plutôt que des programmes d'aide à l'emploi.



**«Il faut de la coopération plutôt qu'un esprit de concurrence.»**

**Doris Fiala**, conseillère nationale, voit dans les missions sociétales gigantesques qui nous attendent de grands besoins de financement pour le travail des organisations d'entraide. Membre du conseil d'administration de Home Instead, elle est favorable à une coopération partenariale entre acteurs complémentaires et s'engage pour que les fonds requis de toute urgence ne soient pas réduits.



**«Nous confions des mandats selon des critères clairs.»**

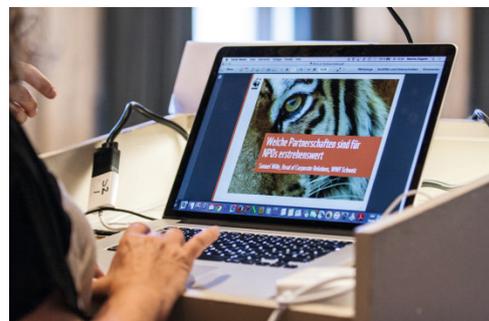
**Barbara Büsschi**, directrice adjointe du Secrétariat d'Etat aux migrations, lance des appels d'offres pour des mandats étatiques de plus de 230 000 francs selon une procédure standardisée. Elle attend des organisations à but non lucratif qu'elles prennent position publiquement sur des thèmes politiques pour lesquels l'administration se doit de rester neutre. Toute critique éventuelle survenant en rapport avec l'exécution d'un mandat confié doit être exprimée par l'exécutant du mandat dans le cadre du dialogue partenarial.

## Le monde des organisations à but non lucratif en mouvement: groupes d'approfondissement

Impressions du congrès de la Zewo le 6 septembre 2016, au Kultur Casino de Berne

### Groupe 1: Immigration – Positionnement d'offres s'inscrivant dans la collaboration et la distinction entre l'Etat et les entreprises avec Kim Schweri, secrétaire nationale, Œuvre suisse d'entraide ouvrière OSEO

Le fondement et la limite de l'action étatique, c'est le droit. Les organisations à but non lucratif disposent, pour le positionnement d'offres, de davantage de flexibilité et de diversité en raison de plus grandes libertés réglementaires, et de patrimoines de fonds et montants de dons plus importants. Pour Kim Schweri, il est cependant important qu'en cas de dépendances financières comme les contrats de services avec l'Etat ou les contrats avec les entreprises, la position de l'organisation à but non lucratif soit préservée et que la délimitation soit définie précisément. Les défis pour les organisations à but non lucratif dans la collaboration avec l'Etat et les entreprises résident dans le fait que les conditions contractuelles sont dictées de façon unilatérale, dans la pression des économies et des prix ainsi que dans l'environnement hautement compétitif.



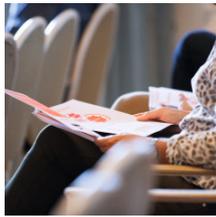
### Groupe 3: Quels partenariats avec des entreprises sont souhaitables pour les organisations à but non lucratif? Avec Samuel Wille, Corporate Relations, WWF Suisse

Samuel Wille, Head of Corporate Relations WWF Suisse, insiste sur le fait que les partenariats doivent être pertinents, ambitieux, innovants et crédibles. Ils doivent être engagés dans les domaines où l'entreprise a le plus fort potentiel d'amélioration. Ils doivent produire des effets, et les objectifs et leur réalisation doivent être communiqués ouvertement. L'indépendance des organisations à but non lucratif revêt une importance capitale. Le WWF Suisse s'est donc fixé un maximum pour la part des recettes obtenue via des partenariats. Chaque organisation à but non lucratif doit se demander quels sont les partenariats inacceptables pour elle.



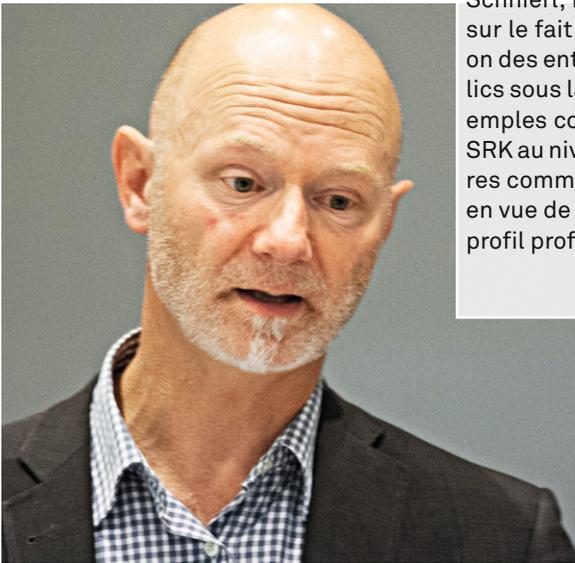
### Groupe 2: Entreprise sociale – Expérience pratique de l'intégration des demandeurs d'emploi avec Rolf Zumstein, CEO, Fondation gad Stiftung

gadPLUS AG propose des emplois aux personnes qui perçoivent l'aide sociale. Leur salaire est refinancé à partir de l'aide sociale, les coûts d'exploitation sont couverts par des services fournis sur le marché. Etant donné que les travailleurs ont un contrat de travail conforme au CO, dans une vraie société, et que leurs prestations contribuent au succès en termes d'économie de marché, leur estime d'eux-mêmes augmente. L'organisation à but non lucratif doit pour ce faire s'exposer à la concurrence, développer des compétences de gestion et créer la transparence en matière de coûts et de services.



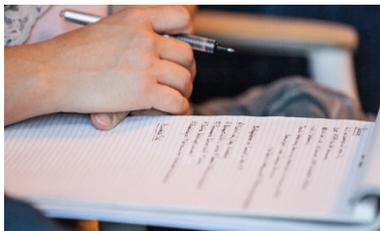
**Groupe 4: Main dans la main – Collaboration d'entreprises avec des organisations à but non lucratif. Home Instead, service d'accompagnement des personnes âgées, se présente. Avec Claude Schnierl, directeur, Home Instead Zürcher Oberland**

Home Instead offre un service d'accompagnement des personnes âgées à domicile en guise d'alternative aux maisons de retraite ou médicalisées. Cette entreprise, conçue selon le système de la franchise, emploie 2000 collaboratrices et collaborateurs qui travaillent selon les conditions d'un contrat collectif de travail et perçoivent la plupart du temps un salaire horaire. Claude Schnierl, fondateur et directeur de Home Instead Zürcher-Oberland insiste sur le fait que, compte tenu de l'évolution démographique, une collaboration des entreprises, des organisations à but non lucratif et des pouvoirs publics sous la forme d'un partenariat est indispensable, et montre à l'aide d'exemples concrets comment celle-ci fonctionne déjà avec Spitex, KESB ou le SRK au niveau communal. Il voit d'autres approches dans le lancement d'offres communes d'accompagnement des personnes âgées, des coopérations en vue de l'intégration des réfugiés ou dans le développement conjoint d'un profil professionnel d'accompagnant de personnes âgées.



**Groupe 5: Letshelp.ch – La nouvelle plateforme de don pour les œuvres de bienfaisance contrôlées avec Andreas Pages, chef de projet, letshelp.ch, Swisscom**

L'intérêt pour la numérisation dans la collecte de fonds est grand. Mais c'est aussi un sujet inconnu pour bon nombre d'organisations collectrices de dons. L'explication du processus de crowdfunding, où l'alpha et l'oméga sont une bonne préparation intervenant suffisamment tôt et un accompagnement continu, a été très utile. Les participantes et participants au workshop ont posé des questions et transmis leurs expériences et suggestions à Swisscom. Celle-ci se mettra directement en rapport avec les œuvres de bienfaisance dans les prochains jours et les prochaines semaines et approfondira le sujet.



## Le monde des organisations à but non lucratif en mouvement: intervenants

Impressions du congrès de la Zewo le 6 septembre 2016, au Kultur Casino de Berne



**«Sans l'intervention d'entreprises transnationales, l'Agenda 2030 n'a aucune chance.»**

Mark Herkenrath, directeur d'Alliance Sud, aborde l'Agenda 2030 pour un monde social, écologique et économiquement soutenable. Il a été adopté par l'ONU et est en vigueur depuis le 1er janvier 2016. L'Agenda 2030 ouvre une nouvelle perspective sur la coopération au développement, place les pays industrialisés face à leur responsabilité et exige une politique intérieure, extérieure et de développement cohérente. De quoi créer de nouvelles possibilités de coopérations. Cependant, les conflits quant aux objectifs sont passés à la trappe et la question du financement est totalement ouverte. Les conséquences possibles: surmenage, picorage et la diffusion de la responsabilité. Mark Herkenrath demande une discussion constructive critique entre tous les acteurs impliqués de l'Etat, de l'économie et de la société civile. Il exige des entreprises qu'elles respectent les droits humains et les normes environnementales internationales dans toute la chaîne de création de valeur et paient leurs impôts là où la valeur est créée.



**«Afin d'atteindre des objectifs d'entreprise, le dialogue avec la société civile est indispensable.»**

Stefan Nünlist, responsable Group Communication & Responsibility de Swisscom, est fier que son entreprise ait été classée quatrième entreprise la plus écologique au monde dans le Green Ranking de Newsweek et numéro un en Suisse. Cela montre combien le développement durable est ancré chez Swisscom. Pour la valeur sympathie auprès des clients, la responsabilité vis-à-vis de l'environnement et de la société est l'élément le plus important après le conseil compétent au niveau de la ligne d'assistance téléphonique. Swisscom collabore déjà avec de grandes organisations à but non lucratif suisses. Pour réussir, il faut des objectifs clairs, des valeurs compatibles, du respect, de l'ouverture au dialogue et une assise solide en matière de relations.



**«Nous sommes face à des professionnels et devons leur répondre avec professionnalisme.»**

Markus Mader, directeur de la Croix-Rouge suisse, montre comment son organisation a transformé la gestion des relations avec les dépositaires d'enjeux en stratégie de communication intégrée. La question qui se pose toujours est de savoir ce que doit être la réponse d'un dépositaire d'enjeux déterminé. Pour l'établissement de relations, on dispose d'instruments présentant différents niveaux d'intensité de contact. Depuis 2006, la CRS travaille systématiquement avec le secteur privé. La sélection des partenaires économiques est opérée selon des exclusions et critères clairs qui se basent sur les principes du mouvement de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge. Les stratégies des entreprises, qui les ont élaborées en vue de la mise en œuvre de l'Agenda 2030, constituent une bonne base de collaboration entre les organisations à but non lucratif et l'économie.



**«La question est toujours la suivante: conquérons-nous de nouveaux acteurs pour la philanthropie et générons-nous un effet de levier ou bien n'y a-t-il qu'un intermédiaire supplémentaire?»**

**Sara Stühlinger**, collaboratrice scientifique au Center for Philanthropy Studies de l'Université de Bâle, a montré que la mise en œuvre de l'Agenda 2030 coûterait, selon des estimations d'experts, 2500 milliards de dollars. Pour ce faire, de nouveaux partenaires et de nouvelles formes de financement sont nécessaires. Aux Etats-Unis, par exemple, les fonds donor-advised sont devenus populaires. Les fonds affectés constituent une alternative à la création de sa propre fondation et offrent aux gros donateurs américains, outre la possibilité de faire des économies d'impôts, un avantage, à savoir qu'ils peuvent rester anonymes. Les charges administratives sont plus faibles que lorsqu'on a sa propre fondation et il n'y a pas d'application de quotas-parts de distribution minimales prescrites par la loi. Un autre exemple est le social impact bond, qui permet le préfinancement par des fonds privés de mesures sociales comme, par exemple, la resocialisation d'anciens détenus ou l'intégration de réfugiés. Ce n'est que si l'organisation mandatée pour l'exécution achève la mesure avec succès que l'investisseur récupère son argent rémunéré par l'Etat. Il supporte donc le risque d'un investissement de capitaux propres. Sara Stühlinger est convaincue que les nouvelles formes de financement gagneront en importance, à l'avenir, pour les organisations à but non lucratif et ne seront pas un simple feu de paille.



**«Qu'est-ce au juste que la société civile?»**

Ludwig Hasler, philosophe et journaliste, a conclu la journée par ses impressions de frontalier. Il s'est notamment penché sur les raisons pour lesquelles les zombies de la consommation qui se rendent en masse à Constance, en raison de la faiblesse de l'euro, pour faire leurs achats, ne sont habituellement pas comptés comme faisant partie de la société civile, bien qu'ils ne fassent partie ni de l'Etat, ni de l'économie. Il a rappelé que même si les objectifs de l'Agenda 2030 sont à un niveau élevé, on pouvait franchir la ligne d'arrivée la tête haute, sans effort important. Il a également fait observer que lorsqu'il y a trop de professionnalisation, la passion pour une cause reste sur le carreau. Et eu égard au titre du congrès, il avertit que les individus finissent par en avoir assez d'«être en mouvement» de façon perpétuelle et d'être confrontés à de nombreux changements et souhaitent simplement une chose, que tout reste tel quel.



**«Au revoir et à bientôt lors du prochain congrès de la Zewo, qui aura lieu le 13 septembre 2017.»**

**Martina Ziegerer**, directrice de la Zewo, remercie les participants. Avoir un aperçu du travail des autres contribue à réduire les frontières, même si elles existent peut-être davantage dans la tête que dans la réalité. Elle se réjouit d'avance de retrouver les uns et les autres lors du congrès 2017 de la Zewo, qui aura lieu le 13 septembre 2017 à la Volkshaus de Zurich.

# letshelp.ch – en toute simplicité

Déposez maintenant des projets intéressants pour novembre et décembre, et acquerez de nouveaux donateurs et donatrices. Nous vous expliquons comment.

**letshelp.ch**

La plate-forme suisse de dons de ZEWO, Swissfundraising et Swisscom.

**letshelp.ch est la première plate-forme suisse de crowdfunding pour les dons d'utilité publique. Elle réunit les idées, la passion et l'innovation de zewo, de Swissfundraising et de Swisscom qui en dirige l'exploitation opérationnelle. En coopération avec les œuvres caritatives favorables au numérique, l'équipe de letshelp.ch fait avancer la numérisation du fundraising en Suisse. Les valeurs de simplicité et de transparence sont vécues au jour le jour et servent de référence au développement technique et opérationnel de la plate-forme. letshelp.ch contribue ainsi à renforcer la confiance dans le secteur de l'utilité publique et des organisations de collecte de dons partenaires.**

## Quel est l'écosystème de letshelp.ch?

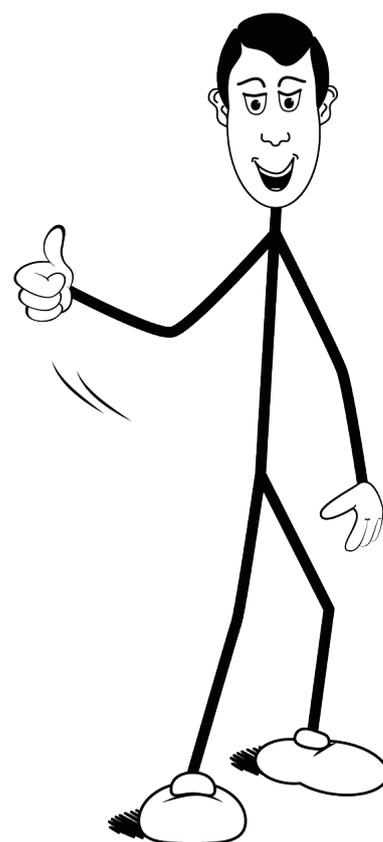
letshelp.ch permet l'échange simple et transparent d'informations et de moyens entre les organismes caritatifs, les donateurs et donatrices, les partenaires de coopération et les fondations. Les organisations humanitaires utilisent la plate-forme pour diffuser l'information et renforcer le dialogue avec les donatrices et donateurs potentiels. Les donatrices et donateurs apprécient la manière simple et transparente de soutenir des projets concrets et de poser les questions relatives à ceux-ci directement aux responsables des organismes caritatifs. Les partenaires de coopération et les fondations apportent à letshelp.ch leur soutien stratégique, et aux organismes caritatifs et à leurs projets leur aide financière. Les partenaires de coopération apprécient particulièrement le fait de pouvoir, par leur don sur letshelp.ch, convaincre leurs propres clients de participer à une mission commune et de se montrer responsables.

## Quels sont les bons projets pour letshelp.ch ?

La plate-forme repose sur l'idée fondamentale du crowdfunding. Tout comme dans le domaine des start-ups, des projets préalablement examinés et présentant des objectifs de financement définis sont publiés comme campagnes. L'acquisition de nombreux donateurs et donatrices potentiels est d'autant plus efficace que l'organisation menant la campagne leur présente de manière simple et transparente les histoires qui en sont à l'origine.

## Comment se passe une campagne de crowdfunding sur letshelp.ch ?

Préparer et mener une campagne de crowdfunding est une activité interactive qui s'effectue en coopération efficace entre l'organisme caritatif, Raisenow et l'équipe de letshelp. La campagne peut mais ne doit pas forcément financer l'ensemble du projet. letshelp peut aussi être un canal de collecte de fonds utilisé en complément des autres.



## Qu'est-ce qui fait le succès d'une campagne ?

Pour que les divers projets de crowdfunding réussissent, ils sont commercialisés en ligne par les organisations de collecte de dons elles-mêmes ainsi que de possibles Corporate Partners de letshelp.ch. Nous savons par expérience que certains aspects renforcent le succès d'une campagne.

- Racontez l'histoire positive, émouvante et prenante de vos projets non seulement hors ligne ou sur votre site Web mais également sur letshelp.ch. Plus le nombre de donatrices et donateurs entendant parler de votre précieuse activité est élevé, mieux cela sera.
- Concevez votre projet de la manière la plus concrète possible afin que les donateurs et donatrices puissent s'identifier à l'histoire.

# Voici les trois étapes d'une campagne que vous devriez connaître

1

## LE TEMPS NÉCESSAIRE DE LA PRÉPARATION

Pour préparer une bonne campagne, nous prenons exactement le temps dont nous avons besoin. De nombreux organismes caritatifs fournissent au quotidien le travail préliminaire qui nous permet de bâtir la campagne. En coopération avec Raisenow, nous surmontons les obstacles techniques concernant le traitement des paiements. L'expérience aide les organisations de collecte de dons à présenter l'histoire de manière poignante et sympathique sur la plate-forme. La planification de la communication est tout aussi importante, de même que les relations presse pour la campagne elle-même. Montrez à vos donatrices et donateurs comme on peut, de nos jours, faire des dons de manière simple et directe et comment l'on peut communiquer avec vous, en tant qu'organisation!

2

## PHASE DE CAMPAGNE

Et pour commencer: «Launch hard or go home» dit-on dans les pays anglo-américains qui s'y connaissent bien en crowdfunding. Cela signifie que les jours suivant le lancement de la campagne en ligne sont décisifs. Pour commencer, ne soyez pas trop ambitieux avec l'objectif de dons. Il s'agit d'activer le crowd. Utilisez toutes les possibilités disponibles en ligne et hors ligne.

3

## PHASE D'APRÈS-CAMPAGNE

Généralement, ce n'est que lorsque la campagne sur letshelp.ch est terminée que le projet commence. On peut alors bâtir l'hôpital ou acquérir le bus destiné à sauver des vies grâce au financement obtenu. Si vous avez promis des récompenses aux donatrices et aux donateurs (appelées Reward dans le crowdfunding), c'est le moment de les envoyer. Et surtout, tenez les donatrices et donateurs au courant des progrès de la mise en œuvre du projet. Ils sont nombreux à s'y intéresser même après la fin de la campagne, et à suivre l'organisation qui l'aura réalisé. En particulier dans le cadre du fundraising numérique, des informations sur l'avancée ou la conclusion du projet, des photos ou vidéos seront particulièrement appropriés dans ce contexte. Offrez à ceux qui vous soutiennent un aperçu de votre précieux quotidien. Ils seront peut-être à nouveau à vos côtés pour le prochain projet.

- Echangez directement avec l'équipe de letshelp.ch qui vous apportera volontiers son expérience du fundraising numérique.
- Activez votre communauté en ligne existante pour l'enthousiasmer à donner et à partager votre activité.

### Autres mesures de communication

Dans les prochains mois, letshelp.ch bénéficiera de l'accompagnement de Swisscom et de ses filiales (Bluewin, Siroop, etc.) pour sa communication et sa notoriété. Il est également prévu de développer une collaboration pour d'autres mesures avec des partenaires de coopération (entreprises et institutions). Par exemple, Swisscom elle-même, et ultérieurement d'autres entreprises, offriront à des clients choisis des bons de dons sur letshelp.ch. D'autres co-



**l'équipe de letshelp.ch**  
Gregor Widmer, Sebastian de Castelberg  
et Andreas Pages.

opérations intéressantes et les mesures de marketing correspondantes sont en cours d'élaboration.

### Comment déposer un projet letshelp.ch en tant qu'organisation de collecte de dons?

- Tout d'abord, contactez l'équipe letshelp.ch par e-mail à l'adresse suivante: [info.letshelp@swisscom.com](mailto:info.letshelp@swisscom.com).
- Au préalable, informez-vous directement sur la plate-forme sur <https://letshelp.ch/support> connaître les coûts et la procédure ultérieure.

Ensemble, mettons tout en œuvre pour que votre projet puisse très rapidement être présenté aux donatrices et donateurs potentiels.

# Mesurer les mots-clés pertinents en toute indépendance

La «machine à trouver» offre une analyse des mots-clés indépendante des marchés en ligne



Finie la pêche en eaux troubles grâce à l'analyse des mots-clés de la «machine à trouver».

**Les réseaux sociaux et les moteurs de recherche sont depuis longtemps devenus, notamment pour les œuvres de bienfaisance, des sources d'information indispensables. Il manquait jusqu'à présent, malheureusement, des données indépendantes et fiables au sujet des centres d'intérêt des utilisateurs et sur l'effet des contenus. Problème résolu grâce à la nouvelle «machine à trouver» de l'IFAA.**

Au total, ce sont, à l'échelle mondiale, plus de 450 canaux numériques en 29 langues et dans 40 pays qui sont évalués systématiquement, à l'aide d'une API (interface automatique), par les analystes du marché numérique de l'institut IFAAS à Berne. A la vitesse de l'éclair. Avec leurs propres mots-clés et ceux des utilisateurs, les responsables de la communication ainsi que les webmasters des organisations à but non lucratif ou d'administrations publiques mesurent eux-mêmes, sur la «machine à trouver», l'effet de leurs mots-clés. Plus exactement, on mesure quels mots-clés (keywords) ont été recherchés, en moyenne avec quelle fréquence, sur Internet au cours des 30 derniers jours. De quoi savoir si les mots-clés qu'on utilise sont les bons ou si l'on doit en utiliser d'autres.

## Collecter des dons en ligne n'est pas sans difficultés

Atteindre les donateurs en ligne est devenu une science à laquelle un grand nombre d'agences et d'expert-e-s se consacrent. Les canaux numériques posent

en effet, outre tous les avantages qu'ils proposent, quelques difficultés: par exemple, les œuvres de bienfaisance cherchent des «donateurs», tandis que les donateurs cherchent le «don». On voit déjà que le problème réside dans le «wording» que l'on met en œuvre pour interpeller et aller chercher les utilisateurs via Internet. Si l'on désire atteindre au mieux les donateurs potentiels, les critères de recherche doivent concorder exactement.

## Mesurer au lieu de conseiller

Vous désirez mesurer avec exactitude la demande numérique en certains mots-clés sur tous les canaux (moteur de recherche et réseaux sociaux)? C'est très simple: <https://find.ifaa.ch> dans le navigateur et commencez par vous enregistrer. Vous recevrez de la machine à trouver un e-mail avec un code en vue de la validation. Vous n'avez plus qu'à vous inscrire avec votre propre adresse e-mail et votre mot de passe et c'est parti pour la mesure des 5 premiers mots-clés gratuits. Bonne chance!

## INFO

### Institut IFAA

L'Institut pour la recherche appliquée en argumentation (IFAA) ou IFAAR en anglais est une coopérative domiciliée à Berne qui s'est spécialisée dans la recherche sur l'effet de l'eGouvernement, de l'eGouvernance et du Web. Cet institut de recherche privé développe, depuis 1991, des systèmes assistés par ordinateur spécifiques d'analyse du contenu numérique des médias, informations, contenus Web, sites Web et mène une recherche fondamentale scientifique dans le domaine des moteurs de recherche, de l'eGouvernement et des machines à trouver numériques, à titre de complément aux moteurs de recherche courants.

## OFFRE

Les organisations Zewo disposent en **plus de 20 mots-clés gratuits supplémentaires** d'une valeur de 50.– si elles entrent, après l'enregistrement et l'inscription, le mot-clé «ZEW0» ou envoient, alternativement, un bref e-mail à [find@ifaa.ch](mailto:find@ifaa.ch). Prière d'impérativement tenir compte de l'information produit en bas de page. > <https://find.ifaa.ch>





# ZEWO

Pfingstweidstrasse 10 | 8005 Zürich  
info@zewo.ch | www.zewo.ch  
Telefon 044 366 99 55