

Profil et répertoire

Trouver l'aiguille dans une botte de foin



Savoir qui fait quoi et où, quel impact et quel soutien: le répertoire de la plateforme stiftungschweiz.ch est un outil central, intelligemment conçu pour toutes les organisations donatrices, les organisations d'utilité publique et les projets en Suisse. Il offre à toutes les organisations d'utilité publique, indépendamment de leur forme juridique, une possibilité simple et claire de se présenter en tant qu'organisation et de présenter les priorités actuelles.

Défis

Nonprofits

- Trouver et contacter des partenaires de financement pertinents
- Mettre en place une collecte de fonds publique et s'adresser aux donateurs privés
- Peu de visibilité pour son organisation et ses projets
- Peu de budget pour la publicité/ pour une meilleure portée

Funders

- Communiquer efficacement les canaux de demande et les priorités de financement privilégiés
- Trouver et contacter des partenaires de financement et des organisations à but non lucratif appropriés

Objectifs

Nonprofits

- Trouver des partenaires de soutien pertinents et obtenir un soutien
- Obtenir des dons de particuliers
- Construire une visibilité et une portée à moindre coût

Funders

- Recevoir moins de demandes inappropriées et plus de demandes précises
- Communication transparente sur les activités de soutien et les priorités de soutien
- Trouver des partenaires de financement

Fiche descriptive

Les organisations à but non lucratif et les fondations peuvent se présenter dans le répertoire des fondations avec leur propre microsite et décider quelles informations seront partagées publiquement. Les organisations donatrices peuvent indiquer leurs priorités en matière de soutien et les voies par lesquelles elles souhaitent recevoir des demandes, tandis que les Nonprofits présentent leurs objectifs et leur propre historique de soutien. Les badges introduits par StiftungSchweiz augmentent la transparence et la confiance en rendant visibles les réalisations et l'engagement des organisations. Cela aide les Nonprofits à rendre transparentes leur exonération fiscale, leur mise en réseau et aux fondations donatrices de trouver plus facilement des partenaires fiables. La fonction de recherche permet de trouver des fondations ou des Nonprofits correspondants parmi quelque 15'000 organisations suisses. L'index des fondations, actualisé en permanence, garantit des résultats de recherche représentatifs. Les utilisateurs trouvent leur match grâce à la recherche par texte ou à des filtres intelligents. La fonction de recherche offre plus de dix possibilités de filtrage spécifiques et est assistée par une intelligence artificielle qui apprend en permanence.

Sur le terrain

Fleur Jaccard, directrice de Age-Stiftung, et Pascale Vonmont, CEO/Directrice de Gebert Rüt Stiftung, se sont entretenues avec StiftungSchweiz de leurs expériences avec leurs profils de fondation individuels. La Age-Stiftung met l'accent sur la communication transparente et la création de réseaux. Gebert Rüt Stiftung, qui est une fondation transparente et publie déjà toutes les informations sur son site Internet, utilise les avantages de son profil de fondation surtout dans les domaines de la portée et de la visibilité.

Quels avantages spécifiques votre profil de fondation vous offre-t-il dans votre travail quotidien ?

Fleur Jaccard, directrice de Age-Stiftung: Le profil de la fondation nous permet de communiquer de manière concise la stratégie et les domaines d'action de Age-Stiftung et facilite la recherche de coopérations appropriées. Nous ne pouvons pas encore quantifier l'impact de notre profil de fondation à l'heure actuelle.

Pascale Vonmont, directrice de Gebert Rüt Stiftung: Le profil de Gebert Rüt Stiftung agit comme une plateforme supplémentaire en plus de notre site web avec des informations de base plus détaillées. Ainsi, davantage de partenaires peuvent nous trouver.

Quels sont les avantages immédiats et à long terme du profil ?

Pascale Vonmont: Nous devons être vus et trouvés, notre profil, en tant que canal de grande portée, augmente la visibilité pour de nouveaux partenaires et projets. A long terme, c'est un avantage pour la stratégie de réseau et de coopération de Gebert Rüt Stiftung.

Fleur Jaccard: A moyen terme, un profil de fondation accrocheur conduit à des demandes plus ciblées et favorise la constitution de réseaux. Il facilite la recherche proverbiale et la découverte d'une aiguille dans une botte de foin. Nous donnons ainsi un signal de transparence dans le secteur de la philanthropie.



Pascale Vonmont
Gebert Rüt Stiftung



Fleur Jaccard
Age-Stiftung

Gebert Rüt Stiftung: la fondation soutient les innovations dans les domaines de la formation, de la science et de la technologie au profit de l'économie et de la société suisses.

Age-Stiftung: la fondation donatrice se concentre sur une retraite moderne et avantageuse et s'engage pour que les personnes âgées soient autonomes et intégrées dans la société jusqu'à la fin de leur vie.

Quels ont été les défis rencontrés lors du processus de création du profil, quels sont ceux rencontrés lors de l'utilisation du profil ?

Fleur Jaccard: Le défi peut se résumer à la maxime 'keep it smart and simple'. Bien sûr, la page de profil est d'abord 'une page de plus' qui doit être remplie et entretenue. Mais l'effort est limité et unique en son genre. Le remplissage des données est simple et efficace grâce à une interface intuitive. Et heureusement, les fondations ne changent pas d'orientation stratégique et de pratique de soutien tous les ans. Ainsi, seules quelques informations doivent être mises à jour régulièrement. La recherche de fondations comme partenaires de réseau s'est clairement simplifiée grâce au répertoire des fondations. Il fonctionne parfaitement.

Quelle a été l'importance du changement de perspective, de l'organisation donatrice à la « personne en quête d'informations » ?

Pascale Vonmont: Pour nous, le changement de perspective est pertinent pour trouver les meilleurs thèmes et projets. Le scouting a toujours été un élément essentiel de notre stratégie, que nous vivons activement au sein de Gebert Rüt Stiftung.

Fleur Jaccard: Si nous négligeons la perspective extérieure, nous générons des charges administratives inutiles - d'abord pour les personnes à la recherche de fonds et finalement aussi pour nous, les fondations, par exemple dans l'examen des demandes qui ne correspondent pas au profil. Avec son profil, StiftungSchweiz pose exactement les bonnes questions, qui nous aident à trouver des partenaires adéquats.

Comment ce changement de perspective a-t-il influencé votre communication externe ?

Pascale Vonmont: La plateforme est un complément essentiel de notre communication externe. Le profil de Gebert Rüt Stiftung nous permet de rencontrer des partenaires pertinents et d'échanger avec eux. Mais aussi d'être découvert par de nouveaux partenaires de projet.

Y avait-il des craintes que des informations additionnelles entraînent des demandes supplémentaires ?

Fleur Jaccard: Au contraire. Nous pensons qu'une communication claire est bénéfique, tant pour les partenaires de la fondation que pour les partenaires de projet. Et enfin, avec le profil de la fondation, nous dirigeons les demandeurs vers notre site web. Nous faisons ainsi d'une pierre deux coups.

Comment votre profil a-t-il contribué à mieux atteindre votre groupe cible ?

Pascale Vonmont: Notre profil de fondation y a contribué de manière déterminante. Il a permis d'élargir notre portée au-delà de nos propres canaux et d'accroître ainsi la transparence de notre stratégie de soutien.

Comment vous assurez-vous que le profil créé reste toujours actuel et pertinent ?

Pascale Vonmont: Nous prévoyons des mises à jour régulières au cours de l'année. Nous veillons ainsi à ce que notre profil soit toujours à jour, sans mesures ad hoc ni oublis de modifications. Cela fonctionne d'ailleurs très bien avec une information complète, le badge rouge n'a pas été un problème pour nous.

Fleur Jaccard: Nous actualisons les informations lorsque cela est nécessaire. Comme nous l'avons mentionné, l'orientation stratégique des fondations ne change pas souvent, l'effort est donc limité.

Comment le profil a-t-il favorisé la collaboration, la mise en réseau et les synergies avec d'autres acteurs ?

Fleur Jaccard: Le profil sur stiftungschweiz.ch reflète également les réseaux digitaux dans lesquels nous sommes actifs en tant que Age-Stiftung. L'organisation des groupes de travail de SwissFoundations s'en trouve énormément simplifiée. En complément des rencontres analogiques, la mise en réseau et la coordination sont renforcées et les connaissances peuvent être partagées rapidement et efficacement.

Pascale Vonmont: Gebert Rüt Stiftung a également profité de la simplification et donc de l'augmentation des échanges au sein des réseaux de SwissFoundations. Mais jusqu'à présent, peu de contacts ont été établis en dehors de notre 'bulle', c'est-à-dire au-delà de la plateforme.

Quels retours avez-vous reçus de la part de demandeurs potentiels ou d'organisations partenaires concernant votre profil ?

Fleur Jaccard: Le fait est que notre profil de fondation apparaît en deuxième position après notre propre site web lors d'une recherche sur Google. Le profil de la fondation et le site web de Age-Stiftung forment donc un duo de choc. Les personnes à la recherche d'informations obtiennent ainsi rapidement ce dont elles ont besoin, et nous profitons de demandes plus substantielles et de nouvelles possibilités de coopération.

Quels sont les objectifs à long terme de votre profil ?

Pascale Vonmont: Notre objectif est d'attirer de nouveaux projets et de mettre en réseau les partenaires existants. Nous sommes convaincus que c'est ainsi que nous pourrions renforcer l'orientation stratégique de Gebert Rüt Stiftung à long terme.

Mise en œuvre

La configuration des profils varie en fonction de l'organisation ou du projet et se déroule en différentes étapes. Les organisations peuvent ensuite utiliser la fonction de recherche avec des objectifs de recherche individuels.

Profil d'organisation

Les utilisateurs peuvent faire appel à une organisation existante (en général une fondation) ou saisir une nouvelle organisation (en général une association) dans le système. L'organisation remplit le profil de l'organisation avec des contenus pertinents et l'envoie à l'équipe de StiftungSchweiz pour vérification. Une fois la vérification effectuée avec succès, le profil est publié.

Profil de projet

Les organisations créent un nouveau profil de projet, le remplissent avec les informations pertinentes et le publient. Les organisations exonérées d'impôts (à partir de l'accès Starter) ont la possibilité de publier leur profil de projet et leur profil d'organisation sur la plateforme de dons de StiftungSchweiz.

Recherche

Une fois le profil publié, les utilisateurs peuvent définir un objectif de recherche. La recherche s'effectue soit par une recherche par texte, soit par différents filtres, soit par une combinaison des deux possibilités de recherche. Les résultats de la recherche sont analysés en fonction de l'objectif de la recherche. Les utilisateurs peuvent enregistrer et sauvegarder les résultats de recherche pertinents dans une liste, les éditer de manière collaborative et les exporter.

Rôles et responsabilités

Lors de la création et de la mise à jour des profils, les responsabilités varient en fonction de l'organisation d'utilité publique et de sa taille, avant que la recherche dans le répertoire des fondations puisse commencer.

Nonprofits

L'équipe de collecte de fonds ou de communication est responsable de la création et de la mise à jour du profil de l'organisation et du projet. La direction ou le conseil d'administration briefe l'équipe en conséquence ou participe activement dans les petites organisations à but non lucratif.

Fondations donatrices

La direction/l'équipe des relations publiques et de la communication ou les chefs de projet créent et gèrent le profil de l'organisation. Ici aussi, la direction ou le conseil d'administration briefe ou, dans les petites fondations, participe directement et activement.

Recherche

Les chefs de projet et les responsables de la collecte de fonds ou de la communication recherchent généralement des partenaires appropriés dans le répertoire des fondations.

Contact

Moritz Brunner, Directeur marketing digital, moritz.brunner@stiftungschweiz.ch