Swissfundraising Award 2025

Candidature pour le meilleur publipostage de l’année 2024/25

Le mailing direct reste l’un des outils de collecte de fonds les plus efficaces ! il incite à faire un don et son impact est considérable (en matière de notoriété et d’image de marque). Ce prix récompense **une pratique éthique et exemplaire[[1]](#footnote-1)**, **de bons résultats** ainsi que **l’effet positif sur la réputation de tout le secteur**. L’objectif principal de ce prix est de montrer qu’il est possible **de faire progresser l’usage du marketing direct** en mettant en valeur des campagnes exemplaires et des **bonnes** **pratiques** .

Afin de participer, il vous suffit de joindre à ce formulaire dûment rempli, un exemplaire de la campagne de publipostage et de l’envoyer par courrier à l’adresse suivante :

Swissfundraising, Rosenbergstrasse 85, 9000 Saint-Gall.

**Attention : toutes les informations et les réponses soumises sur ce formulaire seront traitées de manière strictement confidentielle.**

Personne / OBNL / agence qui présente la candidature

Saisir le texte ici

Nom de l’organisation proposée et coordonnées de la personne de contact

Saisir le texte ici

Personnes responsables de l’action (planification, conception, exécution)

Saisir le texte ici

Quel mailing de l’année 2024/25 présentez-vous ?(date limite d’envoi du mailing au 31 mars)

Saisir le texte ici

Indications sur le type de mailing (avec ou sans enveloppe, flyer, message personnel ou envoi de masse) ainsi que sur la distribution, **le texte, la mise en page, le format, les exemples de dons, les possibilités de paiement, le tirage**

Saisir le texte ici

Informations relatives aux coûts de conception, de mise en page, de rédaction, d’impression, de droits d’image, d’envoi, de rendement, de mesures d’accompagnement avec dépenses et portée (description) :

Saisir le texte ici

Le mailing incluait-il un cadeau promotionnel ? Si oui, décrivez-le et indiquez son coût.

Saisir le texte ici

Comment l’identité de votre organisation est-elle communiquée ?

Saisir le texte ici

Comment la transparence de vos objectifs est-elle assurée ?

Saisir le texte ici

Comment l’impact de votre travail est-il évalué et mesuré ?

Saisir le texte ici

Est-ce que votre travail est illustré par des chiffres éloquents et clairs ?

Saisir le texte ici

Comment expliquez-vous votre travail et le contexte de votre activité dans votre mailing ?

Saisir le texte ici

Abordez-vous les défis, les problèmes et les échecs en faisant preuve d’autocritique ?

Saisir le texte ici

Dans quelle mesure la communication reflète-t-elle fidèlement la réalité ou, plus concrètement, comment évitez-vous les exagérations ou les simplifications excessives ?

Saisir le texte ici

Avec quelle exactitude la communication reflète-t-elle la réalité des faits présentés ?

Saisir le texte ici

La dignité des personnes et/ou des animaux présentés est-elle respectée ? Les personnes concernées s’expriment-elles sur un pied d’égalité et parlent-elles en leur nom propre ?

Saisir le texte ici

Dans quelle mesure le langage utilisé est-il compréhensible voire adapté aux groupes cibles , c’est-à-dire sans l’utilisation de jargon ou de simplification excessive ?

Saisir le texte ici

Arrivez-vous à éviter les stéréotypes et la dramatisation superflue dans le choix des images et des textes ?

Saisir le texte ici

Est-ce que la communication présente une perspective à long terme pouvant conduire à une solution durable ou est-ce qu’elle se centre sur le problème, des solutions à court terme voire la lutte contre les symptômes ?

Saisir le texte ici

La communication établit-elle un lien avec le quotidien des personnes ? Explique-t-elle de manière concrète comment les destinataires peuvent s’engager ?

Saisir le texte ici

Quel est le taux de réponse du mailing ? Est-il supérieur aux attentes du marché (résultats observés 90 jours après l’envoi) ?

Saisir le texte ici

Quel est le montant moyen des dons récoltés grâce au mailing et est-il supérieur aux attentes du marché (résultats observés 90 jours après l’envoi) ?

Saisir le texte ici

Quel est le rendement net par unité de mailing et est-il supérieur aux attentes du marché (résultats observés 90 jours après l’envoi) ?

Saisir le texte ici

Dans quelle mesure considérez-vous que le caractère créatif, original et innovant du publipostage pourrait servir d’exemple ?

Saisir le texte ici

Comment évaluez-vous la durabilité écologique et sociale de la production et de la distribution (indiquez notamment le lieu et les conditions de production, l’empreinte carbone, le type de papier) ?

Saisir le texte ici

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Lieu, date Signature

Merci de nous envoyer votre candidature d’ici au mercredi 23 mai 2025. Veuillez envoyer le formulaire dûment rempli par e-mail à l’adresse info@swissfundraising.org.

Nous vous souhaitons une action couronnée de succès !

1. Les critères suivent les directives de Swissfundraising, les normes « Zewo » ainsi que les principes du Manifeste pour une communication responsable [↑](#footnote-ref-1)