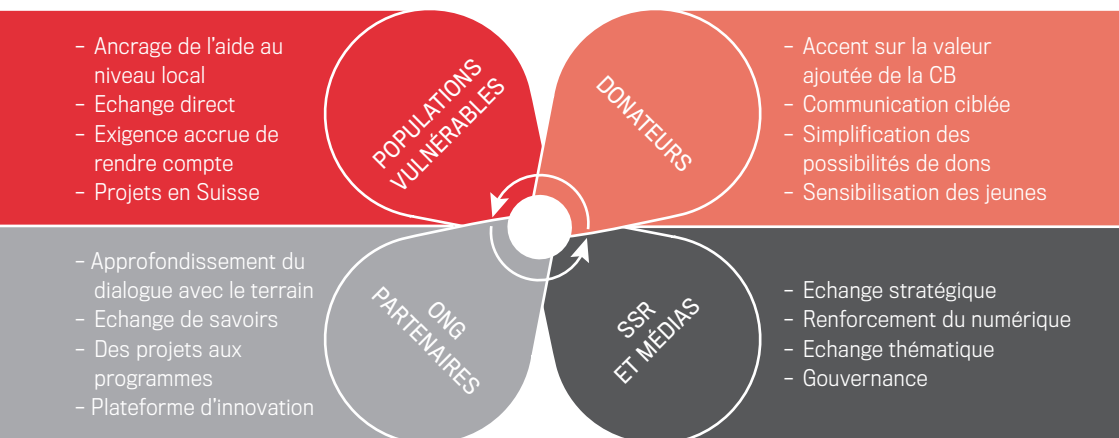


# ORIENTATION STRATÉGIQUE : « PLUS PROCHE »



## IMAGE DIRECTRICE

### MISSION

La Chaîne du Bonheur est un bailleur de fonds responsable. Elle assure que les dons qu'elle collecte sont engagés dans des projets humanitaires et sociaux de qualité mis en œuvre par ses partenaires pour répondre aux besoins des populations affectées par des catastrophes et des crises humanitaires à l'étranger comme en Suisse. Elle favorise le partage et la promotion des compétences et du savoir en matière humanitaire.

### VISION

La Chaîne du Bonheur est une Fondation professionnelle, visionnaire, innovante et pionnière, tenue en haute estime en Suisse et à l'étranger. Elle fédère l'élan de solidarité de la population des quatre régions de Suisse et le porte jusqu'aux personnes frappées par l'adversité.

### PRINCIPES

- Transparence
- Impartialité
- Indépendance
- Redevabilité
- Solidarité

# PLUS PROCHE DES POPULATIONS CONCERNÉES

La Chaîne du Bonheur entend suivre la voie tracée par le « Grand Bargain », pacte signé en 2016 lors du Sommet humanitaire d'Istanbul. Selon cet accord, les organisations suisses devront s'en remettre aux ONG locales dès que les conditions s'y prêteront. Les populations concernées seront davantage consultées dans le cadre de l'analyse des besoins et des évaluations car la Chaîne du Bonheur leur est redevable. Il est prévu de leur donner la parole dans la communication de la Fondation en tant que voix indépendante.

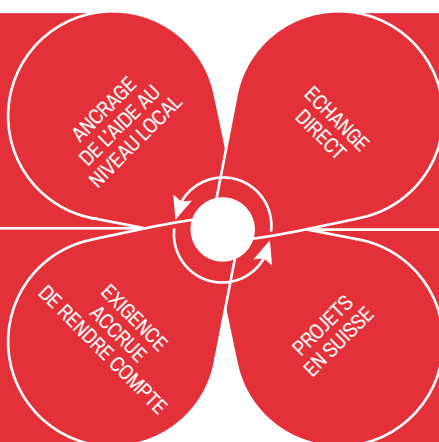
La crédibilité de la Chaîne du Bonheur se construit sur l'impact des dons sur le terrain. L'optimisation continue et la mesure de ce paramètre revêtent par conséquent une importance critique.

Conjointement avec ses partenaires, la Fondation aura de plus en plus recours aux évaluations en temps réel, afin de se faire une idée précise de l'efficacité des projets et des programmes dès le stade de la mise en œuvre et de prendre au besoin des mesures correctrices.

En Suisse, deux fonds de soutien sont déjà en activité, en faveur des jeunes en détresse et des réfugiés mineurs non accompagnés, et la création de dispositifs semblables est envisagée dans les domaines de la prévention de la pauvreté, de la formation et/ou de la prévention du surendettement. La direction à donner à l'aide sociale individuelle sera étudiée en détail.

- Importance des partenaires dotés d'un solide réseau international
- Ancrage des ONG locales

- Auto-évaluations
- Evaluations en temps réel
- Etudes d'impact



- Participation à l'élaboration des projets/programmes
- Intégration dans la communication
- Représentation au sein d'instances

- Réponse à des besoins croissants
- Projets spécifiques versus aide individuelle
- Présence dans la communication

# PLUS PROCHE DES DONATEURS

La Chaîne du Bonheur veut mettre davantage l'accent sur la valeur ajoutée qu'elle apporte aux donateurs. La collecte des dons n'occasionne quasiment aucun frais à la Chaîne du Bonheur grâce au soutien de la SSR. En outre, les donateurs ont la garantie que la Fondation ne collabore qu'avec des partenaires agréés, et qu'elle mène avec eux un travail d'évaluation et de contrôle des projets appuyé par des spécialistes. Ces informations doivent être présentées de manière attrayante et claire puis rendues accessibles aux donateurs par les canaux de communication adéquats. Les donateurs souhaitent être davantage associés aux étapes postérieures au don et voir que leur geste a aussi des effets à long terme.

La Fondation doit s'adresser aux groupes de donateurs de façon beaucoup plus différenciée et avec des moyens pertinents, dans sa démarche de démonstration de sa valeur ajoutée bien sûr, mais aussi dans le but de générer des dons ou de communiquer sur l'emploi des fonds recueillis.

Ce faisant, la Chaîne du Bonheur ambitionne de toucher davantage le jeune public pour le sensibiliser à l'aide humanitaire et à la tradition humanitaire de la Suisse, à travers des événements spécifiques tels que « Jeder Rappen zählt » ou « Cœur à Cœur ». La Suisse doit rester championne du monde des dons collectés à la suite de catastrophes humanitaires.

- Relations médias
- Nouveau site Internet
- Approche de groupes cibles spécifiques
- Publicité différenciée

COMMUNICATION  
CIBLÉE

ACCENT SUR  
LA VALEUR  
AJOUTÉE

- Assurance qualité de la CB
- Transparence
- La Suisse, nation solidaire

- Événements axés sur les jeunes (JRz et Cœur à Cœur)
- Mobilisation autour des collectes (entre pairs)
- Communication ciblée : dossiers pour enseignants, réseaux sociaux
- Projets pour l'enfance et la jeunesse

SENSIBILISATION  
DES JEUNES

SIMPLIFICATION  
DES POSSIBILITÉS  
DE DONNS

- Optimisation du référencement (SEO)
- Adaptation aux supports mobiles
- Entreprises et jeunes
- Dons durables : legs et fonds humanitaires

# PLUS PROCHE DES ONG PARTENAIRES

La Chaîne du Bonheur souhaite à l'avenir consolider sa présence sur le terrain et solliciter tant ses partenaires que les populations affectées par une catastrophe ou une crise afin d'identifier les méthodes et les moyens les plus adaptés pour garantir l'efficacité et l'efficience de l'aide. Grâce à ses relations avec les organisations d'entraide suisses actives localement, la Chaîne du Bonheur a accès à des savoirs étendus, qu'elle aspire à partager de façon plus systématique avec l'ensemble de ses partenaires.

L'adoption d'une approche programmatique sera l'un des pivots de la nouvelle stratégie. L'idée est qu'en cas de catastrophe majeure et d'appel aux dons suivi massivement, les organisations ne proposent non plus des projets isolés assortis d'activités relais échelonnées sur plusieurs années, mais un programme cohérent de relèvement global, incluant les aspects liés à l'eau, à l'agriculture et à la prévention.

Les organisations qui n'en auront pas les moyens pourront continuer de soumettre des projets. Au surplus, la Chaîne du Bonheur prévoit de faire appel plus souvent à des organisations spécialisées non accréditées qui offrent une réelle valeur ajoutée dans une région ou un domaine particulier.

A l'avenir, la création d'une plateforme d'innovation favorisera les échanges d'initiatives inédites touchant tous les secteurs des organisations (opérations, communication, levées de fonds, finances, etc.). Un fonds spécial destiné à des projets d'innovation sera mis en place.

- Analyses communes
- Evaluations en temps réel
- Communication conjointe

- Thèmes transversaux : opérations, communication, finances
- Présentations, échanges
- Fonds d'innovation



- Ateliers thématiques
- Suivi des évaluations
- Evénements partenaires

- Projets : ONG suisses et ponctuellement locales
- Programmes : ONG suisses spécialisées dans le relèvement
- « Grand Bargain » : présence prolongée, assise locale, simplification des formalités

# PLUS PROCHE DE LA SSR ET DES MÉDIAS

Le succès de la Chaîne du Bonheur est depuis toujours intimement lié à celui de la SSR, dont elle fait partie. Sans la SSR, la Chaîne du Bonheur n'existerait pas. Sans sa maison mère, la Fondation perdrait la valeur ajoutée qu'elle apporte à ses donateurs et à ses organisations partenaires suisses. Pour pérenniser ce succès, la Chaîne du Bonheur doit rester fidèle aux dispositifs qui ont fait leurs preuves, au premier rang desquels les fameuses journées nationales de solidarité. Et elle doit aussi, en même temps que la SSR, donner aux appels conjoints à la radio et à la télévision une assise numérique sur les réseaux sociaux.

Comme l'affirme la nouvelle mission définie par le Conseil de Fondation, la Chaîne du Bonheur « favorise le partage et la promotion des compétences et du savoir en matière humanitaire ». Elle se place ainsi en leader d'opinion reconnu de l'environnement humanitaire en Suisse.

Avec ses connaissances transversales, la Fondation dispose d'informations et d'analyses susceptibles d'intéresser fortement les médias. Une voix supplémentaire sur la scène humanitaire se traduira par une plus grande couverture médiatique de ce secteur.

Partie prenante de premier plan, la SSR occupe de son côté un rôle majeur dans la gouvernance de la Chaîne du Bonheur. Soucieuse d'assumer pleinement ses responsabilités, elle va remodeler la gouvernance de la Fondation, restée inchangée depuis la création de celle-ci en 1983, dans le but de consolider l'indépendance de cette entité et de la moderniser.

- Positionnement comme bras humanitaire de la SSR
- Diversification des canaux de communication
- Tendances / Etudes d'économie comportementale

- Défis humanitaires
- Défis pour les fondations et les ONG
- Impact de l'aide
- La Suisse solidaire (joie de donner / dons)

ECHANGE STRATEGIQUE (DG)

REINFORCEMENT DU NUMERIQUE

ECHANGE THEMATIQUE

GOUVERNANCE (CONSEIL DE FONDATION)

- Collectes via canaux numériques
- Journées nationales de solidarité sur les ondes (radio, TV) et sur les réseaux sociaux
- Participation des voix emblématiques
- Voyages de presse / Elaboration de comptes rendus pour les médias

- Présidence de la CB (SSR)
- Diversification des représentants dans les instances
- Dépendance et indépendance
- Placements financiers durables et socialement responsables