



*Campagnes de collecte digitale de fin d'année  
2024/2025/2026*

**Consultation commerciale  
pour une prestation d'accompagnement  
stratégique, opérationnel et promotionnel en  
fundraising digital**

*Date de publication : 20/03/2024*

*Réponse souhaitée : 17/05/2024*

*Appel d'offres n° :*

*A0/OFR-ECL/2024-001*

---

## **PARTIE 1 : INSTRUCTIONS AUX SOUMISSIONNAIRES**

---

### **1. Contexte**

*Oxfam France est membre de la confédération Oxfam, une organisation internationale de développement qui mobilise le pouvoir citoyen contre la pauvreté. Nous travaillons dans plus de 85 pays afin de trouver des solutions durables pour mettre fin aux injustices qui engendrent la pauvreté. En France, Oxfam mène depuis 30 ans des campagnes de mobilisation citoyenne et de pression sur les décideurs politiques. Elle contribue également aux actions humanitaires d'urgence et aux projets de développement du réseau, en collaboration avec des partenaires locaux et des alliés dans le monde entier.*

*En France, la mobilisation et le plaidoyer citoyen sont notre principal mode d'action et notre plus-value dans l'écosystème des ONG. Pour Oxfam France, il faut changer les règles du jeu pour agir sur les causes structurelles, profondes, des inégalités et de la pauvreté. Nous faisons du plaidoyer citoyen en direction des décideurs politiques (députés, sénateurs, gouvernement) et économiques (entreprises) sur les thématiques suivantes :*

- *La justice fiscale et les inégalités,*
- *La sécurité alimentaire et les changements climatiques,*
- *Les inégalités femmes-hommes,*
- *Le financement des services publics essentiels dans le monde (santé, éducation, protection sociale) et l'aide publique au développement,*
- *L'action humanitaire et les droits des personnes en situation de crise.*

*Informé, sensibilisé et mobilisé les citoyens permet d'augmenter la pression sur les responsables politiques et économiques, participe à la prise de conscience collective et permet des changements sociétaux profonds et durables.*

*Oxfam France, c'est 48 salarié.e.s, un peu plus de 500 bénévoles (répartis dans 14 groupes locaux), 6 magasins solidaires de seconde main, des événements sportifs et solidaires chaque année, et un budget de 11,6 millions d'euros en 2022-23.*

### **2. Objectif de la consultation commerciale**

*Oxfam France lance une consultation commerciale afin de solliciter des offres compétitives pour la mise en place d'un appui stratégique, opérationnel et/ou promotionnel en vue du lancement de ses trois prochaines campagnes de collecte digitale de fin d'année, en 2024, 2025 et 2026.*

### **3. Documents de la consultation commerciale**

*La présente consultation commerciale comprend les éléments suivants :*

1. *Le présent cahier des charges*
2. *Annexe 1 : Charte de Déontologie des organisations sociales et humanitaires (document PDF joint à ce cahier des charges)*
3. *Annexe 2 : Questionnaire Fournisseur*
4. *Annexe 3 : Informations sur les campagnes d'Oxfam France en 2023*
5. *Annexe 4 : Présentation des deux dernières campagnes de collecte de fin d'année (2022 – 2023)*
6. *Annexe 5 : Charte graphique d'Oxfam (document PDF joint à ce cahier des charges)*
7. *Annexe 6 : Historique des résultats sur la collecte digitale d'Oxfam France 2018 à 2023.*

#### 4. Remise des offres

La présente consultation est ouverte jusqu'au 17/05/2024 à midi (12h), date limite de remise des réponses par les Soumissionnaires.

Les réponses seront envoyées :

- Soit en version électronique par email à l'adresse [consultations@oxfamfrance.org](mailto:consultations@oxfamfrance.org). La référence de l'appel d'offre (A0/0FR-ECL/2024-001) devra figurer dans l'objet du mail.
- Soit par voie postale, sous enveloppe scellée, à l'adresse suivante. La référence de l'appel d'offre (A0/0FR-ECL/2024-001) devra figurer sur l'enveloppe.

OXFAM France

À l'attention de Jérémy Maurin

62 bis avenue Parmentier

75 011 PARIS

Les réponses incluront, au minimum :

1. Une offre technique détaillant la prestation, le dispositif proposé, les prévisions de collecte associées, ainsi que les ressources allouées à la mission (personnes impliquées sur le projet)
2. Si réponse au lot 1 : Une intention créative de la campagne (DA visuel clé / call-to-action)
3. Si réponse au lot 2 : Une proposition de ventilation par régie
4. Une offre financière pour le lot 1 et le lot 2 séparée, mentionnant les conditions tarifaires (ou à minima les conditions de réévaluation des tarifs pour 2025 et 2026)
5. L'Annexe 1 paraphée et signée par le Soumissionnaire
6. L'Annexe 2 : Questionnaire Fournisseur complété par le Soumissionnaire

#### 5. Réponses aux lots

La présente consultation comporte 2 (deux) lots distincts et non dépendants en termes de réponse commerciale et d'accompagnement opérationnel (les lots sont présentés en partie 2 de ces documents de consultation), les Soumissionnaires peuvent ainsi répondre à 1 (un) seul lot ou aux 2 (deux) dans leur réponse.

#### 6. Interlocuteurs et clarifications

- Jérémy MAURIN ([jmaurin@oxfamfrance.org](mailto:jmaurin@oxfamfrance.org)) - Responsable de la collecte de fonds
- Ipek KESKIN ([ikeskin@oxfamfrance.org](mailto:ikeskin@oxfamfrance.org)) – Responsable marketing digital
- Angèle Fert ([afert@oxfamfrance.org](mailto:afert@oxfamfrance.org)) - Chargée de marketing digital

Les Soumissionnaires peuvent adresser leurs questions par écrit jusqu'au 03/05/2024, pour une réponse dans les 2 (deux) jours ouvrés.

Les réponses pourront être transmises à l'ensemble des candidats de façon à garantir une égalité de traitement.

#### 7. Période de validité

Les Soumissionnaires s'engagent à soumettre une offre qui restera valide pour une période de quatre (4) mois minimum à compter de la date limite de réponse pour la campagne 2024.

## 8. Devise

*Les offres devront être présentées en euros toutes taxes comprises.*

## 9. Condition de la collaboration sur la durée de la l'accompagnement

*Le Soumissionnaire retenu sera automatiquement sélectionné pour la mise en œuvre des campagnes de collecte digitale de fin d'année 2025 et 2026, sous réserve que les livrables aient été respectés sur la campagne 2024, et que la collaboration se soit passée dans de bonnes conditions. Nous n'attendons pas de livrable pour les campagnes 2025 et 2026 dans la réponse, simplement une estimation de planning de travail permettant de tirer les enseignements de la campagne 2024 et de construire les campagnes 2025 et 2026 de manière partenariale. A périmètre de prestation égal, le tarif proposé par le Soumissionnaire pour 2024 devra rester valable pour 2025 et 2026 (dans une limite de +/- 5%).*

## 10. Procédure de la consultation commerciale

*Oxfam France se réserve le droit de négocier, d'accepter ou de rejeter toute réponse ou cotation à son entière discrétion et de poursuivre le dialogue compétitif pour toute réponse qu'elle considère comme avantageuse. Oxfam France n'est pas tenue d'accepter les prix les plus bas ni aucune proposition. Aucune proposition ne pourra être modifiée une fois passée la date de clôture de la consultation.*

*Oxfam France se réserve le droit d'établir une liste de fournisseurs présélectionnés, basée sur les critères annoncés dans le paragraphe 11 du présent document. Des discussions plus poussées ainsi qu'un dialogue compétitif pourront ensuite être menés avec les fournisseurs présélectionnés dans le cadre de présentations orales qui auront lieu du 03/06/2024 au 14/06/2024.*

## 11. Coûts de préparation et Propriété des offres

*Oxfam France détient la propriété de toutes les offres reçues dans le cadre de cette consultation.*

*Aucun des frais engagés par le Soumissionnaire pour préparer et soumettre son offre n'est remboursable.*

## 12. Critères de sélection

*Le Contrat sera attribué à l'offre qui sera à la fois conforme techniquement et administrativement et sera la plus avantageuse sur le plan économique, si l'on tient compte de la qualité des services offerts.*

- *Les offres seront évaluées selon les critères énumérés ci-dessous :*
- *Respect des termes et conditions d'Oxfam France,*
- *Qualité de la proposition créative et/ou promotionnel, en cohérence avec la charte d'Oxfam et les campagnes d'Oxfam France jusqu'en fin d'année 2023,*
- *Dispositif proposé (pertinence du planning, des ressources allouées, du dispositif, prévisions de collecte associées),*
- *Intégration de la proposition à l'écosystème digital existant d'Oxfam France,*
- *Prix des prestations (si possible, soumettre une offre à tiroirs, avec possibilité d'activer certaines options),*
- *Services proposés par le Soumissionnaire,*
- *Force de proposition du Soumissionnaire,*
- *Expérience du Soumissionnaire.*

*Tous les Soumissionnaires seront informés de la suite donnée à leur offre.*

### 13. Annulation de la consultation commerciale

*En cas d'annulation de la consultation, les Soumissionnaires en seront informés par Oxfam France.*

*Une annulation peut se produire quand :*

- *La consultation a été infructueuse, à savoir quand aucune offre valide ou financièrement viable n'est reçue, voire aucune réponse du tout ;*
- *Les paramètres économiques ou techniques du projet ont été fondamentalement modifiés ;*
- *Des circonstances exceptionnelles ou un cas de force majeure rendent impossible l'exécution normale du projet ;*
- *Toutes les offres techniquement conformes dépassent le budget disponible ;*
- *Des irrégularités se sont produites dans la procédure, en particulier lorsque celles-ci ont empêché une concurrence loyale.*

**Oxfam France ne pourra en aucun cas être passible de dommages et intérêts, de quelque nature qu'ils soient (en particulier les dommages et intérêts pour perte de profits en cas d'annulation de la consultation commerciale), même si Oxfam France a été prévenu de la possibilité de dommages et intérêts.**

---

## **PARTIE 2 : SPÉCIFICATIONS TECHNIQUES ET COMMERCIALES**

---

### **14. Définition du besoin**

*Par cet appui stratégique, opérationnel et/ou promotionnel, Oxfam France vise à :*

- *Renforcer sa stratégie de collecte digitale et profiter de la période de fin d'année pour collecter,*
- *Accroître sa visibilité durant la période de fin d'année sur les supports digitaux,*
- *Recruter de nouveaux donateurs,*
- *Fidéliser sa base de donateurs existants,*
- *Convertir au don sa base de supporters existants.*

*Publics cibles :*

- 1/ Les donateurs actifs d'Oxfam France (82 000 donateurs 0-24 mois, dont 37 000 en prélèvement automatique mensuel),*
- 2/ Les supporters d'Oxfam France (326 000 contacts email opt'in – en février 2024),*
- 3/ Les prospects adhérant à la cause et la vision d'Oxfam pour défendre un monde plus juste, et souhaitant bénéficier de la réduction fiscale en faisant un don de fin d'année.*

### **15. Détails de la prestation**

*Le Soumissionnaire s'engage à mettre en place un dispositif digital de campagne pour :*

- *Recruter des Nouveaux Donateurs pour le compte d'Oxfam France, en lui offrant de la visibilité, afin qu'ils soutiennent financièrement l'Association au moyen de dons ponctuels ou de prélèvements automatiques mensuels.*
- *Fidéliser la base de donateurs et convertir les sympathisants d'Oxfam France en donateurs, via l'envoi d'emails.*

*Les prestations attendues se divisent en deux lots distincts :*

- **Lot 1 : Vision stratégique et mise en œuvre créative des campagnes**
  - o *Un accompagnement stratégique, technique et opérationnel sur la mise en place, le développement et le suivi des campagnes,*
  - o *Le développement d'un concept de campagne annuel (key visuel de campagne à présenter dans le dossier de réponse),*
  - o *La création d'une landing page de campagne mobile first (60% de consultation mobile sur la campagne 2023),*
  - o *La création d'une vidéo de campagne (intégrée sur la LP, et utilisable pour les achats médias et diffusions sur les réseaux sociaux), format 1 min max.*
  - o *Le développement d'une pré-home avec décompte en temps réel (création graphique, intégration html),*
  - o *La création d'assets créatifs pour les achats médias (détails techniques dépendant des régis),*
  - o *La création d'assets créatifs annexes : pour la promotion en interne de la campagne, pour la promotion organique de la campagne (site web institutionnel, formulaire de don, réseaux sociaux),*
  - o *Le planning et le séquençage des emails ainsi que la création de plusieurs templates emails (afin de varier et augmenter le taux de clics), la rédaction des emails n'étant pas incluse et restant à la charge d'Oxfam France,*
  - o *Une réflexion sur les donateurs réguliers actifs (quelle offre leur proposer ?), sachant qu'ils donnent peu sur la fin d'année,*
  - o *Un accompagnement technique sur le suivi et le tracking du trafic de la Landing Page et de la provenance des dons.*
  - o *Le bilan de fin de campagne, avec les résultats, les enseignements à retenir, ainsi que des recommandations.*

- **Lot 2 : Gestion technique et opérationnelle des achats médias pour les campagnes**

- *Un accompagnement stratégique, technique et opérationnel sur la mise en place, le développement et le suivi de la promotion des campagnes sur le digital (SEA, SMO, Display, Stream Ads, etc.), adapté à la campagne annuelle,*
- *Un planning de ventilation des achats médias sur la période de la campagne,*
- *La rédaction des annonces,*
- *La mise à disposition d'un cahier des charges précis sur les besoins techniques en terme de tracking et d'assets créatifs,*
- *La gestion complète des promotions liés aux campagnes de collecte de fin d'année en fonction du budget prédéfini,*
- *Le bilan de fin de campagne sur la partie achat média, avec les résultats, les enseignements à retenir, ainsi que des recommandations.*

*Le Soumissionnaire s'engage à transmettre un bilan de fin de campagne sous trente (30) jours calendaires suivants le terme de la Campagne, présentant les résultats obtenus et une analyse détaillée des performances de la Campagne, et notamment :*

- *Le nombre de dons enregistrés sur la période, par canal, et par cible,*
- *Le don moyen,*
- *Une analyse du ROI revue et ajustée,*
- *Si lot 1 : Une analyse des performances des emails, par segment,*
- *Si lot 2 : Une analyse des performances des achats médias par régies et supports,*
- *Des pistes d'amélioration pour les prochaines campagnes, notamment pour les campagnes 2025 et 2026 qui seront mise en œuvre par le Soumissionnaire retenu.*

## **Points d'attention :**

**La thématique de la campagne de collecte devra obligatoirement s'inscrire logiquement dans notre narratif de campagne 2024 (voir annexe 3), très orienté climat et inégalités sur la période octobre à décembre.**

*La campagne de collecte devra obligatoirement relier l'action d'Oxfam sur le plan humanitaire à nos actions de plaidoyer sur le sujet, afin de pouvoir justifier la collecte de fonds non dédiés, avec des messages clés qui permettent de faire comprendre le lien entre tous les combats d'Oxfam France, qui permettent de traduire une nouvelle vision du monde, de manière intelligible, attrayante et inspirante pour susciter l'adhésion.*

**Un ton positif, constructif mais ambitieux.** « Être pour » ; mettre en avant les solutions plus que les problèmes, mettre en avant la vision de ce qu'ensemble, nous défendons. En pleine crise, donner quelque chose vers lequel se projeter, et non pas seulement « contre » quelque chose.

## **16. Planning**

*Le calendrier souhaité pour la mise en place de cette campagne de fin d'année est le suivant :*

- *20/03/2024 : Ouverture de l'appel d'offres*
- *17/05/2024 : Clôture de remise des offres par les Soumissionnaires*
- *Du 20/05/2024 au 31/05/2024 : Évaluation des offres écrites des Soumissionnaires*
- *31/05/2024 : Communication des Soumissionnaires présélectionné*
- *Du 03/06/2024 au 14/06/2024 : Présentations orales des Soumissionnaires présélectionné (1h30).*
- *21/06/2024 : Sélection du Soumissionnaire final*
- *À partir du 11/11/2024 : démarrage de la campagne*
- *01/01/2025 : fin de la campagne*
- *Semaines du 23/01/2025 ou 30/01/2025 : bilan de la campagne*

*Ce planning peut être amené à évoluer.*

## 17. Moyens pour la mise en place de la campagne

### Moyens matériels

*Oxfam France s'engage à mettre à la disposition du Soumissionnaire pour la mise en œuvre de la campagne :*

- les visuels nécessaires à la bonne exécution de la campagne, via sa plateforme internationale Inuru, où de nombreuses photos, vidéos et témoignages sont disponibles en téléchargement (les accès vous seront donnés sur demande une fois votre confirmation de réponse à cette consultation enregistrée),*
- sa plateforme de dons en ligne via Iraisier,*
- son outil d'envoi d'emails Hubspot,*
- sa plateforme de pétition en ligne (si le dispositif prévoit une telle action).*

### Moyens immatériels

*Oxfam France s'engage à assurer une permanence téléphonique pour informer et répondre aux questions des personnes sollicitées, du lundi au vendredi de 9h à 13h et de 14h à 16h.*

## 18. Conditions financières

### Rémunération du Soumissionnaire

*En contrepartie de l'exécution de la mission, Oxfam France versera au Soumissionnaire une rémunération fixée pour chaque étape de la campagne de collecte.*

*L'offre devra détailler l'ensemble des prestations proposées pour la mission. La rémunération totale pour l'ensemble de la mission ne pourra dépasser :*

- 40 000 € TTC pour le **lot 1***
- 15 000 € TTC pour le **lot 2***

○ *Oxfam France prévoit un budget d'investissements média digitaux sur la période de 15 000 € TTC correspondant au montant d'ordre d'insertion incluant les achats média, les honoraires et les frais de mise en place technique des promos. Les ordres d'insertion média seront gérés via les comptes publicitaires Meta, Google et Bing Ads d'Oxfam France. Le soumissionnaire doit présenter séparément le montant des achats média, des honoraires et des frais techniques de mise en place des promotions dans sa réponse, en respectant le budget total de 15 000 € TTC .*

### Facturation et modalités de règlement

*Toute facture devra être accompagnée d'un justificatif indiquant le détail des prestations pour lesquelles la facturation a été établie. A défaut, il ne sera procédé à aucun règlement.*

*Toute facture sera réglée par virement bancaire, à 30 (trente) jours fin de mois suivant l'émission de la facture par le Soumissionnaire.*

## 19. Conditions légales, confidentialité, éthique

### Ethique

*Oxfam France est membre du Comité de la Charte de Déontologie des organisations sociales et humanitaires faisant appel à la générosité du public. Le soumissionnaire déclare avoir pris connaissance de cette Charte*

*et de ses textes d'application dont en particulier ceux afférents à la collecte, figurant en Annexe 2 et s'engage à la respecter.*

*Le Soumissionnaire s'engage et se porte fort de toute utilisation éthique et responsable de l'image d'Oxfam France pour ses préposés et sous-traitants. Il s'interdit ainsi notamment de nuire ou de porter atteinte à l'image d'Oxfam France, notamment par une utilisation détournée de son logotype à fins d'escroquerie ou tout autre acte de malversation.*

*Toute violation par le Soumissionnaire entraînerait la résiliation de plein droit du Contrat, sans préavis ni indemnité, sans préjudice des dommages et intérêts auxquels Oxfam France pourra prétendre. Le Soumissionnaire supportera seul les conséquences financières de cette violation.*

### **Législation du travail**

*Le Soumissionnaire garantit à Oxfam France que l'ensemble des personnes auxquelles il fait appel dans le cadre de l'exécution de la présente mission ont un lien contractuel avec lui (contrat de prestation ou contrat de travail) conforme à la réalité de leur situation et des dispositions légales applicables, notamment au regard du droit du travail pour les salariés.*

*Le Soumissionnaire s'engage à respecter le droit social. La responsabilité d'Oxfam France ne pourra être recherchée en cas de manquement par le Soumissionnaire à la législation du travail.*

### **Fraude, malversations et autres crimes ou délits**

*Le Soumissionnaire est civilement et pénalement responsable de toutes fraudes, malversations et autres crimes ou délits commis par lui ou ses employés pendant l'exécution de la mission. Il assume seul la charge des frais et dépenses engagés en cas de poursuite pour lesdits crimes ou délits.*

### **Assurance**

*Le Soumissionnaire s'engage à souscrire et maintenir en état de validité, pendant toute la durée de la prestation, une police d'assurance couvrant sa responsabilité civile et professionnelle. En cas de défaillance dans l'accomplissement de cette formalité, le Soumissionnaire supportera seul les conséquences financières de ce manquement.*

*Sur simple demande d'Oxfam France, le Soumissionnaire devra adresser les attestations d'assurance responsabilité civile (générale et/ou professionnelle) datant de moins de six (6) mois.*

### **Confidentialité**

*Chaque Partie s'engage à respecter la plus stricte confidentialité des informations dont elle aura connaissance (« information confidentielle »), par quelque moyen que ce soit, dans le cadre de cette consultation, et notamment les connaissances antérieures appartenant à l'autre Partie.*

*La Partie destinataire d'une information confidentielle s'interdit de publier ou divulguer l'information confidentielle à un tiers.*

*Chaque Partie s'engage à prendre toutes les mesures utiles pour faire respecter la présente obligation de confidentialité par son personnel et ses éventuels sous-traitants. Elle prend, en outre, toutes dispositions pratiques pour assurer la protection physique de ces informations, notamment lors de leur archivage.*

*Les obligations résultant du présent article ne s'appliquent pas si la Partie destinataire de l'information apporte la preuve que :*

⇒ *l'information, au moment de sa communication, était déjà accessible au public ou a été rendue publique d'une autre façon que par la violation d'un engagement repris dans la présente clause de confidentialité ;*

⇒ *l'information a été légalement portée à la connaissance d'un tiers par une source autre que la Partie destinataire de l'information ;*

⇒ *La divulgation des informations est exigée par la loi, une décision de justice ou une autorité publique, de quelque nature que ce soit.*

*L'obligation de confidentialité telle que décrite ci-dessus reste en vigueur pendant toute la durée de l'appel d'offres et subsistera durant les cinq (5) années suivantes.*

---

## ANNEXE 2 : QUESTIONNAIRE FOURNISSEUR

---

Raison Sociale :

Adresse :

Contact commercial (nom et titre) :

Coordonnées :

1 - Nom et adresse du Siège social (si différent) :

2 - Le fournisseur fait-il partie d'un groupe ?  
Veuillez détailler le lien qui existe (siège / filiale)

3 - Quand la société (et le siège) a-t-elle été fondée ?

4 - Services offerts par le fournisseur (si autres activités) :

5 - Merci de remplir le tableau suivant, et éventuellement nous fournir vos bilans des 3 dernières années :

	2022	2021	2019
Chiffre d'affaires			
Résultat net après impôts			
Effectifs (merci de détailler CDI, CDD, interims, autres)			

6 - Le fournisseur travaille-t-il pour une autre organisation (ONU/ONG ou secteur privé) ?  
Veuillez joindre la liste de clients.

7 - Veuillez citer au moins 3 Références de Clients : soit des clients dans le secteur humanitaire, soit des clients ayant eu recours au même type de produits/services.  
Présentez brièvement le client, les services fournis, la période.  
Veuillez fournir les coordonnées de ces clients afin qu'Oxfam France puisse éventuellement les contacter.

8 - Le fournisseur a-t-il :

- Un Kbis
- Une copie de la police d'assurance du fournisseur (responsabilité civile au minimum)
- Une politique d'Assurance Qualité ?
- une Certification Nationale de qualité (NF...)?
- une Certification Internationale de qualité (ISO...)?

**Veuillez svp fournir la copie de ces documents.**

---

## **ANNEXE 3 : BRIEF SUR LES CAMPAGNES D'OXFAM FRANCE EN 2023**

---

### **Mars 2023 : Le mois des actions féministes**

Notre nouveau rapport sur [territoires féministes](#) début mars. Il y a un an, nous passions au crible les politiques menées par le gouvernement d'Emmanuel Macron en matière d'égalité femmes-hommes avec un verdict sans appel : les résultats sont largement insuffisants. Cette année et à l'occasion de la Journée internationale des droits des femmes, nous avons choisi de mettre en avant des initiatives féministes et innovantes prises par les collectivités locales qui, de plus en plus, jouent un rôle déterminant pour l'égalité femmes-hommes.

A l'occasion du Salon de l'agriculture, notre nouveau rapport « [Agriculture : les inégalités sont dans le pré](#) » fait la lumière sur l'ampleur des inégalités de genre dans le monde agricole. Et alors que le secteur est à l'avant-garde des effets du changement climatique, la place des femmes dans l'agriculture apparaît plus que jamais comme primordiale. Dans l'agriculture, les femmes font face à des inégalités multiples. Des inégalités de revenu tout d'abord : les agricultrices gagnent en moyenne 29 % de moins que les hommes.

Avec ce nouveau rapport, nous expliquons que les femmes sont indispensables et motrices pour réussir cette transition écologique. Aujourd'hui, elles sont par exemple surreprésentées en tant que cheffes d'exploitation bio.

Notre rapport : <https://www.oxfamfrance.org/rapports/agriculture-les-inegalites-sont-dans-le-pre/>

### **Avril 2023 : Famine dans la Corne de l'Afrique et au Sahel et la crise du changement climatique**

Les changements climatiques tuent déjà, chaque jour. Cette réalité, c'est celle des régions du Sahel et de la Corne de l'Afrique qui depuis des années font face à l'accumulation des crises et des conflits. La situation humanitaire y est particulièrement alarmante. Au Sahel central, plus de 7 millions de personnes auront besoin d'assistance alimentaire en 2023. Dans la Corne de l'Afrique, c'est 1 personne qui meurt de faim toutes les 36 secondes en Ethiopie, au Kenya et en Somalie. Cette crise humanitaire est aujourd'hui la pire au monde et pourtant, elle reste invisible dans les médias et la solidarité internationale reste bien trop faible. Nous avons ainsi voulu remettre sur le devant de la scène cette crise peu médiatisée.

Action sur le terrain :

- En 2022, Oxfam est venu en aide à plus de 651 000 personnes en travaillant en particulier avec des partenaires locaux pour aider des centaines de milliers de personnes à sauver leur vie en Éthiopie, au Kenya, en Somalie et au Soudan du Sud. Oxfam fournit de l'eau potable et une aide financière rapide et flexible en liquide aux populations concernées. Ces actions d'urgence sont associées à un soutien à plus long terme pour aider les communautés à être plus résilientes face aux changements climatiques.

- En Somalie, Oxfam a pour objectif d'atteindre 420 000 personnes cette année en leur apportant une aide vitale dans les domaines de l'eau, de l'assainissement et de la santé, notamment en forant des puits dans les zones où l'eau est incertaine, en distribuant des kits d'hygiène, en fournissant de l'assistance alimentaire, du matériel pour aider à protéger les communautés contre les maladies d'origine hydrique, en distribuant de l'argent, des semences et des outils, et en formant les agriculteurs à la culture en serre à petite échelle. Oxfam France intervient particulièrement dans les domaines du genre et de l'éducation.

### **Mai 2023 : Nouveau rapport pour les inégalités salariales et nos actions pour stopper les nouveaux projets d'énergie fossile.**

*Nous avons mis en lumière les écarts de rémunération vertigineux au sein des 100 plus grandes entreprises françaises. En 10 ans, le partage des richesses créées par les entreprises a été de moins en moins favorable aux salarié-e-s, creusant notamment le fossé avec les PDG. Dans certaines entreprises, les inégalités explosent. C'est par exemple le cas de l'entreprise Stellantis (Peugeot, Citroën...) au sein de laquelle le PDG, Carlos Tavares, gagne-en 3h22 l'équivalent du salaire annuel moyen de son entreprise !*

Voici notre rapport :

<https://www.oxfamfrance.org/rapports/inegalites-salariales-aux-grandes-entreprises-les-gros-ecarts/>

*Le mois de mai s'est tenue l'Assemblée générale annuelle de BNP Paribas. La première depuis le lancement de notre action juridique contre la banque la plus polluante de France, que nous menons avec Les Amis de la Terre France et Notre Affaire à Tous. (Nous avons lancé notre campagne « Affaire BNP » en Octobre 2022)*

*Pour l'occasion, nous nous sommes mobilisé-e-s aux côtés de membres de Scientifiques en Rébellion pour mettre BNP face à ses responsabilités. Notre demande est claire : zéro soutien aux énergies fossiles.*

*Pourquoi BNP Paribas :*

- *BNP a une empreinte carbone supérieure à celle du territoire français*
- *1er financeur européen du développement des énergies fossiles entre 2016 et 2022*
- *1er financeur mondial de 9 géants du pétrole et du gaz, dont Total, entre 2016 et 2022*

### **Jun 2023 : Événement Twitch- OXFIGHT- Oxfam Climate Fight**

*Le 17-18 Juin, quelques jours avant le sommet sur le climat, nous avons organisé un événement collecte sur Twitch axé sur l'urgence dans la Corne de l'Afrique et au Sahel avec participation de plusieurs Streamer. L'objectif était de collecter des dons pendant la manifestation avec comme accroche : Le changement climatique tue. Aidez-nous à sauver des vies en Afrique en faisant un don.*

### **Septembre 2023 : Second Hand September**

*C'est une campagne de sensibilisation sur la consommation responsable de la mode seconde main, économie circulaire, respect des limites planétaires et du plancher social dans ce secteur avec une invitation à s'engager à ne pas acheter de vêtements neufs durant le mois de septembre. Notre objectif est de réduire l'empreinte écologique et sociale du marché textile et de découvrir les méfaits de la fast-fashion, industrie polluante et déshumanisante en faisant le choix de la seconde main.*

### **Octobre 2023 :**

*Nous avons organisé « [Le Festival Oxfam](#) » à Saint-Ouen-su-Seine axé sur le climat avec un objectif de notoriété. Pendant le festival, en plus des concerts, ciné-débats, activités ludiques pour les enfants, des stands Oxfam et d'associations locales partenaires étaient présents pour sensibiliser le public sur nos combats. Nous y avons aussi mené une campagne de génération de leads en appelant à signer la pétition « [Faisons payer les pollueurs riches](#) ». Nous y avons aussi testé pour la première fois l'appel à don par SMS.*

### **Novembre-Décembre 2023 :**

*En parallèle de notre campagne de collecte de fin d'année, nous avons sorti un rapport sur les inégalités sur le marché du logement : « [Logement : Inégalités à tous les étages](#) », mettant en exergue l'ampleur de la crise du logement en France, avec notamment les 25 % les plus modestes qui consacrent deux fois plus de leurs revenus aux dépenses de logement que les 25 % les plus aisés.*

Nous avons également participé à la 28ème Conférence des Parties sur le Climat de l'ONU (COP 28) suite à quoi nous avons publié plusieurs articles et un [rapport](#), mettant en exergue que Les 1 % les plus riches émettent plus de CO2 que les 66 % les plus pauvres de la planète (5 milliards de personnes).

Cette période a aussi été marquée par l'aggravation de la crise à Gaza. Oxfam France et Oxfam International, avec d'autres associations humanitaires, appellent à cesser le feu via notamment une [pétition](#). Oxfam ayant un bureau sur place agit également sur place, quand cela est possible, avec des actions humanitaires. Oxfam France a lancé un [appel à dons](#) et communique régulièrement sur la situation sur place et l'impact de cette guerre sur les populations civiles.

### **Janvier 2024 : Rapport sur les inégalités fiscales et campagne de recrutement de donateurs régulier en digital :**

Chaque année Oxfam international et Oxfam France publie un rapport en amont du Forum économique mondial qui se tient à Davos, pour mettre en lumière les inégalités toujours aussi présentes : <https://www.oxfamfrance.org/rapports/multinationales-et-inegalites-multiples/> Pour utiliser cette forte visibilité et augmenter notre nombre de donateurs réguliers, nous avons en parallèle créé une campagne d'appel à dons réguliers, avec comme message clés que nos rapports sont une force dans la lutte contre les inégalités : <https://don.oxfamfrance.org/soutenir>

### **Mars 2024 : Le mois des actions féministes**

En parallèle de la sortie de notre rapport annuel et de nos actions de mobilisation le 8 mars, nous avons lancé une [campagne de génération de lead](#) en proposant de s'inscrire à une newsletter thématique et temporaire dédiée au sujet du féminisme. Nous avons également fait un live sur nos réseaux sociaux. Au cours d'une soirée en direct, la journaliste et autrice, Léa Chamboncel a animé la discussion sur les droits des femmes en France, en Europe et dans le monde avec nos invitées spéciales expertes des questions féministes.

### **Reste de l'année 2024 :**

- Avril/Mai : communication autour du CAC 40 / SBF 120 des inégalités salariales, du partage de la valeur etc.
- Juin : rapport sur l'adaptation aux changements climatiques
- Septembre : Second Hand September
- Juin – décembre : séquences inégalités sociales et climatiques

---

## ANNEXE 4 : PRÉSENTATION DES DEUX DERNIÈRES CAMPAGNES DE COLLECTE DE FIN D'ANNÉE

---

### Campagne de collecte de fin d'année 2022 : « No(s) future(s) »

Une campagne militante, engagée et positive sur les thématiques de justice climatique et fiscale.

Supports :

- Landing Page : <https://nosfuturs.oxfamfrance.org/>
- Vidéo de campagne
- 8 emailings
- 1 formulaire de don dédié
- Des achats médias : SEA (Google Ads, Microsoft Ads), SMO, (Meta), Display, Youtube
- Mailing Drive to web
- Affiches dans les boutiques solidaire Oxfam France
- Assets créa achat média et Kit mobilisation
- 1 article SEO
- Key visual :



### Campagne de collecte de fin d'année 2023 : « C'est juste nos vies »

Une campagne qui manie l'ironie pour interpeller, qui met en lien tous les combats d'Oxfam, les solutions et les victoires.

Supports :

- Landing Page : <https://justenosvies.oxfamfrance.org/>
- Vidéo de campagne
- 9 emailings
- 1 formulaire de don dédié
- Des achats médias : SEA (Google Ads, Microsoft Ads), SMO, (Meta), Display, Youtube
- 1 annonce presse dans le magazine « Pleine Vie »
- Assets créa achat média et Kit mobilisation
- 1 article SEO
- Key visual :



## ANNEXE 6 : HISTORIQUE DES RÉSULTATS SUR LA COLLECTE DIGITALE D'OXFAM FRANCE 2018 À 2024

### Campagnes de fin d'années :

	2018-2019	2019-2020	2020-2021	2021-2022	2022-2023	2023-2024
Campagne	Une monde plus juste	Reprenons-la main	J'agis pour	La pauvreté vous révolte ? Nous ça nous fait agir !	No(s) Future(s)	C'est juste nos vies
Collecte totale réalisée	<b>83 386 €</b>	<b>90 840 €</b>	<b>118 956 €</b>	<b>130 500 €</b>	<b>175 113 €</b>	<b>215 993 €</b>
Nb de dons	749	751	925	966	1 266	1 737
Don moyen	111,30 €	121,00 €	128,60 €	135,10 €	138,32 €	124,00 €
% nx donateurs	51,0%	57,0%	42,0%	38,0%	43,0%	48,0%
Budget pub	3 357 €	20 000 €	10 000 €	10 000 €	10 000 €	10 000 €
Nb d'emails	4 + RNO	8 + RNO	8 + RNO	8 + RNO	8 + RNO	9 + RNO

*Les bilans de fin de campagne complets pourront être transmis sur demande*

### Evolution de la collecte digitale d'Oxfam France de 2020 à aujourd'hui :

	2020-21	2021-22	2022-23	2023-24 (au 29 Février 2024)
Trafic pages don (visites uniques)	51 390	31 525	95 192	94 891
% consultation desktop	47,56%	51,65%	29,89%	33,64%
Nb dons ponctuels	2 298	2 124	2 562	2 917
Don moyen ponctuel	95,46 €	84,81 €	105,57 €	107,70 €
Nb dons ponctuels urgences	1 452	1 594	2 722	1 533
Don moyen ponctuel urgences	157,49 €	132,83 €	113,10 €	73,86 €
Nb dons réguliers	1 227	1 301	1 313	1 170
PA moyen	11,84 €	13,18 €	12,89 €	14,64 €
Taux de conversion	9,68%	15,92%	6,93%	5,92%

*Années fiscale du 1er Avril au 31 Mars \**