

Maxyma remporte le Prix de l'Innovation en Fundraising 2009 dans la catégorie « Dispositif multicanal »

Ce jeudi 11 juin, le **Prix de l'Innovation en Fundraising 2009**, dans la catégorie dispositif multi canal, a été attribué à l'agence **maxyma**, spécialisée dans la communication et le marketing d'intérêt général, pour la création du programme « **nouveaux philanthropes** » imaginé avec la **Fondation d'Auteuil**.

Le Prix de l'Innovation en Fundraising 2009

Ce concours, organisé par l'**Association Française des Fundraisers**, vise à encourager la recherche-action et les initiatives innovantes dans le secteur de la collecte de fonds.

Le programme « nouveaux philanthropes » : l'intelligence d'une synergie entre agence et annonceur

Depuis plus de 140 ans, la **Fondation d'Auteuil** s'engage auprès des enfants et des jeunes en grande difficulté. Elle accueille, forme, éduque et insère actuellement plus de 11000 jeunes dans toute la France.

C'est dans un contexte de forte concurrence entre les causes et les associations, que la **Fondation d'Auteuil** a choisi **maxyma** autour d'un objectif : **devenir l'opérateur de référence pour l'accompagnement des personnes fortunées dans leurs projets philanthropiques en faveur de la jeunesse en difficulté.**

Construire une relation de confiance avec les grands donateurs potentiels et les inviter à participer au financement des nouveaux programmes qu'elle développe est un enjeu stratégique pour la **Fondation d'Auteuil**, qui souhaite accueillir près de 15 000 jeunes d'ici 2012.

Maxyma et la **Fondation d'Auteuil** ont conçu et développé le programme de communication et de collecte de fonds « **nouveaux philanthropes** », dont l'objectif est de sensibiliser une nouvelle génération de philanthropes à l'urgence qu'il y a à aider la jeunesse en difficulté, et de l'accompagner vers de nouvelles formes de générosité favorisées par la fiscalité et la fiducie actuelles.

Cette campagne sur mesure s'appuie sur un positionnement de cause original et une offre dédiée :

- **Création d'une marque de collecte « nouveaux philanthropes »** afin de renforcer la position de la **Fondation d'Auteuil** sur le segment convoité des grands donateurs;

- **Mise en place d'un dispositif multicanal** particulièrement riche, conjuguant communication de cause, marketing opérationnel, relations media et communication d'influence ;

- **Lancement du Manifeste « Investissons l'avenir des jeunes, un nouveau discernement »**, relayé par le site événementiel **www.nouveauxphilanthropes.org**. Ce manifeste est soutenu et porté par des personnalités influentes de la finance, de la fiscalité et de la sociologie de la jeunesse. Le dispositif est renforcé par des conférences/débats organisées en partenariats avec les organisations patronales, une campagne de relations presse et de buzz Internet.

- **Promotion d'offres dédiées** avec comme première étape, la création et le lancement de **Sens & Finances**, un journal d'information et de prescription. Le 1^{er} numéro consacré à l'ISF a été distribué dans de grands titres de la presse économique, diffusé auprès de cibles affines, accompagné d'un blog dédié **isf.blog.fondation-auteuil.org** et d'une campagne de publicité off et online. Le second numéro sera consacré aux fondations abritées.

Créée en 2003, **maxyma** est une **agence de communication et marketing indépendante**, dédiée à l'**intérêt général**. Elle intègre toutes les expertises **des métiers du marketing et de la communication** pour concevoir et déployer des stratégies d'engagement de marque, des programmes de mobilisation ou de collecte de fonds, des réseaux partenaires et des relais médiatiques. Maxyma met son savoir-faire au service des associations et des fondations RUP, des fondations d'entreprise, des programmes RSE, des institutions et des organisations du tiers secteur. Dirigée par **Pierre Bocquiny**, elle compte 20 consultants et collaborateurs.

Contact presse :

Emilie Barnabé – 01 47 70 55 20. Mail : ebarnabe@maxymapublic.com