



## L'Observateur le confirme : BNP est le 1<sup>er</sup> cabinet au Québec et dans les Maritimes!

Afin de toujours mieux répondre aux besoins spécifiques de la clientèle, les associés du cabinet-conseil BNP ont mandaté la firme l'Observateur pour évaluer son offre de service. Un important sondage a été effectué auprès des organismes philanthropiques du Québec et des Maritimes, dont voici les résultats.

Lorsqu'il s'agit de travailler avec un cabinet-conseil, plus de 60 % des répondants **pensent d'abord à BNP.**

**90 %** des clients de BNP sont **plus que satisfaits.**

**90 %** des gens **qualifient d'excellent :**

- **Le premier contact** avec les membres du cabinet;
- **La compréhension** de leurs besoins;
- **La compétence** et le **professionnalisme** des conseillers.

Les clients ont choisi le cabinet-conseil BNP pour les raisons suivantes :

- Ils sont convaincus **qu'ils obtiendront de meilleurs résultats avec BNP** que s'ils agissent seuls.
- Ils retrouvent chez BNP **l'expérience et le savoir-faire.**

Les répondants mentionnent **qu'ils travailleront à nouveau** avec BNP, puisque le cabinet-conseil se distingue des autres :

- il est formé **de professionnels et d'employés**, dont plusieurs membres détiennent la certification *Certified fund-raising executive* (CFRE) reconnue par l'**Association of fund-raising professionals**;
- les associés et le personnel développent des **liens durables** en favorisant **l'autonomie** des clients, notamment par la planification stratégique et le transfert des connaissances;
- la priorité de BNP est **d'aider la clientèle à atteindre ses buts** en collecte de fonds;
- BNP **donne l'heure juste** à la clientèle et, une fois engagé dans un projet, il **livre en temps voulu**;
- sur le terrain, le personnel de **BNP fait équipe** et travaille en étroite collaboration en sachant transmettre un **climat de sécurité** et de confiance.

Dans ce sondage, plusieurs répondants ont manifesté le désir d'en connaître davantage sur les activités philanthropiques et d'obtenir encore plus d'informations de la part de nos conseillers. C'est dans cet esprit que cette nouvelle édition du bulletin BNP se transforme en outil d'échange et d'actualités.

Dans ce numéro, vous pourrez en savoir plus sur l'impact d'un ralentissement économique ou d'une récession sur la philanthropie. De plus, vous trouverez réponse à la question « Pourquoi les municipalités organisent-elles des campagnes de financement ? ».

Bonne lecture !  
L'équipe BNP

Vous souhaitez que nos experts écrivent sur des sujets précis ?  
Faites-nous parvenir vos suggestions à [info@cabinetbnp.com](mailto:info@cabinetbnp.com)

## L'équipe BNP

### Associés

M<sup>e</sup> Christian Bolduc  
Jean Guy Lewis  
M<sup>e</sup> Jean-Nicholas Marziali  
Jacques Primeau

### Associé-fondateur

Jean Robert Nolet

### Consultants - Québec

Gisèle Bérubé  
Hélène Chalifour Scherrer  
M<sup>e</sup> Louise Doré  
Matias Duque  
Jody Freeman  
Jean-Gagnon Doré  
Nathalie Goyer  
Gabriel Huot  
Peter Keller  
Marlène Lavoie  
Lynn Perkins  
Isabelle Piché  
André Raymond  
Pierre Théberge  
Robert Tremblay

### Consultants - Maritimes

Carol Doucet  
Peter H. McGill  
Guy Levesque  
Michel Mallet  
John McCabe  
Jennifer S. Brown  
Bill VanGorder  
Mary Williams  
Thierry Young

### Administration

David Bouchard  
Hélène Cloutier

# L'impact d'un **ralentissement** ou d'une **récession** sur la philanthropie

Par : M<sup>e</sup> **Christian Bolduc**, LL.B., CFRE, Président et chef de la direction et **M. Gabriel Huot**, M.B.A., consultant



Article paru dans le journal *Chefs d'Entreprises*, édition novembre 2008.

Vous pouvez télécharger le cahier spécial philanthropie en version PDF au : [cabinetbnp.com/chefs.pdf](http://cabinetbnp.com/chefs.pdf)

**E**n ces temps de turbulences économiques, plusieurs dirigeants et administrateurs d'organismes de bienfaisance peuvent se questionner sur l'impact qu'un ralentissement ou une récession appréhendée pourrait avoir sur les dons obtenus du grand public, des organismes, gens d'affaires et entreprises.

Un tout récent rapport intitulé "Economic Cycles and Charitable Giving" publié par l'Association for Health Care Philanthropy dépeint de façon pessimiste le climat de la collecte de fonds pour la prochaine année à venir aux États-Unis. Ces prédictions sont émises à la lumière du ralentissement économique, à la diminution du revenu disponible et à l'incertitude ayant cours sur les marchés immobilier et boursier. Au Canada, les prévisions seraient sensiblement les mêmes selon un récent article du *Globe & Mail* du 23 septembre dernier intitulé « Charities brace for drop in donors ».

## **La philanthropie et les cycles économiques au cours des 40 dernières années**

En se basant sur les données fournies par Giving USA, le magazine Américain *Newsweek* rapporte qu'au cours des 40 dernières années, le niveau des dons a progressé légèrement en période de récession (0.8%) alors qu'il progressait plus fortement en période de croissance (4.3%). Le même phénomène peut se constater au Canada.

## **Recommandations**

Quoiqu'il en soit, les fondations doivent se prémunir des effets

possibles d'une récession. Les organismes ont tout intérêt à suivre attentivement la situation et d'adapter leur planification en conséquence. Quels changements devront-elles apporter ? The Chronicle of Philanthropy émet les recommandations suivantes :

- Les donateurs ont tendance à se montrer plus sélectifs en période de ralentissement économique, il est très important de préserver et de resserrer les liens avec les donateurs actuels pour maintenir et renforcer leurs contributions.
- Être transparent. Les donateurs seront plus prudents et les fondations devront donc être ouvertes à partager leurs états financiers.
- Permettre aux donateurs d'étendre leurs dons sur une plus longue période au besoin pour des campagnes majeures ou pluriannuelles.
- Prendre soin des donateurs. Permettre aux donateurs de voir de quelle façon leurs dons sont investis.

## **Conclusion**

Si l'on se fie à la situation de 2001, bien que le contexte soit quelque peu différent, il est possible que certaines catégories de donateurs réduisant leurs contributions soient compensés par d'autres en mesure d'augmenter les leurs. Planifier, communiquer et ne pas paniquer sont les attitudes à adopter dans une situation de ralentissement ou de récession.

# Pourquoi les **municipalités** organisent-elles des **campagnes de financement** ?

Par : **M<sup>e</sup> Jean-Nicholas Marziali**, LL.B., M.A.P., Associé et directeur du bureau régional des Maritimes



**H**istoriquement, au début de la Confédération canadienne, les villes et villages ont été les premières organisations à faire appel au concept de corvées et de collectes de fonds pour construire des écoles et des installations communautaires. Cette réalité était si bien ancrée dans les mœurs qu'elle fut incluse dans la législation canadienne à l'époque de la création de la Confédération. Par conséquent, les villes et villages du Canada ont de plein droit le statut d'organismes charitables leur permettant d'émettre des reçus à des fins fiscales. Un don à une municipalité donne ainsi droit à un reçu que le donateur pourra utiliser afin de recevoir les déductions prévues par la loi sur l'impôt des particuliers. D'ailleurs, l'Agence du revenu du Canada ne peut révoquer le statut d'organismes charitables des municipalités, contrairement à tous les autres organismes ayant

ce statut, qui peuvent perdre en tout temps cet avantage relatif à la collecte de fonds.

Depuis près de 20 ans, on constate une nette augmentation du nombre de campagnes de financement au bénéfice de municipalités. Ce partage des coûts de financement entre le secteur privé, les municipalités et les deux niveaux de gouvernements permet de financer des infrastructures communautaires telles des bibliothèques, des centres sportifs, des aréna, des salles de spectacles et des musées. Dans ce type de campagnes de financement, on sollicite l'appui financier de grandes corporations, de fondations privées, de petites et moyennes entreprises et d'individus bien nantis de la communauté. La campagne de financement est une avenue intéressante pour les administrations municipales puisqu'elle offre une possibilité de financement d'infrastructures communautaires sans avoir à augmenter les taxes des contribuables. En effet, plus souvent qu'autrement les municipalités qui augmentent leurs taxes afin de financer un projet particulier ne sont pas portées à les réduire au niveau antérieur lorsque le financement du projet est complété.

Dans les Maritimes, notre clientèle comprend un grand nombre de municipalités qui font appel à ce type de financement. Les municipalités québécoises auraient avantage à envisager cette possibilité, car, ce faisant, elles accélèrent la participation

financière des deux paliers de gouvernements.

Voici des projets soit réalisés, en cours de réalisation ou à l'étape de la planification :

- Carleton Civic Centre (Woodstock, N.-B.)
- Bibliothèque de la ville de Westmount (QC)
- KC Irving Centre de Bathurst (N.-B.)
- Centre civique régional de Grand-Sault (N.-B.)
- Centre culturel de Caraquet (N.-B.)
- Piscine régionale de Tracadie-Sheila (N.-B.)
- Charlotte County Civic Centre (St. Stephen, N.-B.)
- Fundy Civic Centre (Sussex, N.-B.)
- Centre des arts de Saint-Hyacinthe (QC)
- Centre multifonctionnel d'Edmundston (N.-B.)
- Musée de la ville de Moncton (N.-B.)
- Q-Plex Centre de Quispamsis (N.-B.)
- Bridgewater Lifestyle Centre (N.-É.)
- Aréna de Bouctouche (N.-B.)
- Bibliothèque publique de la ville de Truro (N.-É.)
- Centre culturel de Shediac (N.-B.)

# Félicitations à nos clients !

---



**FONDATION CORNÉLIUS BROTHERTON**  
Cégep de la Gaspésie et des Îles

Objectif : 1 M\$

**Résultat : 1 241 871 \$**

La Fondation du Cégep de la Gaspésie et des Îles a terminé, le 23 septembre dernier, sa campagne majeure de financement avec un résultat de 1 241 871 \$. Visant à récolter 1 000 000 \$ lors du lancement des activités en octobre 2007, la campagne se conclut donc par un grand succès.

Tout en poursuivant son objectif de donner des bourses aux étudiants, la Fondation sera en mesure de soutenir le développement de l'esprit entrepreneurial, d'encourager l'innovation dans les programmes d'études, de promouvoir l'éducation postsecondaire sur le territoire et d'appuyer le développement de projets novateurs en lien direct avec la vie étudiante des quatre composantes du cégep.



**FONDATION  
UQAR**

Objectif : 11 M\$

**Résultat : 11 450 000 \$**

Le 3 octobre dernier, l'Université du Québec à Rimouski, par le biais de sa Fondation, a procédé à la cérémonie de clôture de sa toute première campagne majeure de financement. Les résultats se chiffrent à plus de 11 450 000 \$, un grand succès dépassant l'objectif ambitieux de 11 M\$ fixé au départ.

Recueillis autour du thème « Soif de s'investir », les dons serviront à financer différents projets de recherche, à créer de nouveaux programmes de bourses et à soutenir des projets d'infrastructures incluant un apport important aux projets étudiants, à la bibliothèque et aux nouvelles technologies.



**La Fondation  
du Cégep Limoilou**

Objectif : 1,25 M\$

**Résultat : 2 588 000 \$**

Lancée en octobre 2007, la première campagne de financement de la Fondation du Cégep Limoilou a permis d'amasser 2 588 000 \$. C'est la première fois qu'une campagne de financement de cette envergure s'effectue au niveau collégial dans la région de Québec. Tenue sous le thème « Réussir ensemble », la campagne a largement dépassé les objectifs financiers. Au final, c'est plus de 2,5 M\$ qui ont été recueillis.

Ces fonds seront consacrés à la réalisation de projets qui se traduiront par du soutien financier, du soutien à l'enseignement et à l'apprentissage ainsi que du soutien à la vie communautaire et sportive.

*Ouvrer dans le temps,*  
pour un monde meilleur

[www.cabinetbnp.com](http://www.cabinetbnp.com)

Numéro sans frais :  
1 888 528-8566

**Québec**  
418 304-3881

**Montréal**  
514 528-8566

**Moncton**  
506 856-5992

**Halifax**  
902 223-4406