



**Nouveau numéro de téléphone sans frais de Bolduc Nolet Primeau & Associés**

Vous pouvez nous appeler sans frais, de n'importe où au Canada, au numéro 1-888-528-8566

## Dire et redire merci!



Les organismes à but non lucratif (OBNL) répondent à des besoins toujours croissants et leur nombre continue d'augmenter alors que les bénévoles et les donateurs deviennent difficiles à recruter et à mobiliser, particulièrement en période de ralentissement économique.

Parmi les stratégies proposées pour maintenir le niveau des dons élevés malgré les soubresauts de l'économie, on ne doit pas sous-estimer l'importance de dire aux donateurs à quel point leur appui est précieux.<sup>1</sup>

En effet, la reconnaissance des donateurs et des bénévoles n'est pas une option ; c'est une condition de survie et de croissance pour tout OBNL. C'est pourquoi les organismes dont une part significative des revenus dépend des dons élaborent des programmes de reconnaissance, parfois sophistiqués, et mettent une attention considérable à remercier leurs bénévoles et leurs donateurs. La mise en pratique des marques de gratitude demande une attention continue, un haut niveau de priorité et des suivis rigoureux.

La première qualité d'un système de reconnaissance est d'être adapté aux personnes et organismes à qui il s'adresse et aux institutions qu'il représente. Plus les marques de reconnaissance sont personnelles, plus elles sont efficaces. Il faut prévoir des façons différentes de remercier ceux qui cherchent la discrétion et ceux qui cherchent la visibilité. La règle d'or est la suivante : il n'est jamais trop tôt pour remercier quelqu'un et on ne dit jamais merci trop souvent.

Un bon système de reconnaissance contribue à développer le sentiment d'appartenance et resserre avec les bienfaiteurs des liens qui les inciteront à monter dans la pyramide des donateurs. Il aide aussi les bénévoles à s'élever dans la hiérarchie des responsabilités. La reconnaissance offerte doit aussi être équitable envers tous les bienfaiteurs, attribuant à chacun un mérite justifié et proportionnel à sa contribution.

Tout don, si modeste soit-il, devrait être suivi rapidement d'une lettre de remerciements personnalisée et signée par la personne qui a sollicité le don. Les dons en série (par mensualités) devraient faire l'objet d'une première lettre de remerciements à l'occasion du premier versement et d'une autre, dans le mois qui suit la fin de l'année, avec le reçu officiel.

Dans les cas de dons exceptionnels, une cérémonie de remerciement peut s'avérer très touchante pour les donateurs. Cette cérémonie peut s'inscrire dans le cadre d'une activité privée (brunch, cocktail, soirée ou autre) organisée en l'honneur d'une famille ou d'une personne. Par exemple, un foyer pour personnes âgées peut dédicacer des œuvres d'art au nom d'un bienfaiteur et en faire un dévoilement à l'occasion d'une cérémonie spéciale organisée à son honneur, en présence des membres de sa famille, du cercle d'intimes ou de partenaires d'affaires.



Le mur de reconnaissance du Collège Boréal de Sudbury offre un bel exemple de la visibilité donnée à des donateurs de la première campagne majeure de financement de la Fondation du Collège Boréal. Il est fait d'une grande vitrine sur laquelle ont été imprimés les noms des donateurs dans des dimensions et des couleurs qui correspondent aux niveaux de dons. Derrière la vitrine sont exposées des photos des membres des conseils d'administration, des présidents du Collège Boréal et des souvenirs de la construction du campus de Sudbury comme celle de la première pelletée de terre.

Jean Guy Lewis, CFRE  
Associé, Trésorier et Chef de l'administration  
Bolduc Nolet Primeau & Associés  
Avril 2008

<sup>1</sup>Mary Ellen Collins. « Enjoy the Ride, How to effectively raise funds in a roller-coaster economy », *Advancing Philanthropy*, janvier-février 2008.

**Ouvrir dans le temps,  
pour un monde meilleur**

**Siège social** 1329, rue Sainte-Rose, Montréal Qc H2L 2J7 T 514 528-8566 F 514 523-9285  
**Bureau de Moncton** 72, avenue Bromley, Moncton N.-B. E1C 5T9 T 506 856-5992 F 506 386-7075  
**Bureau de Québec** 280, rue de St-Télesphore, Saint-Romuald Qc G6W 8J7 T 418 304-3881 F 1-800-710-0520  
**Bureau d'Halifax** 33, Place Ancona, Dartmouth N.-É. B2X 3K9 T 902 223-4406

## Des campagnes réussies

Ne manquez pas la publication prochaine, dans le journal Les Affaires, des plus récents résultats des campagnes majeures que nous avons eu le bonheur de servir à titre de cabinet-conseil. En voici quelques exemples :

- Carleton Manor, Woodstock NB, clôture sa campagne d'un million avec 1 000 093 \$ ;
- Le Collège communautaire du Nouveau Brunswick termine la sienne avec 4 551 000 \$ sur un objectif de 3 750 000 \$ ;
- Le Cégep de Victoriaville clôture sa campagne majeure avec 1 486 493 \$ sur un objectif de 1 250 000 \$ ;
- Le Centre de réadaptation Constance-Lethbridge clôture aussi sa campagne majeure, avec 978 513 \$ sur un objectif de 850 000 \$.

**Toutes nos félicitations aux dirigeants de ces campagnes pour les résultats atteints !**



Le mur de reconnaissance du Collège Boréal, au siège social de Sudbury ON, a été érigé afin de remercier publiquement les nombreux donateurs de la campagne « Partenaires pour demain ». Mesurant plus de 30 mètres de longueur, le mur comporte plus de 500 noms d'entreprises, d'organismes et de particuliers ayant contribué à la campagne majeure de financement de 1998.

Toute campagne de financement devrait se terminer par une cérémonie de clôture dont les objectifs sont non seulement de rendre publiques les contributions qui n'ont pas encore été annoncées, mais aussi de remercier les bénévoles, les donateurs et le personnel engagés dans la campagne.

Un autre exemple de reconnaissance bien sentie se trouve dans la brochure publiée par la Fondation du Cégep de Trois-Rivières, à la fin de la campagne majeure de financement 2004 - 2009 « Faire encore mieux ».

La brochure fait une place de choix aux coprésidents de la campagne, aux membres du cabinet de la campagne et du comité d'honneur. Elle présente aussi les messages des coprésidents de la campagne de la communauté collégiale et du directeur général. Les éléments de la raison d'être de la campagne y sont décrits avec les montants qui y seront consacrés. Les dons les plus importants sont illustrés par des photos des donateurs à l'occasion de la remise des chèques symboliques. Enfin, la liste de tous les donateurs y est imprimée, par catégories de dons : dons exceptionnels, dons majeurs, dons importants, dons spéciaux et dons généraux.

Au-delà des moyens utilisés pour remercier les bienfaiteurs, c'est une volonté de les reconnaître pour leur rôle essentiel, par un système approprié, qui permettra aux organismes de progresser dans l'accomplissement de leur mission et de résister aux aléas du contexte économique.

Brochure de fin de campagne majeure de financement de la Fondation du Cégep de Trois-Rivières.

[www.cegeptr.qc.ca/fondation](http://www.cegeptr.qc.ca/fondation)



Commentaires ?  
Suggestions ?

Abonnement ou retrait  
de la liste d'envoi

Écrivez-nous à  
[info@cabinetbnp.com](mailto:info@cabinetbnp.com)