

Le commanditaire et le donateur : ont-il droit à de la « visibilité » ou de la « reconnaissance » ?

Par Jean-Nicholas Marziali, CFRE, vice-président, **BNP** Stratégies



Si, comme il se doit, le donateur espère obtenir de la reconnaissance alors que le commanditaire s'attend à obtenir de la visibilité, l'une peut facilement être confondue avec l'autre. Vous avez probablement déjà vécu l'expérience avec un donateur qui voulait que son don soit traité en commandite et vice versa.

Pour simplifier la compréhension et distinguer aisément l'une de l'autre, il existe une règle presque infaillible : le don est déductible d'impôt, tandis que la commandite ne l'est pas parce

qu'elle demeure rattachée à un service de visibilité liée davantage à une transaction d'affaires.

La commandite implique une obligation pour votre organisme. Le commanditaire fournit des fonds ou des services pour une activité déterminée en acceptant de s'engager auprès de votre organisme pour la tenue d'un événement, d'une activité ou d'un programme qui lui donneront une bonne image sociale pour que le public l'associe à une cause valable. Le commanditaire s'attend donc à une reconnaissance publique de son appui. Si vous recevez ou traitez une contribution comme une commandite, vous ne pouvez pas émettre un reçu aux fins d'impôt.

Le don est associé à la reconnaissance qui, elle, est liée au sentiment d'être redevable, puisqu'un don est un transfert volontaire de biens sans contrepartie de valeur pour le donateur. En vertu de la loi, un transfert de biens pour lequel le donateur reçoit un avantage sera tout de même considéré en tant que don en certaines circonstances et le donateur pourra déclarer le montant admissible à un reçu fiscal. C'est pour cette raison qu'il est essentiel que vous dotiez d'une politique de reconnaissance des donateurs dans l'optique du développement de nouveaux revenus philanthropiques pour votre organisme.

Politique de reconnaissance des donateurs

La nécessité de remercier les donateurs est une évidence, mais en remercier des centaines demande une certaine organisation ; il s'agit d'une question de volume et aussi d'équité. Remercier publiquement un petit donateur de façon trop ostentatoire pourrait indisposer les plus grands donateurs.

L'élaboration d'une politique de reconnaissance des donateurs est un outil important pour tout programme de collecte de fonds. Elle

sera construite sur deux éléments : les remerciements, d'une part, et les témoignages de reconnaissance, d'autre part.

Les remerciements

Après une contribution, un donateur ressent le besoin de recevoir un *feed-back* pour trois raisons :

- savoir rapidement que son don est parvenu à l'organisme destinataire ;
- savoir que le montant donné est utilisé pour le projet auquel il était destiné ;
- savoir que le projet réalisé grâce à la campagne à laquelle il a contribué produit les effets désirés.

Les remerciements peuvent prendre plusieurs formes écrites ou verbales. On les établira en fonction du niveau du don. On peut également utiliser plusieurs formes de remerciements pour un même don, ce qui permet d'établir un plus grand nombre de niveaux de remerciements en fonction des dons. Voici les plus fréquents :

- carton de remerciements
- lettre de remerciements
- appel téléphonique de remerciements
- remerciements en personne

Les témoignages de reconnaissance sont autorisés et sont planifiés dans un programme de reconnaissance.

Tout comme les remerciements, les témoignages de reconnaissance peuvent prendre plusieurs formes et être cumulés pour former un programme en fonction de plusieurs niveaux de dons.

En voici quelques exemples :

- mention du don dans les publications de l'organisme ;
- mention du don sur la page Web ;
- mention du don au tableau commémoratif de la campagne ;
- mention du don dans les médias ;
- parution de photographies commémoratives dans les publications de l'organisme ;
- parution de photographies commémoratives dans les médias ;
- dédicace d'un espace ou d'une plaque commémorative dans un endroit stratégique ;
- fête des donateurs ;
- cadeau souvenir aux donateurs ;
- intronisation du donateur au sein d'un « club » où il sera invité à participer à la vie de l'organisme, à s'y associer plus étroitement pour le bénéfice mutuel de l'organisme et du donateur.

Bonnes nouvelles BNP

C'est le 26 septembre dernier que la **Fondation du Séminaire de Sherbrooke** a clôturé sa campagne majeure de financement. Un montant de 4 022 521 \$ a été récolté sur un objectif de 2,5 millions \$. Il s'agit du plus important résultat de campagne majeure d'une institution privée francophone au Québec. Les fonds amassés serviront à appuyer le Séminaire dans la réalisation de projets dynamiques. Bravo à toute l'équipe pour cette grande réussite !



J'me donne... un nouveau complexe sportif à Lévis!



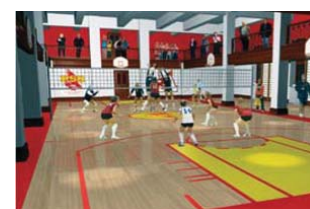
Le Juvénat Notre-Dame a lancé sa campagne majeure de financement le 11 octobre. Sur un objectif de 1 million \$, c'est plus de 738 000 \$ qui ont été rassemblés. La campagne servira à financer le projet d'un complexe sportif et le Fonds des Amis du Juvénat. Bonne chance à toute l'équipe !

La campagne majeure de financement de la **Fondation du Cégep de Rimouski**, s'est terminée le 3 octobre dernier. Un montant de 2 317 806\$ a été amassé sur un objectif de 2 millions\$. Il s'agit d'un succès sans précédent pour la Fondation. Les fonds récoltés serviront à favoriser l'accès à l'éducation et à la réalisation de projets étudiants novateurs. Félicitations à toute l'équipe pour ce beau succès !



La Fondation Cité de la Santé de Laval a clôturé sa campagne majeure de financement le 7 octobre. C'est 25 059 389 \$ qui ont été amassés sur un objectif de 25 millions \$! Cette campagne de financement est celle de la plus grande ampleur jamais réalisée pour la ville de Laval et sa périphérie. L'argent amassé permettra d'appuyer les activités du Centre de santé et des services sociaux (CSSS) de Laval. Toutes nos félicitations pour cette campagne réussie !

En pleine campagne de financement depuis mars dernier, Le **Petit Séminaire de Québec** a rehaussé son objectif de 2 millions \$ à 3,5 millions \$ et a amassé jusqu'à maintenant 2,6 millions \$. Récemment, Parcs éoliens de la Seigneurie de Beaupré a fait un don de 100 000 \$ à la campagne. Avec les fonds déjà amassés, Le Petit Séminaire a contribué à l'aménagement du terrain synthétique de soccer-football du Patro Roc-Amadour. L'argent amassé lors de la campagne servira à financer des projets totalisant 8,1 millions \$ pour lesquels le Gouvernement du Québec a confirmé une contribution de 3,7millions \$. Bravo pour ce début de campagne !



Nominations chez BNP Stratégies

Michel Poulin se joindra à l'équipe en janvier 2012 à titre d'associé et de vice-président.

Michel Saint-Laurent est désormais le nouveau directeur du développement des réseaux d'anciens et de diplômés.

Viviane Crevier s'est jointe à l'équipe en tant que conseillère en gestion philanthropique.

Siège social

533, rue Ontario Est, bureau 204, Montréal Qc H2L 1N8
T 514 528-8566 F 514 523-9285

Bureau de Québec

280, rue de St-Télésphore, Saint-Romuald Qc G6W 8J7
T 418 304-3881 F 1 800 710-0520

Bureau de Moncton

81, Archibald, Moncton N.-B. E1C 5J2
T 506 856-5992 F 506 386-7075

www.BNPstrategies.com

Sans frais : 1 888 528-8566

