

Bulletin

BNP

Hiver 2010



BNP
STRATÉGIES

Gestion philanthropique

Mot du président

Après cette période de générosité que sont les fêtes, synonymes de réjouissances et d'abondance, pourquoi ne pas continuer à donner ? Donner de son temps aux gens dans le besoin ou à une organisation, par exemple ?



M^e Christian Bolduc, LL.B., CFRE
Président et chef de la direction

De plus en plus de gens donnent de leur temps à titre de bénévole. D'ailleurs de nombreux organismes en recrutent pour leurs différentes activités. Vous désirez former ou mobiliser des bénévoles au sein de votre organisation ? Vous n'êtes pas certain de la méthode à employer ? Vous trouverez vos réponses et plein d'informations pertinentes sur le sujet dans notre article «Et si c'était une erreur de chercher des bénévoles ?»

À lire également, des statistiques intéressantes et étonnantes sur les dons et sur le milieu culturel au Québec. Aussi, apprenez de bonnes nouvelles sur nos clients et leurs projets !

Bonne lecture !

Et si c'était une erreur de chercher des bénévoles ?

Combien d'organismes et de fondations se plaignent de manquer de bénévoles ?

Combien les souhaiteraient plus actifs ?

Le bénévole « citron »

Est-il vraiment surprenant qu'une personne recrutée au conseil d'administration d'une fondation ou d'un organisme se révèle être un piètre vendeur de billets d'événement-bénéfice ou qu'elle ne soit pas disposée à piloter le développement d'un programme de collecte de fonds dont elle ignore presque tout ?

Pressé d'agir dans plusieurs dossiers, le bénévole « citron » perd souvent son intérêt et produit peu de résultats. La dernière goutte de ce qu'on voudra en extraire sera le recrutement de son propre remplaçant, parmi ses connaissances.

Ce qu'on peut observer, la plupart du temps, c'est que les bénévoles sont recherchés dans les réseaux de bénévoles déjà recrutés. Or, pour quiconque, il est plus facile de recruter des collaborateurs à son propre niveau d'influence et encore plus facile de le faire à un niveau d'influence moindre. Ainsi, le recrutement de bénévoles à l'intérieur des réseaux de nos bénévoles recrutés ne réussit, au mieux, qu'à maintenir le niveau d'influence acquis.

Le niveau d'influence des bénévoles et l'importance de leur réseau sont pourtant des facteurs déterminants de la performance d'une fondation ou de la collecte de fonds d'un organisme de bienfaisance.

Le « Comité des Sages »

Pour élargir l'horizon du recrutement de bénévoles, le recours à un « Comité des Sages » a fait ses preuves. De quoi s'agit-il ?

Il s'agit simplement de faire l'inventaire des personnes influentes et bien nanties de notre communauté. Il faut se garder de faire appel aux personnages archiconnus auxquels toutes les organisations s'adressent. Pour y arriver, on invite des « gens qui connaissent des gens » à nous donner un coup de main. Il n'y aura qu'une seule réunion, regroupant quelques-uns de ces « gens qui connaissent des gens », pour établir des listes des personnes influentes et nanties de la communauté. On voudra aussi qualifier ces personnes : sont-elles reconnues comme généreuses, sont-elles entreprenantes, ont-elles des réseaux ? S'agit-il d'un donateur potentiel, et ce donateur pourrait-il piloter un projet ou une partie de projet ?

En effet, il n'y a pas de meilleur solliciteur qu'un donateur convaincu !

Le Comité des Sages peut être pluriel : on peut vouloir réunir plusieurs petits groupes qui ont la connaissance d'un milieu particulier ou d'une partie de la région desservie afin d'établir un inventaire complet des possibilités.

Qui sont les candidats potentiels au Comité des Sages ?

- Politiciens
- Organiseurs politiques
- Directeurs de municipalité
- Directeurs de chambres de commerce
- Planificateurs financiers
- Agents d'assurance
- Membres de clubs sociaux
- Etc

Le « Comité stratégique »

Le ou les Comités des Sages ne font que produire une liste de personnes potentiellement intéressées. Il faut par la suite qualifier et classer ces gens selon les programmes de collecte de fonds qu'on veut développer. La tâche de mettre de l'ordre dans cette liste est confiée à un Comité stratégique composé d'administrateurs et de quelques personnes qui ont montré de l'enthousiasme comme participants aux Comités des Sages. Le Comité stratégique travaillera en fonction, par exemple, des éléments suivants :

- Donateurs potentiels des programmes suivants :
 - Campagne majeure
 - Dons majeurs
 - Dotation
 - Dons différés
- Leaders potentiels des programmes suivants :
 - Cabinet de campagne majeure
 - Programme de dons majeurs
 - Programme de dotation
 - Programme de dons différés
 - Administrateur au conseil
 - Membre de comité organisateur d'événement-bénéfice

À noter qu'une même personne peut apparaître sur plus d'une liste.

Que faire de ces listes ?

Toute démarche à l'endroit d'un donateur potentiel ou d'un leader potentiel doit s'appuyer sur une raison d'être qui doit être convaincante.

Le nombre de gens disposés à vous aider pour la cause que vous souhaitez promouvoir uniquement pour sa valeur et pour une durée indéterminée n'est assurément pas si élevé. Cependant, il existe sans doute plus de gens que vous croyez intéressés à réaliser un de vos projets importants. Ils seront probablement très nombreux à vouloir agir concrètement dans le cadre d'un mandat bien défini et circonscrit dans le temps.

L'importance de vos défis et la qualité des solutions que vous proposez constituent votre plus grand pouvoir de persuasion. C'est ce qu'on appelle une raison d'être. Il est primordial, tant pour le recrutement que pour la sollicitation, de bien articuler cette raison d'être, le quoi, le pourquoi, le comment et combien ça coûte. Il est tout aussi primordial de former nos gens à bien véhiculer cette raison d'être dans leurs démarches de recrutement ou de sollicitation.

Le programme de création et de resserrement des liens

Grâce aux travaux du Comité des Sages et du Comité stratégique, vous voilà pourvu d'une liste de noms de personnes qui se trouvent, pour la plupart, à l'extérieur de vos réseaux d'influence. Que doit-on en faire ?

C'est fort simple. Il faut aller se présenter à ces gens, leur expliquer la cause et ses défis, leur faire valoir les solutions que la fondation ou l'organisme peut mettre de l'avant pour relever ces défis. C'est grâce à cet échange que l'on sentira si la personne est réceptive à la cause et disposée à y contribuer d'une manière ou d'une autre.

Ensuite, et le plus souvent dans une deuxième démarche, on proposera à ceux qui se sont montrés réceptifs de s'investir comme donateur ou comme leader de l'un de vos programmes.

Et si on cherchait plutôt des entrepreneurs ?

Le bénévole, cet être exceptionnellement dévoué et polyvalent, n'est peut-être pas si essentiel à votre croissance. Des entrepreneurs capables d'investir des sommes importantes ou qui acceptent d'assumer un mandat précis et limité dans le temps peuvent peut-être davantage faire avancer vos programmes. Dans la société actuelle, il faut bien réaliser que les causes se sont multipliées considérablement, et elles sont toutes bonnes. Les gens influents, en tout cas ceux qui sont bien connus, sont sollicités de toutes parts. Il leur est de plus en plus difficile d'accepter des engagements généraux à plus ou moins long terme.

Certes, les contributions populaires sont essentielles à toute bonne cause mais, ici encore, la concurrence s'intensifie par la quantité d'organismes qui fait appel à leur générosité. La collecte de fonds, à un haut niveau de succès, c'est d'abord une entreprise de relations humaines et elle doit être orientée principalement vers les gens influents et capables de contributions importantes.

La multiplicité des causes et la sursollicitation des gens en vue nous obligent maintenant à sortir des sentiers battus et à chercher la richesse et l'influence discrète. C'est le rôle du « Comité des Sages ».

Les Bonnes Nouvelles **BNP**

Nos clients s'illustrent

L'UQAC lance sa campagne majeure de financement

C'est le 15 janvier dernier que l'Université du Québec à Chicoutimi et la Fondation de l'UQAC lançaient sa seconde campagne de financement sous la présidence de Madame Monique F. Leroux, présidente et chef de la



direction du Mouvement des caisses Desjardins. Sous le thème « Libre de voir plus loin », la campagne qui s'étend de 2008 à 2013 avait pour objectif d'amasser 15 millions \$. Ayant amassé jusqu'à maintenant plus de 14,9 millions \$, la Fondation a révisé son objectif à 18 millions \$. Bravo à toute l'équipe de l'UQAC et l'AFQAC pour ce début de campagne qui va bon train !

La Fondation du Centre hospitalier régional de Sept-Îles se dote d'un plan stratégique.



Après quatre campagnes majeures de financement réussies qui ont permis de recueillir 5,7 millions \$, la Fondation s'est dotée d'un plan stratégique qui s'étend de 2010 à 2014. Ce plan a pour but d'adapter la mission de la Fondation au nouveau CSSS de Sept-Îles, d'améliorer l'organisation de ses programmes et de rehausser les contributions annuelles au CSSS. Le plan vise plus particulièrement à développer les programmes d'acquisition et de renouvellement des donateurs, à rentabiliser davantage les événements-bénéfice, à instaurer un programme de dons majeurs et un programme de dotation et de dons différés.

Une toute nouvelle approche, basée sur le « Comité des Sages », a été adoptée pour recruter de nouveaux bénévoles et identifier les principaux donateurs potentiels. La Fondation veut ainsi tripler ses contributions annuelles au CSSS de Sept-Îles.

Le Collège Mérici lance sa campagne majeure de financement



Le 25 janvier dernier, la Fondation du Collège Mérici lançait sa campagne majeure de financement en présence du maire Régis Labeaume et du président de la campagne, M. P.-Michel Bouchard. Sous le thème «Une histoire en formation», la campagne a pour objectif d'amasser 1 million de dollars dont 900 000 \$ seront investis dans le Carrefour de l'information et 100 000 \$ dans le fonds

de dotation de la Fondation. Plus de la moitié, soit 586 221 \$, a déjà été recueillie et ce n'est qu'un début... Félicitations à toute l'équipe pour ce départ de campagne réussi !

La Maison de la Famille des Maskoutains reçoit une aide financière gouvernementale



C'est lors de l'inauguration de la nouvelle Maison de la Famille, le 9 novembre dernier, que la ministre Nicole Ménard et la sénatrice Andrée Champagne annonçaient une aide gouvernementale provinciale et fédérale de 675 188 \$. Ce montant s'ajoute aux 755 517 \$ amassés lors de la campagne majeure de financement. La Maison est un organisme qui soutient les familles de la région de Saint-Hyacinthe. Avec

une croissance importante de sa clientèle, le besoin d'espace était criant. Beaucoup plus vaste, la nouvelle Maison de la Famille permettra de mieux répondre aux besoins de la population.

La Fondation sur les leucodystrophies sur la voie de la réussite



La Fondation sur les leucodystrophies a comme principal objectif de favoriser la recherche afin d'offrir un espoir de vivre aux enfants atteints par cette grave maladie dégénérative. En décembre 2008, la Fondation lançait sa campagne majeure de financement sous le thème « L'espoir fait vivre» avec un objectif de 450 000 \$. Jusqu'à maintenant, 303 000 \$ ont été amassés. Un succès. Fondée par un couple dont l'enfant est atteint

par la maladie, cet organisme fonctionne sans employés, uniquement grâce à l'engagement de nombreux bénévoles. D'avoir atteint les deux tiers de l'objectif en si peu de temps est un véritable exploit. BNP Stratégies est fier de s'investir bénévolement dans cette cause qui lui tient à cœur. Bravo à toute l'équipe de la Fondation sur les leucodystrophies et bonne continuation !

Fondation du Cégep de La Pocatière

Objectif : **1 150 000 \$** Résultat : **1 150 000 \$**

Le Cégep de La Pocatière accueille chaque année plus de 2000 étudiants dans ses programmes d'enseignement régulier et de formation continue. La Fondation du Cégep, qui existe depuis 1988,



soutient un programme de bourses et contribue à la réalisation de projets et à la réussite scolaire. Depuis sa création, elle a versé plus de trois quarts de million de dollars en bourses de toutes sortes. La campagne majeure de financement permettra la création d'un fonds de pérennité qui servira à financer des bourses diverses et à soutenir des projets étudiants. Félicitations à toute l'équipe pour cette campagne réussie !

Fondation du Cégep de Sherbrooke

Objectif : **2 000 000 \$** Résultat : **2 503 750 \$**

C'est le 30 novembre dernier que la Fondation du Cégep de Sherbrooke clôturait sa campagne majeure de financement. Sous le thème «S'investir pour la relève» la campagne a dépassé son objectif grâce aux nombreux donateurs. Le Cégep de Sherbrooke



accueille chaque année plus de 6500 étudiants de partout à travers le Québec. L'argent amassé lors de la campagne servira à aider les étudiants en difficulté financière, à améliorer les services offerts aux étudiants qui requièrent des besoins spéciaux et à financer des stages à l'étranger. Bravo à Me Danielle Gauthier, présidente du cabinet de campagne, Louise Lemay, directrice de la Fondation, et François Coutu, président de la Fondation, pour cette belle réussite !



ACADÉMIE
BNP

Vous désirez connaître **TOUS** les aspects d'une collecte de fonds réussie ?

L'Académie BNP, est là pour répondre à vos besoins !

Si vous n'avez pu assister à nos formations à Montréal en octobre dernier, il vous reste encore une chance ! En effet, nos formateurs seront à Québec les 28, 29 et 30 avril prochain.

Au programme : Regrouper ses diplômés ; une force insoupçonnée !, Le financement à court terme et Le financement à moyen et long terme.

Pour de plus amples informations, rendez-vous sur notre site internet au www.bnpstrategies.com ou contactez Paul Viger au 514 528-8566.



Une augmentation de 24 % des dons au Québec

C'est au Québec que l'on observe la plus forte hausse des dons au Canada. De 2004 à 2007, leur valeur a grimpé de 24 % pour atteindre 1,7 milliard, sur 12 milliards versés par l'ensemble du Canada en 2007.

Au Québec, les fortunes familiales, les entreprises florissantes et les fondations sont plus nombreuses que jamais. En 2007, on comptait 1807 fondations, une augmentation de 11 % par rapport à 2004.

*Tiré de L'Actualité 15 octobre 2009

La culture : un secteur en pleine croissance au Québec

Selon une étude sur les impacts économiques et le financement privé de la culture à Montréal, réalisée par la Chambre de commerce de Montréal : la culture représente davantage à Montréal que l'industrie de la construction dans l'ensemble du Québec. C'est un secteur en pleine croissance avec près de 100 000 emplois directs.

« C'est un secteur vulnérable, reconnaît Michel Leblanc, financé seulement à 21 % par le secteur privé. Cette moyenne peut sûrement augmenter. »

Le président de Culture Montréal et du comité de suivi de Rendez-vous 2007 Montréal, métropole culturelle, Simon Brault, croit que la participation du privé en culture doit être soutenue, créative, éclairée et croissante. « Il est inimaginable, dit-il, que Montréal puisse se situer parmi les grandes métropoles culturelles sans un investissement plus important du secteur privé. »

*Tiré de Cyberpresse 22 novembre 2009

La Chaire de gestion des arts Carmelle et Rémi-Marcoux des HEC Montréal et l'Alliance de recherche universités-communautés en économie sociale (ARUC) ont mené une enquête sur l'impact de la crise financière sur le milieu culturel québécois.

Les résultats de l'enquête montrent que ce sont les revenus privés des organismes (revenus de fondations, commandites, dons) qui seront les plus touchés par la crise financière. Du côté des arts de la scène, on ressent une certaine inquiétude puisque, 33 % s'attendent à une baisse de leurs revenus privés et autonomes. Selon le directeur du développement des affaires de la Chaire, André Courchesne, les revenus de commandites en argent sont les plus touchés.

*Tiré de Radio-Canada (web) 17 novembre 2009

Sollicitation de dons auprès des parents des usagers de moins de 14 ans

La Loi sur les services de santé et les services sociaux autorise maintenant les établissements de santé et de services sociaux à utiliser aux fins de sollicitation de dons, les noms, prénom et adresse du père ou de la mère d'un usager de moins de 14 ans. Cette modification à la loi est revendiquée par l'AFÉSAQ depuis 2006.



Félicitations

Félicitations à notre directeur de recherche, Gabriel Huot, qui a été choisi par la Fondation communautaire du grand Québec pour animer une conférence destinée aux jeunes philanthropes de la Fondation Franco-Albertaine qui se déroulera en mai prochain à Edmonton.



BNP
STRATÉGIES

Gestion philanthropique

www.BNPstrategies.com
Montréal - Moncton - Québec - Halifax