

les affaires

Les Affaires

Dossiers, samedi 11 avril 2009, p. 54

PHILANTHROPIE

Continuer à obtenir des dons malgré la crise

Objectif financier. Même si les sollicitateurs doivent travailler plus fort, les donateurs n'abandonnent pas les causes qu'ils appuient.

P. Théroux

La Fondation du maire de Montréal pour la jeunesse amorce une importante campagne de financement. L'organisme, qui offre des bourses et des services aux jeunes qui se lancent dans les affaires, veut récolter six millions de dollars entre 2009 et 2013.

Un objectif ambitieux, en ces temps de crise économique ? Certainement, d'autant plus que la Fondation ne cible que les entreprises dans sa quête d'argent ! " À nous d'être inventif et de trouver des approches originales pour convaincre les donateurs ", répond Liette Lamonde, directrice générale de la Fondation.

L'automne dernier, quand l'économie a commencé à se détériorer, l'organisme s'est demandé s'il ne valait pas mieux retarder la campagne.

" Nous avons évalué les risques et, comme nous étions déjà bien avancés dans notre démarche, nous avons poursuivi ", raconte Mme Lamonde.

Se lancer ou non ?

Rien n'empêche les organismes de bienfaisance qui sont en campagne majeure d'atteindre leur objectif, croit Ronald Montminy, président et associé principal de la firme d'experts-conseils en collecte de fonds Montminy Bédard & Associés.

En autant, précise-t-il, " que cet objectif ait été bien évalué au départ et que l'organisme ait recruté les leaders adéquats pour mener la campagne ".

Daniel Asselin, président du cabinet-conseil en collecte de fonds Épisode, abonde dans le même sens. " Il faut établir l'objectif financier avec soin, en demeurant des plus réalistes ", dit-il, en précisant que les donateurs les plus loyaux, en période difficile, ne laissent habituellement pas tomber les organismes qu'ils appuient.

Des occasions à saisir

Bien qu'il y ait une certaine inquiétude chez les organismes, " les résultats à ce jour, dans des campagnes majeures de financement que nous menons, s'avèrent généralement conformes aux attentes et échéanciers établis ", note Christian Bolduc, président et chef de la direction de la firme Bolduc Nolet Primeau.

L'incertitude freine néanmoins l'enthousiasme de bon nombre d'organismes. Cette hésitation laisse toute la place aux organismes qui poursuivent leurs activités de sollicitation, rappelle Daniel Asselin.

" Il y aura toujours des donateurs. Comme certains organismes deviennent moins actifs pour recueillir des dons, des occasions s'offrent à ceux qui poursuivent leurs collectes ", dit-il.

Nouvelles sources de dons

Si les organismes ne sont pas tous en campagne majeure de financement, la grande majorité mène toujours diverses activités annuelles de collecte de fonds. Et, ces jours-ci, " il faut travailler plus fort pour amasser de l'argent ", constate Stéphane Vaillancourt, pdg des Y du Québec.

" On sent bien que les donateurs sont plus frileux qu'avant, en particulier les entreprises ", note Chantal Provost, directrice de la Fondation les petits trésors de l'Hôpital Rivière-des-Prairies. La crise a incité la Fondation à renforcer son image. " On n'est pas connu comme Sainte-Justine ou le CHUM, par exemple, il faut accroître notre visibilité ", dit-elle.

Pour mieux se faire connaître, l'organisme a mis sur pieds des conférences sur la santé mentale. La Fondation a recruté Normand Brathwaite pour animer un spectacle qui se tiendra en mai pendant la Semaine de la santé mentale.

© 2009 Les Affaires