

# Comment s'assurer que les donateurs nous soient fidèles

Une bonne stratégie de communication et la reconnaissance de leur appui sont les deux ingrédients essentiels

Nathalie Vallerand

lesaffaires.redaction@transcontinental.ca

Le rêve de tout organisme philanthropique ? Pouvoir compter sur des donateurs qui délient fidèlement les cordons de leur bourse chaque année. Pour l'atteindre, deux ingrédients sont essentiels : une bonne stratégie de communication et la reconnaissance de leur appui.

Selon Monique Latour, directrice des événements spéciaux au Fonds de développement de l'Université de Montréal, il est impératif d'in-

former les donateurs sur les réalisations et sur le plan d'action de l'organisme qu'ils ont soutenu. « Ils veulent que leur contribution serve à quelque chose et savoir ce que nous faisons de cet argent. »

Pour cela, les moyens traditionnels demeurent efficaces : envoi de documents, production de vidéos, site Internet, contacts avec les médias, etc.

Dans le cas de grands donateurs, il faut aller plus loin en leur envoyant ses états financiers et de l'information plus personnalisée sur certains projets. Et on ne se limite pas aux

présidents des entreprises ! Les directeurs des ressources humaines, les vice-présidents aux finances, pour ne nommer que ceux-ci, jouent souvent un rôle important dans la décision de soutenir une cause.

## Savoir dire merci

Le volet reconnaissance permet plus d'originalité. À preuve, le programme de la **Fondation du maire de Montréal pour la jeunesse**, dont la mission consiste à aider de jeunes Montréalais à démarrer leur entreprise. Dès qu'une entreprise s'engage à donner

25 000 \$ et plus sur une période de cinq ans, une bourse est créée à son nom. Celle-ci est ensuite conviée à remettre sa bourse à l'occasion d'une cérémonie officielle à l'hôtel de ville de Montréal.

Ainsi, Saputo a remis trois bourses en 2004. « Quand c'est possible, nous jumelons l'entreprise donatrice à un jeune qui part en affaires dans le même secteur d'activité », explique Liette Lamonde, directrice générale de la Fondation.

Dans certains cas, l'entreprise donatrice pourrait même prendre le boursier sous son

aile avec une formule de parrainage qui va au-delà de la contribution financière. « Saputo le fait avec ses boursiers et nous envisageons d'étendre ce modèle », indique M<sup>me</sup> Lamonde.

## Un programme élaboré

Les programmes de reconnaissance traditionnels ont encore la cote. Celui du Fonds de développement de l'Université de Montréal, mis en place il y a trois ans, est très élaboré. Il prévoit quatre catégories de donateurs auxquelles correspondent différents privilèges.

D'abord *Les Amis de l'Université de Montréal*, pour les entreprises qui donnent annuellement 49 999 \$ et moins, reçoivent une lettre de remerciement. Celles qui contribuent de 50 000 \$ à 499 999 \$ font partie du *Club du recteur*. Leur nom est mentionné sur le site Internet et dans le rapport annuel du Fonds, et elles obtiennent des laissez-passer pour des activités culturelles.

Lorsque ses dons cumulatifs atteignent 500 000 \$ à 1 M\$, l'entreprise devient membre du *Cercle du chancelier*. En plus des privilèges de la catégorie précédente, elle voit son nom inscrit à un tableau d'honneur permanent et reçoit un certificat officiel. Enfin, la catégorie la plus sélecte, le *Cercle des ambassadeurs*, donne droit à un dîner annuel avec le recteur, en compagnie d'au-

tres grands donateurs.

L'Université de Montréal donne aussi à des salles ou des pavillons le nom de ses grands donateurs.

## Donner de la visibilité

Les entreprises sont de plus en plus exigeantes au chapitre de la reconnaissance qui leur est accordée, souligne Daniel Asselin, président de la société-conseil en philanthropie Épisodes. Elles veulent obtenir quelque chose en retour et, en particulier, de la visibilité. «

Il est judicieux de profiter de la tenue d'un événement pour honorer ses grands donateurs. « Un bon moment, c'est après cinq ans, vers la fin de son dernier versement, précise M. Asselin. Cela peut l'inciter à renouveler son engagement. »

Une autre façon de reconnaître l'apport des grands donateurs consiste à les faire participer à un comité quelconque ou à les intégrer au conseil d'administration. « Il faut leur donner la possibilité de prendre part aux décisions concernant l'organisme », souligne M. Asselin.

Par exemple, François Castonguay, président et chef de la direction d'Uniprix, et Jean-Pierre Léger, des Rôtisseries Saint-Hubert, qui appuient activement la **Fondation Charles-Bruneau**, font partie du conseil d'administration de cet organisme. ■

## EN BREF

### > LES FEMMEUSES

La 19<sup>e</sup> édition de l'expo-vente *Les Femmeuses* présente cette année quelque 150 œuvres signées par 90 femmes artistes connues ou appartenant à la relève en arts visuels.

Pour l'occasion, l'artiste canadienne Ann McCall, qui a participé à plus de 200 expositions un peu partout dans le monde, a accepté de créer une œuvre à tirage limité.

L'événement a lieu les 23 et 24 avril et se tient, comme à chaque printemps, chez Pratt & Whitney, à Longueuil. Les profits seront versés à sept maisons d'hébergement pour femmes et enfants victimes de violence conjugale de la

Rive-Sud de Montréal. En 18 ans, cette initiative a permis de leur remettre près de 900 000 \$.

### > CASSEZ VOTRE COCHON !

La 13<sup>e</sup> édition *Opération Cennes noires, tirelires et cie* de la Fondation des Auberges du cœur aura lieu le 21 avril. Les gens sont invités à apporter leur tirelire dans l'une des quelque 20 auberges du Québec.

Depuis sa création, la Fondation a remis 1 750 000 \$ aux Auberges du cœur. Depuis plus de 25 ans, les Auberges contribuent à l'insertion sociale de jeunes en difficulté et sans abri qui sont plus sujets au décrochage scolaire, à la détresse psychologique, à l'isolement, à la toxicomanie, à la criminalité et au suicide. La présidence de la Fondation

est assumée par l'ancien maire de Montréal, Jean Doré, aujourd'hui directeur principal au développement des affaires à la Caisse centrale Desjardins.

### > L'UNIVERSITÉ DE SHERBROOKE CHERCHE 90 MS

Après avoir clôturé son volet interne en recueillant plus de 8 M\$, soit 500 000 \$ de plus que son objectif, la campagne de financement *S'investir ensemble* de l'Université de Sherbrooke sort des murs de l'institution.

Henri-Paul Rousseau, président de la Caisse de dépôt et placement du Québec et diplômé de cette université, prend la relève de cette collecte de fonds majeure qui vise à amasser 90 M\$. ■ P.T.