

Le Devoir

Perspectives, samedi, 23 février 2002, p. B3

L'industrie du don de charité: Pas de magie dans la philanthropie

Une soirée pour amasser des fonds comme celle avec Bill Clinton est tout à fait exceptionnelle

Corriveau, Jeanne

Le passage à Montréal plus tôt cette semaine de Bill Clinton a eu un effet magique. Malgré les coûts engendrés par l'événement et la rémunération de 200 000 \$ qu'il a fallu consentir au conférencier-vedette, le discours de l'ancien président américain a rapporté d'intéressants profits aux organisateurs de la soirée, qui comptent verser une partie de cette somme à deux hôpitaux montréalais. Un coup d'éclat salué par les spécialistes qui gravitent dans l'univers de plus en plus concurrentiel de la philanthropie au Québec.

Dans le paysage du don de charité au Québec, la venue de Bill Clinton a un caractère exceptionnel. La personnalité de l'ex-président, sa notoriété et l'attrait qu'il suscite ont fait de lui une valeur sûre pour les organisateurs, qui s'étaient fixé pour but d'amasser 850 000 \$. Cet objectif a été atteint, assure Emmanuel Kalles, directeur général de la branche montréalaise d'ORT, un organisme non gouvernemental qui offre des services de formation technique et professionnelle dans une soixantaine de pays. Les profits, dont on refuse de dévoiler l'ampleur exacte, permettront de financer des programmes axés sur la technologie informatique à l'Hôpital de Montréal pour enfants et à l'hôpital Sainte-Justine.

Ce genre d'exploit n'est pas à la portée de tous, admet **Daniel Asselin**, président du Groupe **Épisode**, une firme de consultants spécialisée dans la collecte de fonds. L'entreprise requiert une bonne dose d'organisation, et il faut disposer d'un réseau de contacts étendu afin que l'aventure ne se transforme pas en fiasco financier. *"Aller chercher de l'argent, c'est uniquement une question de "networking". Si tu n'as pas de réseau, tu es mort"*, explique-t-il.

L'industrie québécoise de la philanthropie récolte environ 1,4 milliard de dollars, selon le Centre québécois de philanthropie. Mais le donateur québécois est un curieux personnage. Selon Statistique Canada, il figure au dernier rang au pays pour la taille du don qu'il verse à une oeuvre de charité, soit 100 \$ par année, alors que la moyenne canadienne se situe autour de 190 \$. Des chiffres qui ne correspondent pas à la réalité, proteste-t-on dans le milieu, car ils s'inspirent des données recueillies auprès de Revenu Canada, d'après les reçus émis pour fins d'impôts. Et justement, la moitié des Québécois ne réclament pas de reçu d'impôts pour une raison qu'André Verret, du Centre québécois de philanthropie, s'explique mal: *"Ils ont peur que le gouvernement sache qu'ils ont fait un don, et pourtant, il n'ont rien à craindre de ce côté, surtout quand les montants sont modestes. Je trouve ça étrange."* **Concurrence accrue**

De plus en plus nombreuses, les organisations philanthropiques doivent rivaliser d'imagination et d'originalité pour sensibiliser les Québécois à leur cause. *"Tant mieux s'il y a de plus en plus*

d'oeuvres de bienfaisance. Selon moi, c'est un signe de la santé de notre société, croit Michèle Thibobeaude De Guire, p.-d.g. de Centraide du Grand Montréal. Mais c'est sûr qu'il faut éviter les éparpillements."

Et toutes les causes n'ont pas le même attrait aux yeux des donateurs potentiels. **Daniel Asselin** en sait quelque chose. *"Les enfants malades, c'est "winner", mais les causes comme le logement social ou les problématiques entourant de jeunes contrevenants, par exemple, rendent plus laborieuses les démarches de sollicitation auprès des gens d'affaires. En contrepartie, les campagnes de financement impliquant la santé des enfants comportent des objectifs souvent plus élevés, ce qui rend la tâche plus ardue. Mais c'est une carte de visite plus intéressante au niveau marketing",* poursuit-il.

Certaines stratégies ont fait leurs preuves. Centraide mise sur les déductions à la source auprès des employés du secteur public et des entreprises pour récolter la moitié des contributions faites à titre individuel. La Société canadienne de la sclérose en plaques rejoint ses fidèles à l'aide d'envois postaux, complétant sa collecte de dons par l'organisation d'activités diverses: marches, marathons de lecture, campagne de l'oeillet, etc. D'autres comptent sur l'organisation de soirées-bénéfice, de tournois de golf, de tirages et de bingo. Les Québécois font d'ailleurs figure de champions dans cette catégorie et ils sont particulièrement friands de tirages et de bingo, une constatation qui ne réjouit pas nécessairement André Verret. *"Ils n'appuient pas une cause, ils achètent une chance de gagner quelque chose. Et souvent, ils ne savent même pas où vont les profits. C'est un aspect qu'il faudra corriger au Québec",* croit-il.

Mauvaise réputation

D'autres formules ne font pas l'unanimité. La sollicitation téléphonique a mauvaise réputation. **Daniel Asselin** ne la conseille pas à ses clients. De son côté, André Verret n'hésite pas à faire le procès de cette stratégie: *"Environ 80 % des commissions vont à la firme de télémarketing et avec ce qu'il lui reste, l'organisation doit notamment payer pour l'envoi de reçus de charité. En plus, 75 % des Québécois ne veulent pas se faire importuner à la maison."* L'expérience peut être pénible pour les organismes qui choisissent cette méthode. M. Verret cite le cas d'une compagnie qui, après avoir consenti une somme de 400 000 \$ à une entreprise de télémarketing, a finalement récolté des dons de 325 000 \$.

Quant aux téléthons, leur étoile a pâli à tel point que deux organisations importantes ont dû y renoncer au cours des dernières années compte tenu de la baisse des recettes et des coûts élevés engendrés par la tenue d'un tel événement. C'est le cas de la Fondation Jean-Lapointe, qui a mis fin à l'aventure après 13 ans en 1998. Du coup, elle a économisé 500 000 \$ et Guy Nadeau, son directeur général, indique qu'on a malgré tout réussi à maintenir les recettes au même niveau qu'à l'époque du téléthon. *"Sauf qu'on se rend compte que, sans la visibilité de la télévision, c'est plus difficile. Éventuellement, il faudra imaginer un autre moyen d'aller chercher cette visibilité si on veut rester en vie."*

Le téléthon demeure toujours une formule gagnante, si l'on en croit Victor Drury, directeur général de la Fondation de la recherche sur les maladies infantiles. La 25e édition de l'événement a permis d'amasser 4,3 millions l'an dernier et les dépenses engagées équivalent, bon an mal an, à 25 % des recettes, précise-t-il. André Verret doute de ces prétentions et croit que les téléthons sont plutôt voués à la disparition. Les restrictions imposées au Québec, notamment l'obligation de verser des cachets de l'Union des artistes aux participants et le temps d'antenne qu'il faut payer, constituent dès le départ un sérieux handicap.

Les fortunes familiales

Si les méthodes changent, le visage du mécénat aussi. Enracinée depuis longtemps dans la communauté anglophone du Québec, la philanthropie prend de l'ampleur chez les francophones depuis une vingtaine d'années. *"Il y a de grandes fortunes familiales qui vont prendre la relève des traditionnelles collectes de fonds dans le milieu des entreprises. Elles vont devenir des bailleurs de fonds importants dans des projets majeurs, ce qu'on ne pouvait espérer avant"*, indique **Daniel Asselin**.

Après avoir établi leurs empires, les Chagnon, Péladeau, Lemaire et Coutu consacrent des sommes de plus en plus importantes aux bonnes causes tout en s'assurant de laisser des preuves tangibles de leur générosité, comme la Fondation Lucie et André Chagnon, qui vient de créer une chaire portant son nom à l'Université Laval. *"C'est la tendance d'un peuple qui s'enrichit"*, constate **Daniel Asselin**.

"La philanthropie et la collecte de fonds sont devenues davantage une "business" au cours des cinq-dix dernières années avec la présence de professionnels dans le domaine, poursuit le consultant. Il y a maintenant des cours qui se donnent à McGill, à l'UQAM et à l'Université de Montréal, mais on en est encore aux premiers balbutiements, surtout si on se compare aux États-Unis où sont offerts des programmes de maîtrise et de baccalauréat."

L'essor de cette industrie n'est pas sans risques, prévient André Verret, qui estime que, sur les 15 000 organismes de charité au Québec, 400 peuvent être considérés comme "bidons". L'absence de réglementation au Canada et la facilité avec laquelle il est possible d'obtenir une charte pour créer une fondation n'ont rien pour décourager la fraude, d'autant plus condamnable qu'elle mise sur la compassion. *"Je prêche dans le désert depuis 1972. Et je suis toujours dans le désert aujourd'hui"*, conclut-il.

Illustration(s) :

Nadeau,

Jacques

L'industrie québécoise de la philanthropie récolte environ 1,4 milliard de dollars annuellement.

© 2002 *Le Devoir*. Tous droits réservés.