

Dossiers, samedi 10 avril 2010, p. 56

PHILANTHROPIE

Choisir le bon porte-parole

Duhamel, Alain

Savoir choisir son porte-parole est un élément déterminant de la stratégie d'une collecte de fonds ou d'un événement bénéfice réussis.

" C'est un point majeur, dit Anière Lecoq, pdg de la Fondation de l'hôpital Sainte-Justine. Qu'il s'agisse de Céline Dion, de Charles Lafortune, de Véronique Cloutier ou d'un joueur des Canadiens, le lien qui s'établit entre la cause et son porte-parole est la clé du succès. "

André Ducharme, du groupe RBO, et Isabelle Brasseur, médaillée olympique de patinage artistique, ont étudié au collège Edouard-Montpetit et sont aujourd'hui les porte-parole du fonds de développement de l'institution. " Un lien naturel ", dit Isabel Létourneau, directrice du fonds.

Le groupe Mes Aïeux, lui, apporte son soutien à la Maison du développement durable dont le chantier vient de s'ouvrir à Montréal. " Ils véhiculent dans leurs chansons des valeurs sociales et environnementales qui correspondent aux nôtres, dit Krystel Papineau, chargée de projet, communications et collecte de fonds, de l'organisme. Ce sont des gens engagés. "

Une note positive

Les organismes de bienfaisance demandent à leurs porte-parole de prêter leur nom, leur image, leur voix et leur capital de sympathie à leurs causes. " Dans notre cas, notre porte-parole nous apporte une couverture médiatique positive, dit Benoît Tremblay, directeur de la Fondation de l'hôpital Sacré-Coeur. Et ce n'est pas ce qu'on entend le plus souvent dans l'actualité au sujet des hôpitaux. "

" Toute cause est bonne, mais si en plus vous avez une personne connue qui y est associée, cela fait une différence, dit Élane Myre, directrice générale de la Fondation Martin Matte. Cela ne garantit pas des dons, mais cela permet d'ouvrir des portes, d'obtenir une écoute. "

Martin Matte a mis sur pied la fondation qui porte son nom en 2007 dans le but de venir en aide aux victimes de traumatisme crânien, comme son frère. L'humoriste, porte-parole et président de sa fondation, a non seulement un lien personnel avec la cause qu'il promeut mais il en est aussi le créateur, une situation peu commune dans l'univers philanthropique québécois. L'humoriste transmet son message partout, la cause est désormais dans le domaine public. Mais la campagne principale de fonds, elle, demeure sous la direction d'un cabinet de campagne présidé par des chefs d'entreprise bien connus, deux Lavallois comme Martin Matte, Jean-Pierre Léger, président des Rôtisseries St-Hubert, et Kasimir Olechnowicz, président de Cima +. La campagne, étalée sur cinq ans, a pour objectif d'amasser 3,7 millions de dollars qui serviront à l'aménagement de maisons adaptées pour les victimes de traumatisme crânien.

Des liens tissés serrés

Les fondations et les organismes de bienfaisance recrutent les têtes dirigeantes d'une campagne de financement ou d'un événement-bénéfice avec les mêmes critères généraux qui ont prévalu au choix d'une personnalité publique, réseaux d'affaires et de contacts en plus. Les gens d'affaires adoptent une cause parce qu'elle les touche et parce qu'ils croient que leur engagement en tant qu'ambassadeur ou membre d'un conseil d'administration mène à l'action.

" Pierre Boivin, Marc Tellier, Joey Saputo ou Carlos Ferreira ont des liens tissés serrés, la cause des enfants est importante pour eux, dit Anièle Lecoq. Une fondation agit comme un levier, elle peut aider à changer les choses car elle permet d'obtenir des résultats plus rapidement. "

TROIS CRITÈRES POUR CHOISIR UNE PERSONNALITÉ COMME PORTE-PAROLE

- > Elle doit avoir un lien avec la cause
- > Elle doit être appréciée du public cible des donateurs
- > Elle doit être crédible

Source : Épisode

Pour les organismes philanthropiques, il est essentiel de créer des liens avec des gens d'affaires prêts à s'engager. Ceux-ci deviennent de véritables ambassadeurs de la cause. Des organismes expliquent comment faire le bon mariage entre une personnalité et une cause. Plus, un portrait de trois personnalités engagées, Pierre Boivin, Mélanie Joly et Carlos Ferreira, qui nous disent ce qui les anime dans leurs activités philanthropiques.

dossiers@transcontinental.ca

© 2010 Les Affaires. Tous droits réservés.