

L'enjeu de la sollicitation de dons pour l'œuvre paroissiale

Présenté par Me Christian Bolduc,
Président-Directeur général,
BNP Stratégies

13 et 20 Septembre 2014





Qui sommes-nous ?

- Cabinet-conseil fondé en 1999
- Spécialisé en collecte de fonds
- Actif partout au Québec et dans la région de l'Atlantique
- Siège social situé à Montréal
- Bureaux régionaux à Québec, Moncton et Halifax
- Le plus important cabinet-conseil sur ce territoire



Qui sommes-nous ?

- 2 associés
- 18 consultants en collecte de fonds
- 13 pigistes en communication, rédaction et traduction
- 5 employés de soutien
- Un service de recherche





Nos services

- ✓ Campagne majeure
- ✓ Étude précampagne
- ✓ Diagnostic organisationnel et planification stratégique
- ✓ Programme de Dotation et de dons planifiés
- ✓ Services juridiques
- ✓ Campagne annuelle
- ✓ Recherche de cadres
- ✓ Mise en place d'associations de diplômés
- ✓ Programme de dons majeurs





Notre feuille de route

- ✓ Près de 500 mandats
- ✓ 113 études précampagne
- ✓ 153 campagnes majeures
- ✓ 13 programmes de dotation et de dons différés
- ✓ 19 planifications stratégiques





La philanthropie en 2014

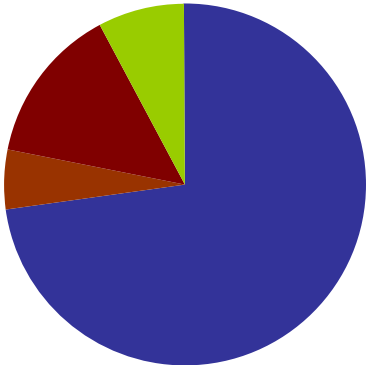


Dons aux États-Unis

Fondations
41,67 milliards \$
14 %

Entreprises
14,55 milliards \$
5 %

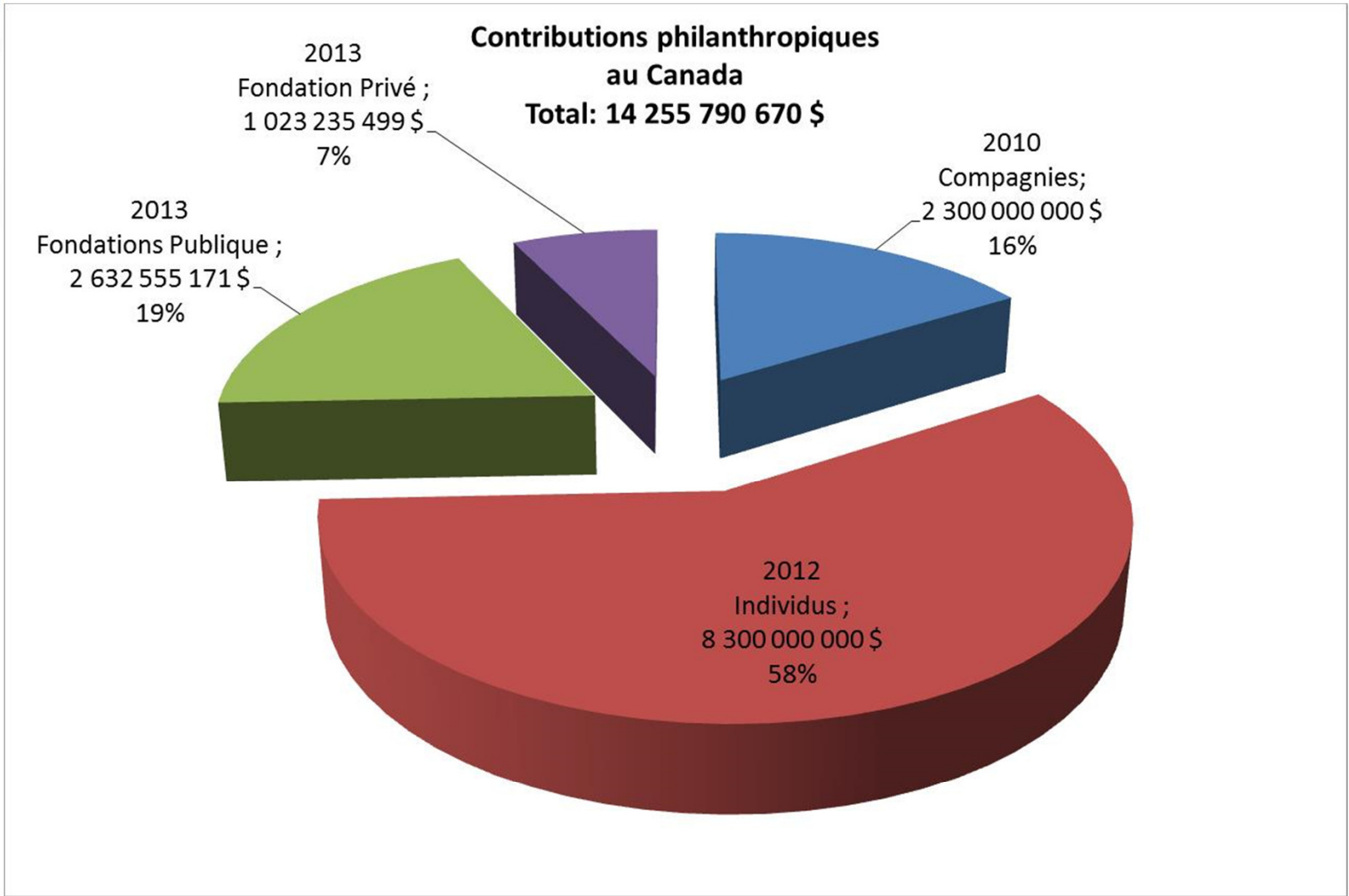
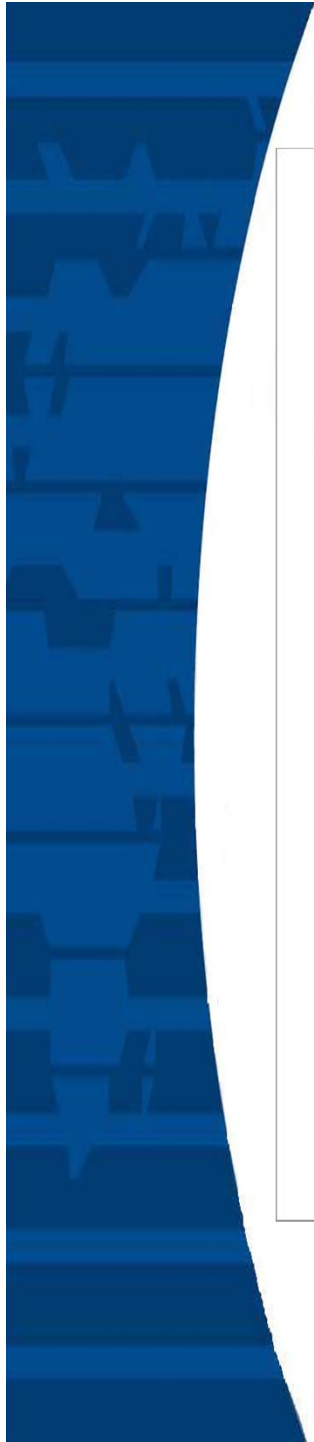
Successions
24,41 milliards \$
8 %



Individus
217,79
milliards \$
73 %

Source : Giving USA, 2012





Donateurs individuels au Canada 2010

	Dons	Don médian	% de donateurs
Canada	8 253 210 000 \$	260 \$	23,44 %
Québec	822 290 000 \$	130 \$	21,93 %

Source : Statistique Canada, tableau 111-0001, 2011

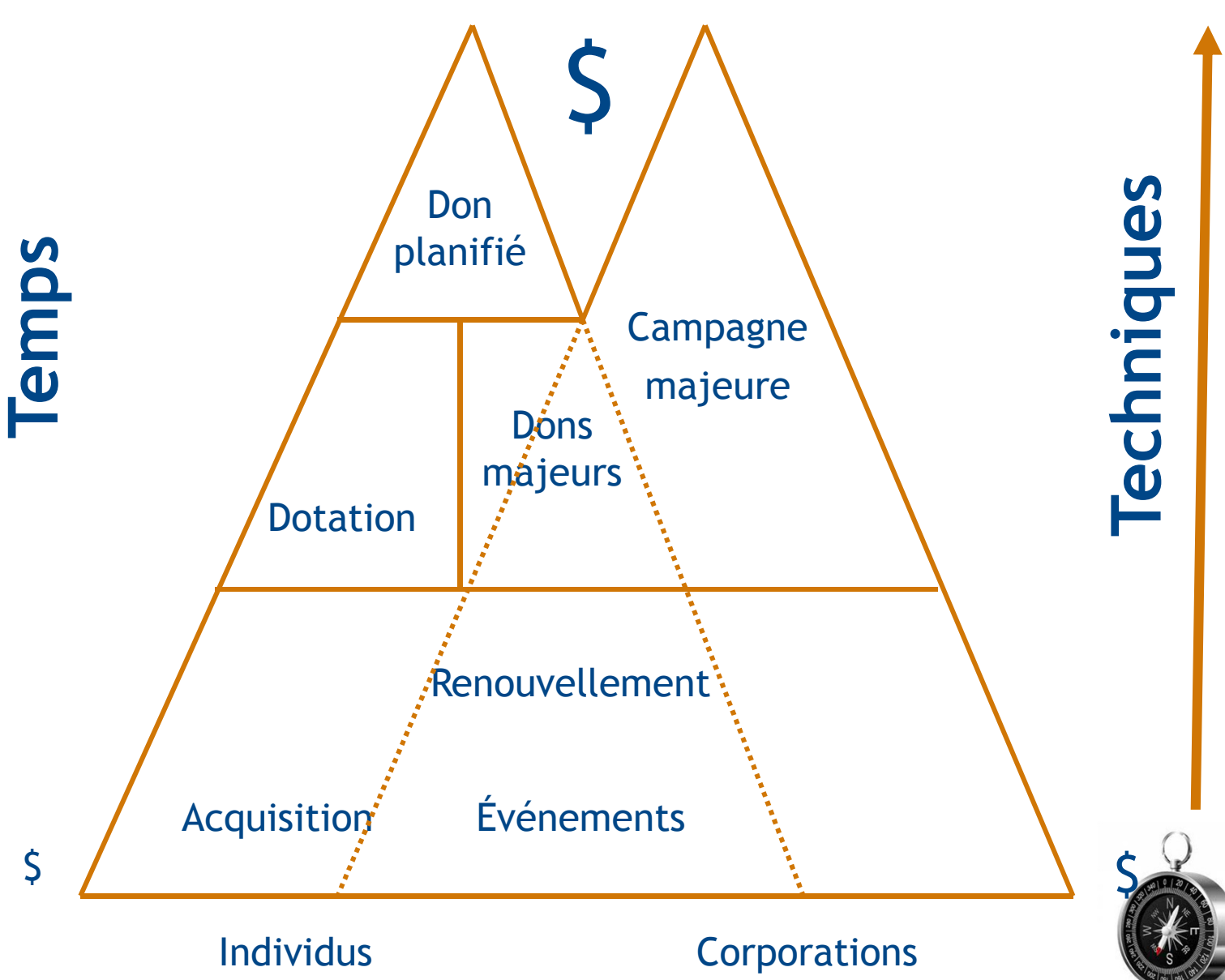
Cause de la différence significative entre le Québec
et les autres provinces ?

Des hypothèses:

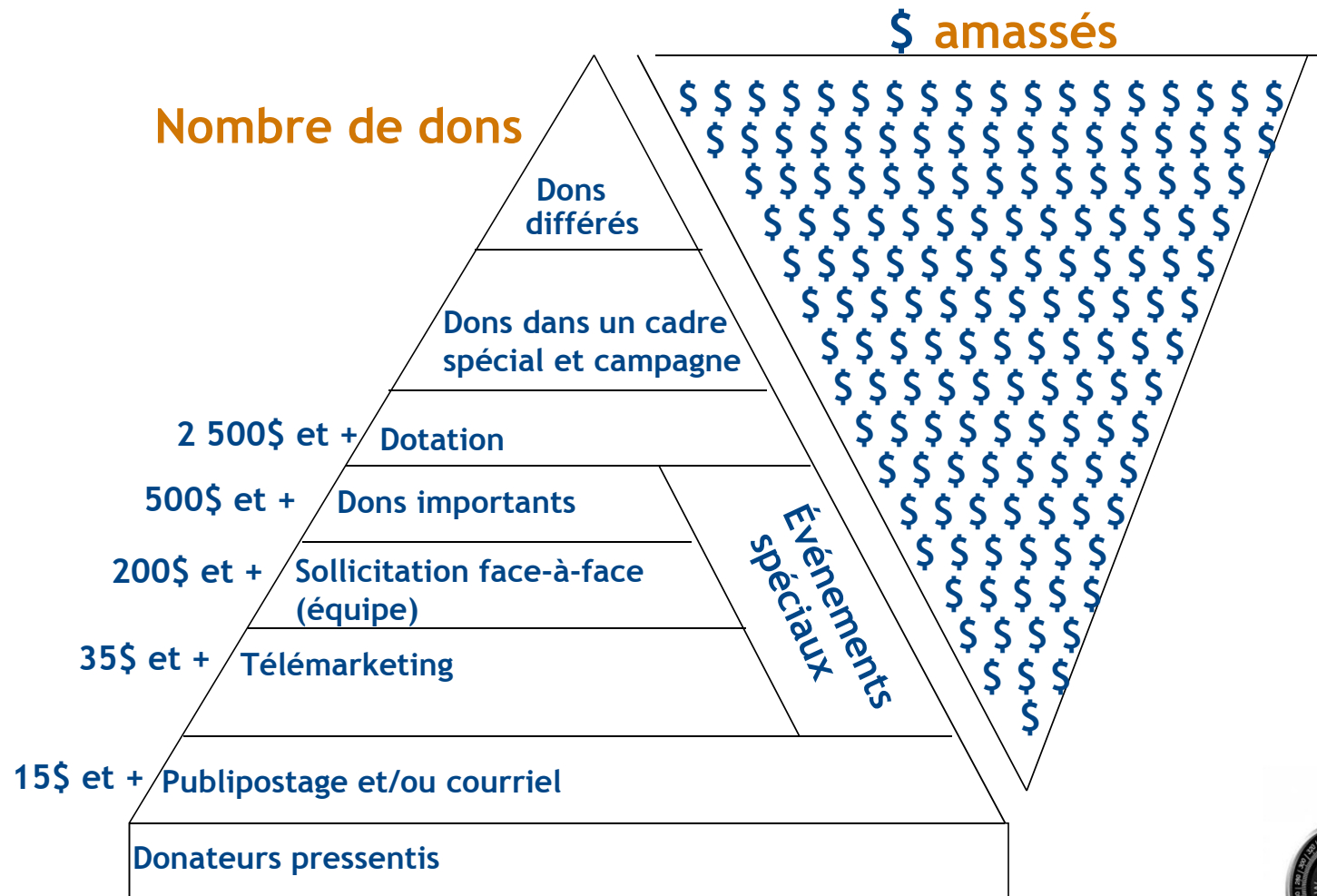
- I Un investissement moins grand dans les ressources rémunérées en philanthropie ?
- II Une plus grande solidarité démontrée via une charge fiscale plus élevée et des programmes sociaux plus généreux ?



La pyramide des dons



Pyramide des dons



Les tendances actuelles en philanthropie

- I Les donateurs se conçoivent de plus en plus comme des **investisseurs** et veulent cibler à quoi ils contribuent et mesurer l'impact de leur contribution. D'où la nécessité de se doter de raisons d'être de collecte de fonds.
- II Les **donateurs** veulent être informés: Ce que vous faites, vos défis & vos succès, ce que vous réalisez avec leurs contributions et le respect de la reconnaissance prévue.
- III Les **partenaires corporatifs** ciblent davantage leurs dons, limitent le nombre de causes et les contributions aux événements, donnent davantage aux causes soutenues, apprécient un retour sur l'investissement mais le budget de dons augmente peu.



Les tendances actuelles en philanthropie

- IV Après des années de faibles rendements et de pertes sur leurs investissements, les **fondations privées** recommencent graduellement à réinvestir dans la communauté et à accepter de nouvelles causes.
- V Les **individus** représentent la zone de croissance la plus forte en contributions avec la vente de leurs entreprises et le plus important transfert générationnel de l'histoire (1 000 milliards \$ d'ici 20 ans au Canada).
- VI Les **communautés religieuses** donnent moins, supportent les organismes qu'elles ont fondés et préparent la relève (Institut Mallet).
- VI Les **bénévoles** ont de moins en moins de temps à consacrer à la cause soutenue. Leurs efforts doivent donc être investis dans les opérations les plus rentables. Durée d'implication moins grande chez les **jeunes**.



Les tendances actuelles en philanthropie

- VII** Les participants aux événements bénéfiques recherchent davantage une expérience différente et apprécient les défis sportifs

- VIII** L'impact des médias sociaux permet d'obtenir davantage de dons spontanés et de rejoindre notamment les nouvelles générations.



Les trois temps de la collecte de fonds

Court terme

Campagne
annuelle

Moyen terme

Campagne
majeure
Dotation

Long terme

Dons
planifiés



Qu'est-ce que la campagne annuelle ?

- La sollicitation des donateurs connus;
- L'acquisition de nouveaux donateurs;
- Les dons in memoriam, in honoriam;
- Les dons majeurs et projets spéciaux;
- Les activités-bénéfices;
- Les activités de type commercial.



Ne font pas partie de la campagne annuelle :

- La dotation et les dons planifiés;
- La campagne de financement pluriannuelle (majeure)



La sollicitation des donateurs connus



Donateurs connus

Techniques de sollicitation :

- Les quêtes
- Le publipostage & sollicitation courriel
- Le télémarketing
- La sollicitation face à face



L'acquisition de nouveaux donateurs



Acquisition

Les donateurs ne viennent plus à nous ?
L'Église doit se rendre à eux !

Donateurs :

- Lien avec la cause: Croyant ou non, pratiquant assidu, occasionnel ou pas du tout

Base de données:

- Nom
- Adresse
- Courriel
- Téléphone
- Lien avec la cause
- Famille
- Contributions antérieures



Acquisition

Captivité indirecte : coordonnées à obtenir:

- Résidents du territoire desservi;
- Visiteurs;
- Contributeurs annuels ou occasionnels;
- Participants aux activités-bénéfices.



Les dons majeurs et projets spéciaux



Les dons majeurs

Trois conditions :

- Le donateur a des biens;
- Le donateur apprécie la cause;
- Le donateur apprécie le sollicitateur.



Les dons majeurs

Le programme de dons majeurs :

- Repose sur une relation qui se renforce entre un donateur nanti et la cause;
- S'inscrit dans le cheminement normal du donateur majeur (pyramide des dons).



Les dons majeurs

Qui?

Quelqu'un qui rehausse son don;

Recherche des nantis :

- dans la base de données;
- parmi les « usagers »;
- dans la communauté.



Les dons majeurs

Étapes typiques :

- Un appel téléphonique de remerciement ou une visite de création de lien;
- Une visite des lieux;
- Une rencontre avec les gens qui agissent dans les champs d'intérêt du donateur;
- Une proposition de don majeur assortie d'un témoignage de reconnaissance approprié.



Les projets spéciaux

Projet spécial:

- Financer un projet spécifique;
- En une année;
- Au moyen de quelques dons majeurs.



Dons majeurs et projets spéciaux

Les projets spéciaux

Tous les donateurs majeurs potentiels ne se manifestent pas d'eux-mêmes.

Le développement d'un projet spécial peut les révéler.

Bel exemple:

- « La Paroisse Sainte-Trinité de Rouyn-Noranda remercie monsieur Michel Lucien Rowan et sa famille de leur généreux don de 60 000\$ pour la modernisation du système de cloches de la cathédrale Saint-Joseph »



Les 4 piliers d'une campagne

1

Raison d'être
Des besoins urgents

2

Leadership
Des leaders intéressés
et impliqués

3

Donateurs
Des donateurs prêts
à contribuer

4

Plan
Plan et échéancier
réaliste étape par étape



Les techniques de sollicitation



La sollicitation en personne (face-à-face)

1
Préparez votre visite
de sollicitation

2
Décrivez votre expérience
personnelle auprès de
l'organisme

3
Demandez un
montant précis

4
Confirmez la promesse
de don par écrit



Campagne majeure ou pluriannuelle

- a) Campagne majeure finance un ou quelques projets précis;
- b) Campagne majeure recueille ordinairement des promesses de dons étalées sur 3-5 ans;
- c) Campagne majeure ne se répète pas avant 5-10 ans;
- d) Campagne majeure se réalise sur 6 à 12 mois;
- e) Campagne majeure ne remplace pas la quête;
- f) Campagne majeure s'ajoute à la dîme;
- g) Loi de Pareto (80-20).



Exemple de besoins pour une campagne annuelle

Résumé des projets

Nouvel orgue pour le chœur	25 000 \$
Peinture des entrées et de la sacristie	35 000 \$
Fenestration de la sacristie	50 000 \$
Contribution aux services diocésains	30 000 \$
Entretien régulier	80 000 \$
Services pastoraux et administratifs	<u>40 000 \$</u>

TOTAL : 260 000 \$



Exemple de besoins pour une campagne majeure

Objectifs financiers	Coûts estimés	En subvention	À recueillir en campagne de financement
RÉPARATIONS À L'ÉGLISE: Phase 1- En 2015 ✓ Travaux en sous-œuvre ✓ Imperméabilisation du solage ✓ Maçonner sur le mur de la façade ✓ Consolidation de la fondation du clochers ✓ Construction d'un nouveau parvis	1 500 000 \$	1 000 000 \$	500 000 \$
Phase 2- Printemps 2016 Travaux en sous-œuvre Maçonnerie sur le mur du côté nord	500 000 \$	350 000 \$	150 000 \$
Phase 3- En 2017 Maçonnerie sur le mur côté sud Peinture des fenêtres	500 000 \$	350 000 \$	150 000 \$
Fonds de dotation pour les services pastoraux	700 000 \$		700 000 \$



Merci!

