



## Daniel Lapointe

2020 | 232 pages

978-2-7605-5428-3 **35,00 \$** PAPIER

978-2-7605-5429-0 **25,99 \$** PDF

978-2-7605-5430-6 **25,99 \$** EPUB

# LA GESTION PHILANTHROPIQUE

## Guide pratique pour la collecte de fonds

### 2<sup>e</sup> édition

Le secteur de la philanthropie se développe et se professionnalise. L'improvisation cède la place à des stratégies et à des tactiques qui ont fait leur preuve. Des méthodes éprouvées de collecte de fonds sont dorénavant appliquées, et leur rendement est mesuré avec une rigueur sans précédent. Les attentes des donateurs sont par ailleurs plus élevées que jamais : ils s'attendent à ce que les organismes caritatifs gèrent avec compétence l'argent qu'ils leur confient et consacrent la plus grande part de leurs ressources aux activités charitables.

L'objectif de cet ouvrage est d'aider les professionnels et les bénévoles des organismes de bienfaisance à atteindre un haut niveau d'efficacité et d'efficience dans leurs démarches de sollicitation. Présentant les rudiments des principaux programmes de collecte de fonds et offrant des conseils pour favoriser la réussite des activités de financement, l'auteur répond aux nombreuses questions que se posent les personnes engagées en philanthropie. Quelles sont les clés du succès de chacune des méthodes de sollicitation ? Comment aborder les chefs d'entreprise ? Quels sont les éléments de base d'une demande de financement adressée à une fondation privée ? Toutes les dimensions relatives à la gestion philanthropique sont traitées, de l'organisation d'un événement-bénéfice à la mise en place d'un programme de dons planifiés. Plus particulièrement, la 2<sup>e</sup> édition de *La gestion philanthropique* présente des données statistiques mises à jour en 2018 et aborde de nouveaux aspects, notamment les règles de l'Agence du revenu du Canada pour délivrer les reçus aux donateurs et les sujets d'actualité qui intéressent le milieu de la philanthropie au début de la décennie 2020 (par exemple la collaboration entre organismes et l'après COVID-19).

# TABLE DES MATIÈRES

# AUTEUR

## INTRODUCTION

### CHAPITRE 1

#### Un portrait sommaire de la philanthropie au Québec

- 1 Les principales causes soutenues
- 2 Les Québécois moins généreux ?
- 3 Les personnes âgées, les gens à l'aise financièrement et les diplômés universitaires donnent plus
- 4 La provenance des ressources financières des organismes de bienfaisance du Québec
- 5 En résumé

### CHAPITRE 2

#### Les notions fondamentales en gestion philanthropique

- 1 La pyramide des donateurs
  - 2 Le cycle du donateur
  - 3 Les cercles concentriques
  - 4 L'importance de la dimension relationnelle et de la culture philanthropique
  - 5 Le plan de développement
  - 6 La gestion des bénévoles
- Conclusion

### CHAPITRE 3

#### Le marketing relationnel (le publipostage, le télémarketing et les courriels)

- 1 Le publipostage
- 2 Le télémarketing
- 3 Les facteurs clés de succès

### CHAPITRE 4

#### L'événement-bénéfice

- 1 Les nombreux objectifs des événements-bénéfice
- 2 De la pertinence de tenir un événement-bénéfice
- 3 L'organisation de l'événement-bénéfice
- 4 Les motivations derrière la participation à un événement-bénéfice
- 5 L'événement écoresponsable
- 6 Les facteurs clés de succès

### CHAPITRE 5

#### Les dons et les commandites d'entreprises ainsi que les partenariats commerciaux

- 1 Le don d'entreprise
- 2 La commandite d'entreprise

- 3 Le partenariat commercial
- 4 Les facteurs clés de succès

### CHAPITRE 6

#### Les fondations privées et publiques

- 1 Comment obtenir le soutien financier des fondations privées ?
- 2 Le point de vue des fondations
- 3 Les fondations communautaires
- 4 Les facteurs clés de succès

### CHAPITRE 7

#### Les dons majeurs et les dons planifiés

- 1 Les dons majeurs
- 2 Les dons planifiés
- 3 L'approche intégrée (*blended gifts*)
- 4 Les facteurs clés de succès

### CHAPITRE 8

#### La campagne majeure

- 1 Les trois caractéristiques de la campagne majeure
- 2 L'étude de faisabilité
- 3 La campagne majeure : de l'étude de faisabilité à l'action
- 4 L'argumentaire
- 5 Des organismes caritatifs québécois cherchent à innover
- 6 Les nombreux avantages de la campagne majeure
- 7 Les facteurs clés d'une campagne majeure réussie

### CHAPITRE 9

#### Cadre administratif d'un organisme de bienfaisance

- 1 Les obligations légales et réglementaires
- 2 Les documents constitutifs et les politiques internes
- 3 La remise de reçus
- 4 Le rôle des administrateurs en matière de collecte de fonds

### CHAPITRE 10

#### Des sujets d'actualité

- 1 L'utilisation des médias sociaux
- 2 Les attentes des donateurs
- 3 L'enjeu de la collaboration
- 4 Le vieillissement de la population
- 5 La professionnalisation du secteur de la philanthropie
- 6 L'après-COVID-19

### ANNEXES

**DANIEL LAPOINTE** (M.B.A., HEC Montréal ; M.A., sciences politiques, UQAM) est président de Focus OSBL service conseil. Au cours de sa carrière de plus de 35 ans, il a dirigé des associations sans but lucratif des secteurs jeunesse, financier, culturel et de la santé telles que Katimavik, l'Institut canadien des actuaires, la Société canadienne de l'hémophilie et la Fondation du CUSM, où il a piloté la fusion avec la Fondation de l'hôpital Royal Victoria. Il enseigne depuis 2011 au certificat en gestion philanthropique de l'Université de Montréal.

Financé par le  
gouvernement  
du Canada

Funded by the  
Government  
of Canada

Canada

SODEC

Québec



#### Distribution

Canada : Prologue inc.  
Belgique : SOFEDIS / SODIS

France : SOFEDIS / SODIS  
Suisse : Servidis SA



418 657-4399  
puq@puq.ca



Presses  
de l'Université  
du Québec

50 ans  
de savoir