

Pour écouter la conférence,  
cliquez ici!

20  
ans

À vivre la philanthropie !

PHILANTHROPIE 3.0, MYTHE OU RÉALITÉ?

20 octobre 2020

# Bienvenue - français Reconnaissance du territoire

Nous aimerions commencer par reconnaître la nature autochtone des nombreux territoires de l'île de la tortue (Canada) où nous travaillons et où nous résidons. Ces territoires constituent l'habitat de nombreux Peuples Autochtones qui y ont vécu depuis des dizaines de milliers d'années, et qui y vivent encore aujourd'hui. En tant que colons, immigrants et leurs descendants, et en tant que visiteurs, nous honorons et nous respectons les nombreux Peuples Autochtones de cette terre et de ce territoire et nous espérons un avenir plus juste, ensemble.

**Ióh** - mohawk/kanienke : haka

**Kolipaio** - bènaki

**Yihéh** - wendat

**Mino pijaok** - algonquin/anicinabe

**Miro pelcak** - atikamekw/nehrowisiw

**Wachiya** - cri/éeyou

**Minatakushini** - innu

**Ai** - inuktitut

**Weltasualunog** - mi'kmaq

**Nimiwaitan Takuasenen** - naskapi

**Ulasuweltomon** - malécite

# Présentation du conférencier

**DANIEL H. LANTEIGNE, CFRE, CRHA**

**Consultant, philanthropie et ressources humaines  
Chargé de cours, Certificat en gestion philanthropique**



Professionnel de la philanthropie depuis plusieurs années, Daniel H. Lantaigne, CFRE, CRHA a déjà une feuille de route bien remplie, ayant déployé de nombreuses stratégies porteuses de gestion des ressources humaines, de mobilisation, d'implication communautaire et de collecte de fonds.

Il a d'ailleurs reçu la Médaille du Lieutenant-gouverneur pour mérite exceptionnel (or), en reconnaissance de ses « actions bénévoles et philanthropiques hors du commun » et recevra la Médaille de l'Assemblée nationale plus tard cette année pour sa contribution et son engagement philanthropique.

Il agit à titre de consultant en philanthropie et ressources humaines au sein du cabinet de services-conseils BNP Performance philanthropique et est chargé de cours au Certificat en gestion philanthropique de l'Université de Montréal.

En 2019, il a été identifié comme « jeune leader » et a été retenu pour participer au Programme de certification du Collège des administrateurs de sociétés, menant à la désignation d'Administrateur de sociétés certifié (ASC) prévue la fin 2020. Il siège sur plusieurs conseils d'administration et comités consultatifs, notamment sur le conseil de la section du Québec de l'Association des professionnels en philanthropie (AFP) depuis juin 2017 et agit présentement à titre de président désigné.

# Sommaire et objectifs

## SOMMAIRE

La collecte de fonds a subi un impact majeur avec la pandémie. À l'heure des bilans, nous vous proposons un tour d'horizon des pratiques et une réflexion sur les conditions à mettre en place pour relancer le financement de notre organisation. Virage numérique, blockchain, mutualisation, évolution des donateurs et transformation de notre écosystème philanthropique ne seront que quelques-uns des aspects à considérer pour passer en mode « philanthropie 3.0 ».

Mais au-delà de toute transformation sectorielle, plus que jamais, la confiance demeure fragile et tributaire des cas médiatisés. Et c'est dans ce contexte que la philanthropie 3.0 nous ramènera peut-être à l'essentiel : les rapports humains.

## OBJECTIFS

- Prendre un pas de recul pour s'arrimer à l'écosystème philanthropique;
- Explorer à haut niveau les éléments perturbateurs;
- Aborder la « transaction du don » comme étant uniquement une partie de la relation;
- Et ultimement, se remettre en question.

# Bonnes pratiques pour le déroulement

## QUESTIONS

- Tout au long de la rencontre, veuillez inscrire vos questions directement dans la zone « Q&A » prévue à cet effet. Une période sera conservée à la fin pour y répondre.

## MATÉRIEL DIFFUSÉ

- Les participants auront accès au matériel diffusé lors de la rencontre (format PDF). L'enregistrement sera également disponible peu après la rencontre.



# CONTEXTE



# Mise en contexte 3.0

Intelligence artificielle

Évolution des donateurs / culture philanthropique

Virage numérique

Relations avec les donateurs

Blockchain

Retour à la mission

Bitcoins

Mutualisation



# Mise en contexte 3.0

1.0

Charité

Devoir

2.0

Changement

Impact

3.0

Culture de l'impact

Retour à l'essentiel

Mutualisation



# Impact significatif de la COVID-19

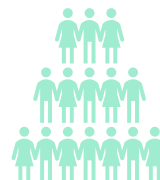
Avant



170 000  
OBNL



85 000  
OBE

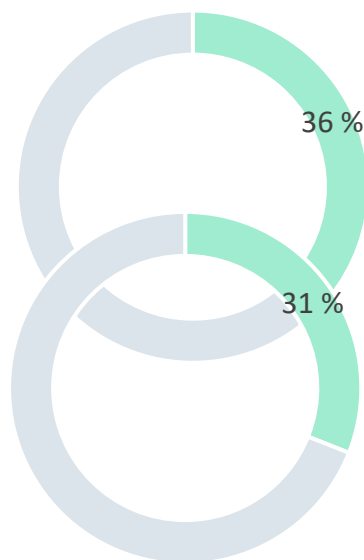


2,4 M  
saliés



8,1 %  
PIB

Pendant



Mises à pied temporaires\*

Arrêt des événements  
Ajustement de la méthode de travail  
Demande un prêt ou ouvre la marge de crédit

# Impact significatif de la COVID-19

Augmentation des besoins des personnes les plus vulnérables



Diminution du plus grand bassin de bénévoles et du nombre de donateurs potentiels

## Selon Imagine Canada :

- les pertes de revenus pourraient s'élever à 15,6 milliards de dollars en 2020
- environ 194 000 employés pourraient perdre leur emploi
- 1 organisme sur 5 pourrait ne pas survivre à la pandémie

# Un fragile équilibre fréquemment perturbé

## les affaires

### Philanthropie : grandes causes, gros salaires

Par Olivier Schmouker  
Publié le 12/12/2008 à 09:00

## LEDEVOIR

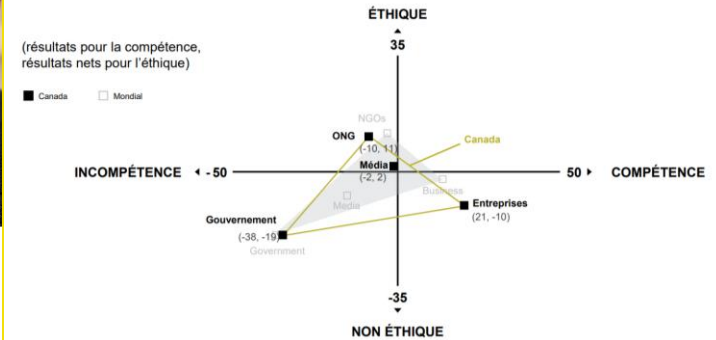
### Heurs et malheurs de la «charity business»



Le Dr Julien et sa femme présentent des excuses aux employés et gestionnaires de leur fondation

### AUCUNE INSTITUTION N'EST À LA FOIS COMPÉTENTE ET ÉTHIQUE

(résultats pour la compétence, résultats nets pour l'éthique)



### Vague de démissions à La Pépinière espaces collectifs

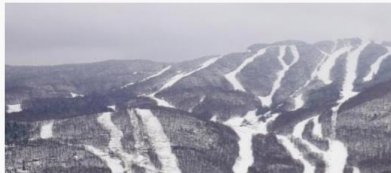
Publié le 26 août 2020 Rattrapage du 26 août 2020 : Démissions à la Pépinière et boycottage de commerces

16 h 38 - Dénonciation de la mauvaise gestion à La Pépinière 8:34

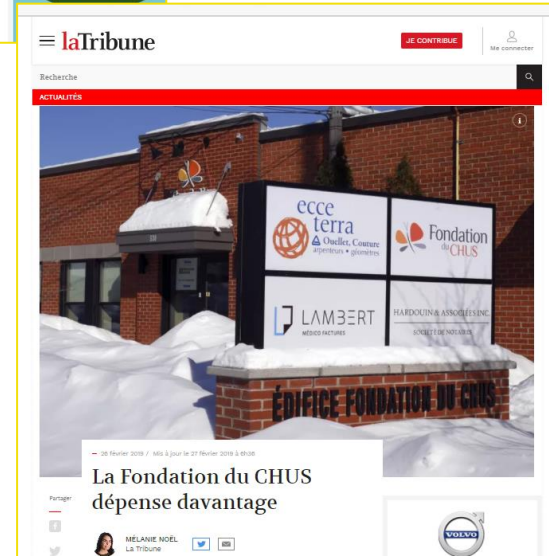
## Fondation 24 h Tremblant: la charité qui coûte cher

## LEDEVOIR

### La fresque de la discorde du MBAM



THE 2020 CHARITY  100





# LES RELATIONS HUMAINES AU CŒUR DE NOTRE PROFESSION



Prendre un pas de recul

QUAND ?

# Prendre un pas de recul

COMMENT ?

COMMENT !



29M\$

1700



REVENIR À LA  
BASE ET SE  
REMETTRE EN  
QUESTION

# Assurez-vous de connaître, mieux qu'un autre OBE, vos donateurs

Le savoir, c'est le pouvoir.

La croissance des campagnes de sociofinancement et des plateformes de médias sociaux, tel que Facebook et PayPal limitent les données des donateurs que vous pouvez capter.

5

## avantages des données pour votre organisme

- Vous connaissez le profil de vos donateurs avant de les solliciter
- Vous connaissez leurs comportements et leur fréquence de dons
- Vous pouvez préparer des arguments adaptés lors de la sollicitation
- Vous pouvez les solliciter sur un projet en fonction de leurs centres d'intérêts
- Vous pouvez les solliciter au bon moment

# Assurez-vous de connaître, mieux qu'un autre OBE, vos donateurs



## 10 CHOSES À CONNAÎTRE SUR VOS DONATEURS

- 1 Les coordonnées et les renseignements généraux
- 2 Les centres d'intérêts
- 3 Les causes soutenues par l'entreprise
- 4 Les indicateurs financiers
- 5 Le réseau
- 6 Les engagements communautaires
- 7 Les dons philanthropiques
- 8 Le degré d'influence dans la communauté et dans le milieu des affaires
- 9 Les éventuelles relations avec des membres du conseil d'administration appartenant à d'autres entreprises
- 10 La participation actuelle ou antérieure à un cabinet de campagne

# Segmentez. Segmentez. Segmentez.

## Appuyer une cause, une question d'âge

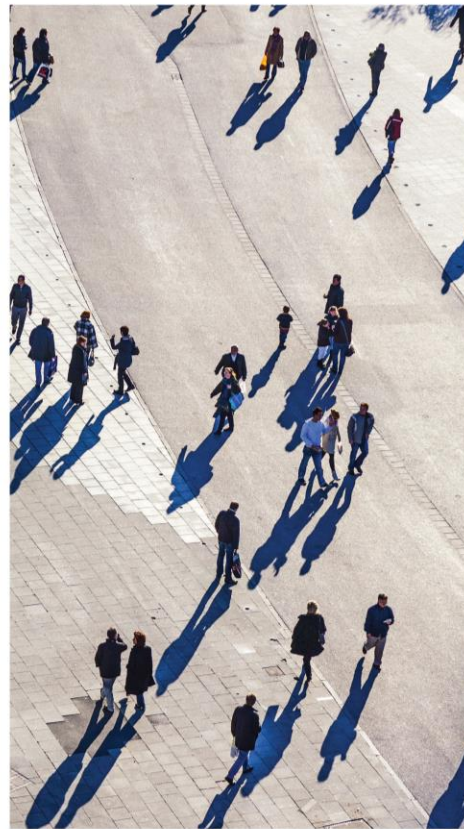
Le don est une affaire personnelle, mais aussi générationnelle

ANDRÉ LAVOIE  
Collaboration spéciale

**N'**est-ce pas toutefois trop commode de catégoriser les générations, et ainsi multiplier les généralisations ? Pas pour Daniel H. Lanteigne, consultant à la firme BNP Performance Philanthropique. C'est même essentiel. « En philanthropie, il faut segmenter et avoir des approches très différentes. Je ne solliciterai pas une personne âgée avec un texto, ni un jeune avec une lettre incluant une brochure et une enveloppe-réponse : ça ne fonctionnera pas. Surtout si l'enveloppe n'est pas déjà affranchie », dit en riant celui qui a dirigé la Fondation REA, une fondation hospitalière en réadaptation.

Chaque génération pose des défis en matière de philanthropie, charriant avec elle ses valeurs, ses comportements, surtout face aux nouvelles technologies. « Les gens de la génération Y [ou millénariaux, nés entre 1984 et 1999] et Z [dite silencieuse, nés entre 1999 et 2010] ont tous un téléphone, mais je le soupçonne de rêver de ne pas avoir de ligne téléphonique ! », affirme M. Lanteigne pour souligner avec humour à quel point ils sont dépendants des textos. Ce qui, forcément, change la manière de les solliciter, de les émouvoir et de les convaincre d'appuyer une cause, surtout sur une longue période. Ils carburent surtout à l'émotion et à la proximité, plus sensibles aux campagnes de sociofinancement sur les réseaux sociaux pour soutenir « un voisin qui est passé au feu ou une personne cancéreuse de leur entourage », constate ce spécialiste de la philanthropie.

**La générosité de la génération X, contrairement aux générations précédentes, n'est plus du tout teintée de culpabilité. Les donateurs sont de plus en plus nombreux à vouloir connaître l'impact de leur don.**



Chaque génération pose des défis en matière de philanthropie, charriant avec elle ses valeurs, ses comportements.

GETTY IMAGES

### Une génération en porte-à-faux

On a souvent dit de la génération X qu'elle avait grandi dans l'ombre, écrasante, des baby-boomers, arrivée sur le marché du travail en subissant les contrecoups des diverses crises économiques des années 1980 et 1990, ce qui a ralenti certains projets de vie, dont l'achat d'une maison ou la fondation d'une famille. Encore aujourd'hui, elle semble tout autant en porte-à-faux entre ses aînés et ses cadets dans son rapport aux dons.

« Contrairement aux Y et aux Z, les X répondent encore assez bien aux campagnes plus traditionnelles, comme les envois postaux », affirme celui qui est également chargé de cours au certificat en gestion philanthropique de l'Université de Montréal. Mais cette génération est à l'image de la société en général : elle se montre généreuse, mais en phase avec les embellies économiques.

**Les millénariaux carburent surtout à l'émotion et à la proximité, plus sensibles aux campagnes de sociofinancement sur les réseaux sociaux pour soutenir « un voisin qui est passé au feu ou une personne cancéreuse de leur entourage »**

« Les X, c'est une des générations qui affichent l'un des plus grands ratios d'endettement », constate Daniel H. Lanteigne. Puisque leurs enfants sont encore aux études, qu'ils continuent de payer leur hypothèque et doivent s'occuper de leurs parents âgés, dont certains ne furent pas très économes, « ils ont de gros fardeaux financiers, et le portefeuille disponible pour les dons n'est pas si grand ». Ce qui fait en sorte qu'ils sont loin de figurer aux premiers rangs dans les palmarès de la générosité philanthropique.

Et leur générosité, contrairement aux générations précédentes, n'est plus du tout teintée de culpabilité. Les donateurs sont de plus en plus nombreux à vouloir connaître l'impact de leur don, et ils croient le savoir en scrutant les rapports annuels et les états financiers des organisations, en s'intéressant particulièrement aux frais administratifs.

« C'est une tendance au Canada anglais, affirme le consultant, qui voit l'apparition de plusieurs organismes de surveillance. Même si cela a forcé les fondations à des redditions de comptes, ce qui est très bien, il ne faut cependant pas croire que les faibles dépenses soient le seul critère de performance. Parfois, avec deux ou trois employés supplémentaires, une organisation peut aller chercher de 10 à 15 fois plus de revenus, ou une plus grande visibilité pour une cause moins connue. Si certains donateurs trouvent choquants des frais administratifs de 30 %, c'est à l'organisation de l'expliquer. » Et c'est d'autant plus important, selon Daniel H. Lanteigne, que la génération X s'avérera sans doute la dernière à afficher encore une certaine loyauté envers une organisation lorsqu'il est question de dons.

# La question de la mutualisation

## Mutualisation ≠ nécessairement fusion

Premier réflexe

### Résultats de la recherche : 187 correspondances trouvées.

Vous n'avez pas trouvé ce que vous cherchiez? Voir les [Conseils pour faciliter la recherche](#) .

### Les critères de recherche suivants ont été utilisés :

Nom de l'organisme de bienfaisance : cancer

### Résultats de la recherche : 109 correspondances trouvées.

Vous n'avez pas trouvé ce que vous cherchiez? Voir les [Conseils pour faciliter la recherche](#) .

### Les critères de recherche suivants ont été utilisés :

Nom de l'organisme de bienfaisance : autism

# La question de la mutualisation



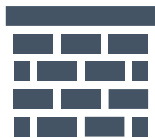
QUAND considérer la mutualisation ?

Opportunités | Nécessité | Humilité | Ambition



**OPPORTUNITÉ**

Pour les bénéficiaires, les donateurs, la cause



**NÉCESSITÉ**

Manque de liquidités, de donateurs, de notoriété, d'opportunités de croissance / à la demande des donateurs, bénéficiaires et bénévoles





# EN CONCLUSION



# En conclusion

- Votre philanthropie 3.0 vs la mienne et les autres
- Nous ne sommes pas des dinosaures
- Écoutez, soyez authentiques et vulnérables parfois, mais restez solides
- *If you can't beat them, join them* – pourquoi pas



# Période de questions



# Liens utiles

- **Source OSBL : Impact du secteur – Imagine Canada**  
<http://sourceosbl.ca/recherche-et-impact/impact-du-secteur>
- **Baromètre de confiance Edelman 2020 – Edelman**  
<https://www.edelman.ca/sites/g/files/aatuss376/files/2020-02/2020%20Edelman%20Trust%20Barometer%20Canada%20-%20FR%20%281%29.pdf>
- **Les OBNL face à la crise de la COVID-19 – BNP Performance philanthropique**  
<https://www.bnppperformance.com/wp-content/uploads/2020/05/Donn%C3%A9es-%C3%A9tude-BNP.pdf>
- **Les données essentielles sur vos donateurs – Espace OBNL**  
<https://www.espaceobnl.ca/fr/telechargement-detail/les-donnees-essentielles-sur-vos-donateurs>
- **Appuyez une cause, une question d'âge – Le Devoir**  
<https://www.ledevoir.com/economie/587414/appuyer-une-cause-une-question-d-age>



**20**ans  
À vivre la philanthropie !

+ de **600** ORGANISMES  
SOUTENUS  
pour le mieux-être de nos communautés !

**MERCI!**

**Daniel H. Lanteigne, CFRE, CRHA**

Consultant, philanthropie et ressources humaines | BNP Performance philanthropique  
Chargé de cours, certificat en gestion philanthropique | Université de Montréal  
Président désigné | Association des professionnels en philanthropie – Québec

[dlanteigne@bnppperformance.com](mailto:dlanteigne@bnppperformance.com) | [daniel.h.lanteigne@umontreal.ca](mailto:daniel.h.lanteigne@umontreal.ca)



**BNP** PERFORMANCE  
PHILANTHROPIQUE

# LES DONNÉES ESSENTIELLES SUR VOS DONATEURS

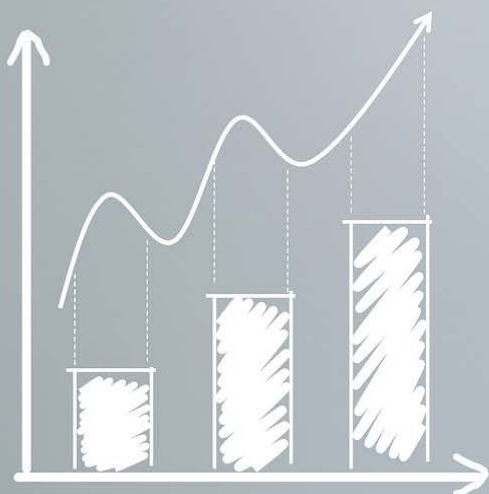
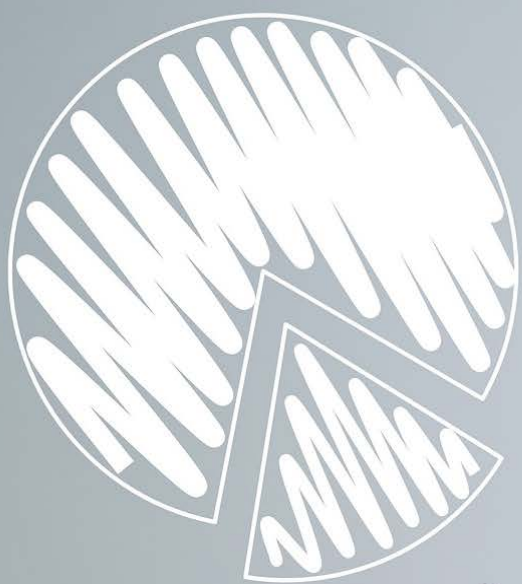


La sollicitation de donateurs pour soutenir votre cause est une mission à part entière dans la gestion de votre organisme. Elle demande beaucoup de rigueur et surtout, une base de données optimale pour vous fournir les informations essentielles avant de lancer toute action de sollicitation.

Chaque organisme possède sa propre méthodologie et ses propres outils pour déterminer le profil de ses donateurs.

**Mais récoltez-vous toutes les informations essentielles pour construire une fiche donateur des plus complètes ?**

À travers ce document, nous vous présentons les 10 choses à savoir pour analyser et comprendre au mieux les habitudes de vos donateurs et ainsi, agir avec efficacité.



# 10 CHOSES À CONNAITRE SUR VOS DONATEURS

- 1 Les coordonnées et les renseignements généraux
- 2 Les centres d'intérêts
- 3 Les causes soutenues par l'entreprise
- 4 Les indicateurs financiers
- 5 Le réseau
- 6 Les engagements communautaires
- 7 Les dons philanthropiques
- 8 Le degré d'influence dans la communauté et dans le milieu des affaires
- 9 Les éventuelles relations avec des membres du conseil d'administration appartenant à d'autres entreprises
- 10 La participation actuelle ou antérieure à un cabinet de campagne

# FICHE DONATEUR : UN EXEMPLE À L'APPUI

<b>Coordonnées et renseignements</b>	Nom : Prénom : Date de naissance : Adresse : Tél. : Courriel : Langue(s) :
<b>Les centres d'intérêts du donateur</b>	Organisme : Cause : Historique :
<b>Causes soutenues par l'entreprise du donateur</b>	Nom de l'organisme : Cause : Historique :
<b>Indicateurs financiers du donateur</b> (voir le tableau ci-dessous)	Rémunération : Actifs :
<b>Le réseau du donateur</b>	Réseau privé : <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nom et prénom :</li> <li>• Niveau de relation :</li> <li>• Entreprise :</li> <li>• Fonction :</li> </ul> Réseau professionnel <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nom et prénom :</li> <li>• Niveau de relation :</li> <li>• Entreprise :</li> <li>• Fonction :</li> </ul>
<b>Les engagements communautaires du donateur</b>	Nom de l'organisme : <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cause :</li> <li>• Implication (bénévole, dons matériels, argent etc) :</li> <li>• Description de l'implication :</li> <li>• Date de début :</li> <li>• Date de fin s'il y a lieu :</li> </ul>
<b>Historique de dons du donateur</b> (voir tableau ci-dessous)	Nom de l'organisme : Dons accordés : Année : Projet :
<b>Relation du donateur avec les membres d'un CA appartenant à d'autres entreprises</b>	Entreprise : Nom du membre du CA : Niveau de relation :
<b>Degré d'influence du donateur</b>	Personnellement : Professionnellement :
<b>Appartenance à un cabinet de campagne</b>	Nom de l'organisme : Nom de la campagne : Projet : Année : Résultats : Fonction dans le cabinet :

## Données financières sur le donateur

	2015	2014	2013	2012
<b>Total des dons émis</b>				
<b>Total des dépenses excluant les dons</b>				
<b>Total des revenus</b>				
<b>Total des dépenses</b>				
<b>Investissement net</b>				
<b>Total de l'actif</b>				
<b>Total du passif</b>				

## Historique de dons du donateur

Date	Réциpiendaires	Montant	Secteur	Région	Circonstances
2016-01-25	Fondation	100 000\$	Communautaire	Centre du Québec	Construction d'un gymnase
2017-03-26	Université	50 000\$	Éducation	Montréal	Chaire de recherche
2018-08-15					

# RECHERCHES : LES OUTILS GRATUITS

## POUR LES ENTREPRISES

- > Registre des entreprises du Québec
- > Agence Revenu Canada
- > ICRIQ
- > Répertoire Entreprises donatrices et commanditaires du Québec
- > Statistique Canada
- > Répertoires d'entreprises canadiennes
- > Les Affaires fiches d'entreprises
- > Les Affaires 500 PME
- > Les Affaires 300 PME

## POUR LES INDIVIDUS

- > Site de la société
- > Réseaux sociaux : LinkedIn, Facebook, Twitter etc
- > Revue de presse
- > Wikipedia
- > Bloomberg
- > Canadian Business
- > SEDAR

## VEILLE INFORMATIONNELLE

- > Google Alertes
- > TalkWalker Alertes
- > Mention
- > Les Affaires
- > AMEQ en ligne
- > Réseau d'information municipale
- > Institut Mallet
- > Fondations philanthropiques Canada
- > PhiLab

# 5 AVANTAGES DES DONNÉES POUR VOTRE ORGANISME

- 1 Vous connaissez le profil de vos donateurs avant de les solliciter
- 2 Vous connaissez leurs comportements et leur fréquence de dons
- 3 Vous pouvez préparer des arguments adaptés lors de la sollicitation
- 4 Vous pouvez les solliciter sur un projet en fonction de leurs centres d'intérêts
- 5 Vous pouvez les solliciter au bon moment

---

## DES QUESTIONS ?

Nous pouvons vous accompagner dans la mise en place d'une base de données performante et efficace, adaptée à la taille de votre organisme.

**Contactez-nous !**

Votre conseiller à disposition :  
Sajjad Domun  
514 528-8566, 52  
sdomun@bnppperformance.com