

Comment parler aux donateurs/entreprises

Dans un contexte où le financement constitue un défi majeur et où la diversification des sources de revenus est essentielle, les relations avec ceux qui financent représentent un enjeu de taille. Chacun a ses règles, ses exigences et ses façons d'analyser les dossiers. Comment s'y retrouver et s'assurer que ma demande de financement correspond bien aux attentes des bailleurs de fonds? Voici quelques conseils qui favorisent les bonnes pratiques dans la recherche de financement et qui permettent d'identifier les erreurs les plus communes dans les demandes de soutien.

Les règles de l'Art avec les donateurs



Savoir où on met les pieds

Prendre le temps de bien connaître à qui vous demandez un financement. Ces derniers prennent le temps de connaître qui vous êtes alors faites de même. Si vous arrivez à connaître votre potentiel financeur, alors votre demande en sera que plus précise. Donc, *mettez à votre agenda et vos échéanciers du temps pour faire cette étape préliminaire.*

- Avoir en main les bonnes coordonnées de la personne à qui vous allez vous adresser et son titre.
- Visiter le site web pour connaître le donateur.
- Aller voir les rapports annuels de d'autres organisations pour voir si elles sont financées par le financeur que vous désirez approcher.
- Consulter des gens que vous connaissez qui reçoivent des fonds du financeur que vous vous apprêtez à solliciter afin de mieux cerner à qui vous demander.

EN RÉSUMÉ : mettez du temps dans votre agenda, refusez de vous faire déranger. Lisez, appelez, consultez internet. Sachez à qui vous avez affaire!



Prendre le temps de bien cerner les critères et les exigences avant de faire votre premier contact

- Visiter le site web pour voir les critères et exigences pour déposer une demande, et portez une attention aux types de projets qui sont financés.
- Vérifier s'il faut que votre organisme soit enregistré auprès de l'Agence de Revenu du Canada.
- Vérifier si on mentionne des restrictions ou des exclusions.
- Préparer vos questions pour clarifier votre demande.

Ma boîte à outils - Finances

Comment lire certains critères pour le dépôt d'un projet – Un exemple

Critères	Explications
Avoir pour promoteur un organisme privé, à but non lucratif, dûment enregistré comme organisme de charité. Les demandes acheminées par des organismes parapublics, des institutions gouvernementales ou leurs affiliés ne seront pas considérées pour financement.	Le donateur vérifie si vous êtes enregistré comme organisme de charité.
Avoir un (ou des) dirigeants engagé(s) et soutenu(s) par l'organisation et qui agissent en concertation avec d'autres intervenants dans la communauté dans une perspective de développement social et en évitant toute duplication des efforts	On cherche à évaluer le travail de collaboration et de concertation réelle avec d'autres partenaires
Avoir développé les mécanismes organisationnels nécessaires à des pratiques de gestions saines, à une bonne planification et à l'utilisation appropriée des ressources humaines et financières ainsi qu'au suivi et à l'évaluation des activités.	On cherche un organisme qui a de bonnes pratiques de gestion.
Présenter des états financiers vérifiés satisfaisants et les soumettre préalablement à l'examen de la proposition par le Conseil d'administration. Dans le cas où une fondation est associée à l'organisme, les états financiers vérifiés des deux structures devront être soumis à la Fondation pour examen.	Ils sont souvent analysés dans une perspective à court et moyen terme pour bien saisir les défis financiers des organisations. Si votre organisation a sa propre fondation, l'analyse du dossier en tiendra compte.
Avoir une pertinence sociale dans la communauté où l'organisation s'insère et poursuivre des objectifs concrets et réalistes compatibles avec ceux du donateur et qui contribuent à l'avènement de changements durables dans le meilleur intérêt des populations visées.	On cherche à voir la complémentarité du projet dans l'offre de services dans une communauté auprès d'une même population.
<p>Exemple de restrictions : (ici propre à une Fondation) d'où l'importance de valider lesquelles.</p> <p>Visant à répondre à des urgences.</p> <p>Engagées dans la défense d'une cause.</p> <p>Émanant directement d'un particulier ou concernant des activités destinées expressément à un particulier.</p> <p>S'inscrivant dans le cadre d'une campagne générale de cueillette de fonds.</p> <p>Visant à remédier à une pénurie de capitaux ou à réduire un déficit de fonctionnement.</p>	

Conseil : On comprend bien que les fondations, les programmes de dons d'entreprises et les donateurs, ont des missions, des orientations, des valeurs, des façons de faire et des critères qui leur sont propres. Plus on se prépare à bien connaître notre interlocuteur, mieux ciblée sera notre demande.



VOUS VOILÀ PRÊT POUR VOTRE APPEL

Ma boîte à outils - Finances

Soigner votre premier contact « Les préliminaires sont importants »

- Valider avec la personne du temps dont elle dispose pour répondre à vos questions et si c'est le bon moment de le faire
- Vérifier si votre mission et les objectifs du donneur correspondent
- Valider si votre demande est recevable : certains donateurs acceptent de financer les opérations courantes tandis que d'autres préfèrent des projets spéciaux
- Prenez le temps de bien comprendre le processus de dépôts des demandes, des documents exigés et de la fréquence des demandes: il est bien important de respecter les procédures mises en place par le donateur
- Valider s'il y a eu des modifications dans les formulaires et si vous avez les bons documents
- Remercier la personne qui a pris le temps de répondre à vos questions. Vous faites beaucoup de demandes, mais les donateurs en reçoivent tout autant.

À éviter

Situation : Vous avez laissé un message à une Fondation pour faire une demande. La personne responsable vous rappelle quelques jours plus tard.

Vous répondez au bailleur de fonds potentiel : « C'était long à avoir un retour d'appel », ou « Attendez que je regarde sur ma liste, vous êtes qui déjà ... Ah oui, je viens de vous trouver c'est que j'ai fait plusieurs appels dans la même journée à plusieurs bailleurs de fonds. »

..... On pourrait croire que vous êtes mal organisé

À éviter

Situation : Vous envoyez un courriel pour valider si votre demande correspond aux projets financés par l'entreprise ou le bailleur de fonds. Vous recevez une réponse qui vous explique les raisons pour lesquelles il ne peut recevoir votre demande.

Vous retournez un courriel pour présenter une série d'arguments au donateur pour démontrer qu'il devrait prendre en considération votre demande et investir dans votre organisation.

..... Le donateur pourrait sentir que vous lui indiquez qu'il fait de mauvais choix.....



Pour les bonnes pratiques pour maintenir un bon lien avec votre futur ou actuel donateur

- La clarté et la précision de la demande* : faites-vous relire par quelqu'un de votre milieu pour voir si la demande fait du sens, les objectifs clairement établis, les résultats attendus réalisables, le budget réaliste.
- La transparence est de mise* : lorsque vous déposez votre demande avec son budget, assurez-vous qu'il reflète la réalité et non qu'ils soient bâtis en fonction des attentes perçues (ce qui évite d'avoir un projet d'ampleur avec un budget que l'on n'a pas).

Ma boîte à outils - Finances

- ❑ *La maîtrise de son dossier* : tant pour répondre aux questions liées au projet, aux partenaires, y compris celles qui portent sur les états financiers et votre budget de projet.
- ❑ *Le suivi sur votre don* est toujours bien apprécié : communiquez le témoignage d'un participant, placez un appel, envoyez un petit courriel. De cette façon, vous maximisez vos chances de bâtir une relation à long terme. Tenez-le au courant s'il y a eu des modifications.
- ❑ *Les ressources de votre donateur* : peut-être quelqu'un de son réseau pourrait vous apporter une expertise spécifique, un partage de ressources, des contacts... Osez lui poser la question.
- ❑ *Le partenariat avec le donateur* : servez-vous des raisons qui ont motivé le donateur à vous donner son aide financière auprès de partenaires potentiels. Et même peut-il être une référence positive pour vous?
- ❑ *L'expertise sociale de votre organisation* : partagez votre expertise avec votre partenaire, il s'en trouvera enrichi et vous consolidez une fois de plus votre lien. Vous êtes l'expert social.

Il arrive que certains donateurs demandent une lettre d'intention avant le dépôt du projet : assurez-vous qu'elle ne dépasse pas 2 pages; décrire brièvement l'objectif du projet et pourquoi il est important; quelle est votre cible; exposer la solution proposée plutôt que le besoin; expliquer la ou les raisons de solliciter votre donateur; restez centré sur l'objectif de l'intention de la lettre : LE PROJET.



Point de vue de donateurs – Un dossier

Organisme et le projet ont une belle résonance dans la communauté

Le don fait une différence !

Mets en lumière la collaboration entre plusieurs partenaires ou acteurs sociaux

Réaliste face aux défis, mais novateur dans les solutions proposées

On comprend la spécificité du projet face aux organisations similaires

Le budget balance

Le projet consolide le tissu social

Un dossier concis

Ma boîte à outils - Finances



Les pièges à éviter

- ✓ Les erreurs d'adressage de tout genre et des demandes de types circulaire.
- ✓ La multiplication des demandes : à chaque année malgré un refus (vous ne correspondez pas au profil recherché).
- ✓ La demande est irréaliste : montants élevés, la demande correspond à 100% du budget total pour le projet, les chiffres ne balancent pas dans les estimations de coûts de projet, on y met toutes sortes de dépenses.
- ✓ La demande ne correspond pas du tout aux objectifs du donateur, c'était clairement indiqué sur le site web. D'année en année, on représente le même projet sachant fort bien qu'il ne sera pas accepté, juste au cas où.
- ✓ Le manque de clarté dans la présentation du projet : on ne voit pas comment le projet va aider la communauté, ou comment on va atteindre les résultats escomptés. Les textes lourds avec trop de documents en annexe. On finit par s'y perdre. Le projet est trop enrobé.
- ✓ Les techniques et attitudes agressives comme la sollicitation à pression, l'insistance à vouloir rencontrer la direction de la fondation, par exemple, pour proposer un partenariat.
- ✓ L'écart entre la mission de l'organisme et les objectifs du donateur sont importants. Alors on s'écarte de notre mission et modifie le projet pour le mettre à niveau avec le discours du donateur.



Ressources formelles et informelles

- ✓ Philanthropie Québec : www.philanthropie.uqam.ca
- ✓ Imagine Canada (BiblioOSBL): www.imaginecanada.ca/fr
- ✓ Educaloi (section organismes de bienfaisance): www.educaloi.qc.ca
- ✓ Évalupop : <https://evalpop.com>
- ✓ Le cahier philanthropique du Journal Les Affaires (quelques fois dans l'année)

Sources d'informations informelles :

- ✓ Les autres organisations communautaires : vos confrères qui peuvent vous parler de leurs financeurs. OSEZ.
- ✓ Les rapports annuels des autres organisations
- ✓ Regardez les « encors » (les annonces d'un évènement ou les remerciements) dans les journaux. Souvent on parle d'activité de financement et on voit toutes les fondations associées à l'évènement.
- ✓ Ouvrez vos oreilles, posez des questions durant vos rencontres de réseautage, concertations, etc. prenez des notes.

Les règles de l'Art avec les entreprises

Plusieurs des conseils et des pièges à éviter lors de demandes financières faites auprès de donateurs peuvent également s'appliquer dans le développement d'un partenariat financier avec les entreprises. Il faut savoir rapidement attirer l'attention de notre interlocuteur. Il dépose souvent d'un temps très court et vous devez être très bien préparé. Nous allons dégager **quelques grandes lignes** pour vous aider à vous préparer.



Questions

Qui suis-je :

- ✓ Quelle est la nature de mon organisation: sa mission, ses objectifs, la clientèle cible
- ✓ Quels sont les impacts dans le milieu et sur la clientèle cible
- ✓ Quel est le budget annuel de l'organisation et autres contributeurs

Quelles sont la gestion et la gouvernance de l'organisation :

- ✓ En quoi mon organisation présente une gestion saine et une gouvernance démocratique
- ✓ Suis-je capable d'identifier des indicateurs qui vont le démontrer
- ✓ Quelle est la composition de mon conseil d'administration
- ✓ Quel est le réseau de partenaires potentiels de mon organisation et des membres du conseil et sont-ils prêts à mettre à profit ce dernier
- ✓ Est-ce que mon organisation a un porte-parole



Qu'est-ce que je veux présenter à l'entreprise :

- ✓ Quel est le projet que je veux lui présenter : un projet spécifique, contribution à la mission, participation à une activité de financement
- ✓ En quoi le projet se démarque
- ✓ Quel est l'objectif financier visé
- ✓ Quelle est la structure à l'interne qui est impliquée dans le projet
- ✓ Que puis-je offrir à l'entreprise : plan de commandite, visibilité, un moyen pour l'entreprise de démontrer sa responsabilité et son engagement social
- ✓ Est-ce que j'ai fait l'évaluation des risques et prévu un plan B : exemple sur un même territoire, même période de l'année, une autre organisation fait la même chose que vous

Qu'est-ce que je connais de l'entreprise que je veux aborder :

- ✓ Ai-je une liste d'entreprises potentielles
- ✓ Est-ce que je connais leurs valeurs, cultures d'entreprise
- ✓ Ont-ils une politique d'engagement social
- ✓ Quel est l'historique de dons et d'implications de l'entreprise
- ✓ En quoi mon projet peut les interpeller



Comment approcher l'entreprise : (qui-quoi-quand-comment-pourquoi)

- ✓ Adopter une approche de partenaires d'affaires : vous êtes l'expert social
- ✓ Présenter une demande personnalisée qui démontre que vous avez fait des recherches sur l'entreprise et que vous savez à qui vous vous adressez. Faites allusion à leur vision, leur engagement social, leurs valeurs
- ✓ Parler de la clientèle cible
- ✓ Démontrer que vous avez inclus dans votre réflexion une bonne gestion des risques
- ✓ Démontrer les avantages pour l'entreprise à participer à votre projet : plan de visibilité, retombées médiatiques, contribution sociale
- ✓ Préciser les termes de l'entente : durée du partenariat souhaitée, montant demandé, autres partenaires dans le projet
- ✓ Démontrer que vous êtes bien préparé

Un bref contact téléphonique qui devrait se transformer en un rendez-vous (préciser la durée de cette rencontre). N'abusez pas du temps disponible du gestionnaire.

CONCLUSION

- ✓ Avant de conclure la discussion, résumer les termes sur lesquels vous vous êtes entendus
- ✓ Remercier pour l'écoute et la disponibilité
- ✓ Préciser la suite à donner
- ✓ Confirmer par un courriel les points importants de votre discussion pour valider le tout et remercier à nouveau



L'aventure commence « Maintenant »



**Ressource disponible pour la région Québec Chaudière-Appalaches :
Bénévoles d'Expertise (benevoles-expertise.com)**



418 914-5589