

Nous définissons le don planifié comme un geste réfléchi d'une personne qui souhaite, d'une façon significative, soutenir une cause qui lui tient à cœur.

Pour réaliser ses objectifs de dons, elle est généralement accompagnée d'un spécialiste qui l'aide à intégrer son geste dans sa planification financière, fiscale ou successorale.

Pour une définition « officielle », [cliquez sur ce lien.](#)

# Apprendre à recevoir

Mars 2012

Infolettre créée par François Mercier, auteur du livre « Apprendre à recevoir ».

Volume 1, numéro 10

Cette infolettre s'adresse à des organismes communautaires ou charitables québécois, ainsi qu'à des personnes qui ont indiqué leur intérêt pour les dons planifiés. Si vous ne désirez pas recevoir cette infolettre, [cliquez sur le lien suivant](#)



[Accédez au site présentant le livre.](#)

[Nous écrire](#)

## Dans ce numéro

### Étude sur les tendances en philanthropie au Québec

#### L'art de demander

#### Dans le prochain numéro

**Les dons majeurs et planifiés : un apport incontournable au développement de la philanthropie.** Résumé d'une conférence de monsieur Gil Desautels de la firme KCI.

**Les baby-boomers et l'argent, une relation en voie de disparition?** Résumé d'une conférence de monsieur Jacques Nantel, secrétaire général de HEC Montréal.

[Visitez l'Observatoire de la gestion philanthropique de l'Université de Montréal.](#)

Pour obtenir du soutien d'une fondation communautaire dans une région où il y en a une : [Estrie](#), [Gaspésie-Les îles](#), [Grand Montréal](#), [Grand Québec](#), [Lanaudière](#), [Mauricie](#), [Laurentides](#)

Visitez le site « [Un héritage à partager](#) » pour une foule d'informations sur les dons planifiés.



UN HÉRITAGE À PARTAGER<sup>™</sup>  
Québec

Imagine  Canada

Un organisme dont la cause est de faire la promotion du rôle et de la contribution des OBNL à la société canadienne.

[Pour consulter nos infolettres précédentes.](#)

Pour vérifier l'enregistrement d'un organisme charitable à [l'Agence du Revenu du Canada.](#)

## Étude sur les tendances philanthropiques au Québec

Cette étude est le résultat d'une collaboration entre [Épisode](#), une firme spécialisée en collecte de fonds, et [Léger Marketing](#). C'est la troisième étude du genre publiée par Épisode et nous vous en indiquons les grandes lignes que nous trouvons pertinentes pour ceux et celles qui s'intéressent aux dons planifiés.

Concernant les habitudes de dons des individus\*, cette étude a été réalisée à partir d'un sondage effectué auprès de 2035 personnes au Canada, dont 1018 au Québec. En 2011, l'étude porte aussi sur la philanthropie des PME, des grandes entreprises et des fondations au Québec.

En 2011, 63 % des québécois (contre 68 % des autres canadiens) auraient fait un don moyen de 231 \$ (contre 517 \$ pour les autres canadiens). Ces montants incluent les dons déclarés et non déclarés.

Une tendance qu'il est important de se rappeler : interrogés sur leur motivation principale à faire un don, 90 % des québécois indiquent que la cause comme premier facteur de motivation, 68 % précisent la volonté de faire leur part comme deuxième facteur et 16 % mentionnent que la personne qui les sollicite a été un facteur de décision. *Il nous apparaît essentiel que les personnes qui sollicitent connaissent bien la cause pour laquelle elles demandent un don et sont en mesure de la présenter simplement ainsi que d'une façon qui touche les donateurs.*

Quant aux dons planifiés, 51 % des québécois en ont déjà entendu parler et les individus les plus susceptibles de faire un don planifié sont des personnes de 50 ans et plus.

Pour ce qui est de la sollicitation pour un don planifié, les québécois indiquent leur préférences dans l'ordre suivant : ils préfèrent être sollicités par l'organisme (1), par leur notaire (2), par leur comptable ou leur planificateur financier (3).

*Comme nous le verrons dans l'article suivant, votre principale stratégie, en dons planifiés, devrait être de tisser des liens solides avec les donateurs.*

\* Selon les experts ce sondage comporte une marge d'erreur de 3,05 %, 19 fois sur 20.

## L'art de demander

**Une généreuse personne m'a fait connaître un tout petit livre : « ASKING », de Jerold Panas un homme toujours intensément engagé en philanthropie à l'âge de 83 ans. Ce livre a été vendu à près de 200 000 copies et a été imprimé pour la première fois en 2009. Je me permets de vous présenter les éléments clés qui furent pour moi une découverte stimulante.**

L'ensemble de cette oeuvre repose sur deux principes. Le premier est illustré par l'allégorie suivante : « *On ne réussit pas à faire donner du lait à une vache par téléphone ou par courrier* » (Si Seymour). Les personnes qui ont du succès en philanthropie sont celles qui sont habiles à **rencontrer d'autres personnes**. Et nous formulons le deuxième ainsi : « *Vous perdez seulement lorsque vous cessez d'essayer* ».

La méthode mise de l'avant par monsieur Panas est simple et nécessite une bonne discipline. Elle implique essentiellement cinq grandes étapes:

1. Obtenir une visite pour présenter votre organisation, votre cause ou votre projet (85 % du travail);
2. Écouter le donateur, ses préoccupations et ses motivations;
3. Bien vous préparer à demander;
4. Formuler votre demande (les 11 minutes magiques et 4 questions clés);
5. Obtenir le don ou la promesse de don.

Au cours de l'automne 2012, nous comptons mettre sur pied un groupe pilote visant à former une communauté de pratique autour du thème « L'art de demander ». **Pour ce groupe seulement**, les seuls frais requis seront reliés aux dépenses directes afférentes à la tenue des rencontres. Le programme comprendra de la formation et du coaching. Il s'adressera spécifiquement à des personnes actives dans le domaine de la sollicitation en dons planifiés. Si vous pensez avoir un intérêt pour un tel projet, [communiquez avec moi](#) sans obligations de votre part.