

***LE DÉVELOPPEMENT DE
STRATÉGIES DE
PRÉLÈVEMENT DE FONDS***





Bonjour !

Bienvenue à l'atelier :

« Le développement de stratégies de prélèvement de fonds »

Cet atelier a pour but de vous familiariser avec divers éléments de base liés au développement de stratégies de prélèvement de fonds.

Cet atelier, qui favorise le développement de groupes bénévoles, vous est offert afin de renforcer les habiletés de bénévolat au sein de votre organisme ou de votre groupe.

Nous vous offrons cet appui afin d'ajouter quelques éléments à vos connaissances déjà acquises.

Nous vous encourageons à poser des questions à n'importe quel moment durant l'atelier.

Nous espérons que cet atelier vous servira de guide et que vous pourrez l'utiliser, dans l'avenir, en tant que référence dans votre organisme.

Bonne lecture !



Qu'est-ce que le prélèvement de fonds ?

Le prélèvement de fonds est une façon de récolter des dons auprès de la population.

Ces dons peuvent servir au financement des activités d'un organisme ou d'un groupe.

Pourquoi faire un prélèvement de fonds ?

Un organisme s'engage dans un prélèvement de fonds car il a besoin de soutien financier pour poursuivre un objectif.

L'objectif d'un prélèvement de fonds est d'obtenir des ressources monétaires qui permettront de financer un organisme, de contribuer à sa croissance ou d'en accélérer la croissance. La croissance et le développement des activités d'un organisme dépendent donc en bonne partie des prélèvements de fonds.

Saviez-vous que...

Le montant moyen donné annuellement par un donateur au Canada est 259 \$

Le % de Canadiens qui ont décidé d'avance quelles œuvres de bienfaisance ils soutiendraient est de 25 %



D'après les statistiques que vous trouverez à l'adresse : www.donetbenevolat.ca

QUELS SONT LES CINQ PRINCIPAUX INGRÉDIENTS D'UN BON PRÉLÈVEMENT DE FONDS ?

- ≈ bien connaître votre propre organisme;
- ≈ bien connaître votre projet;
- ≈ connaître les motifs qui incitent les particuliers et (ou) les groupes à offrir une contribution;
- ≈ être conscient des sources de financement possibles;
- ≈ élaborer une stratégie de prélèvement de fonds;

"J'ai besoin de l'argent pour mon comité.
Ne t'inquiètes pas, l'argent retournera
dans la communauté!!!"





Votre groupe a-t-il une longue liste d'idées de projets ou de programmes, mais pas suffisamment d'argent pour les mettre tous à exécution ? La plupart des organismes ont besoin, à l'occasion, d'une source de financement extérieure pour de nouveaux projets ou des projets spéciaux. Vous n'êtes donc pas seul dans cette situation.

Bien connaître votre organisme

a) L'étape préparatoire

- Ayez conscience de l'image de votre organisme au sein de la communauté locale (la perception qu'on en a dans la communauté aura une incidence sur le support financier qu'on est prêt à vous accorder).
- Évaluez les activités antérieures de prélèvements de fonds afin de déterminer les stratégies qui se sont avérées les plus fructueuses (tirez des leçons de vos erreurs passées).
- Assurez-vous que les membres de votre organisme appuient le projet (leur apathie peut compromettre les résultats du prélèvement de fonds).
- Renseignez-vous auprès de Revenu Canada pour savoir si votre organisme est admissible au statut d'organisme de charité. Si tel est le cas, les dons peuvent être déductibles d'impôt.



b) Le comité de prélèvement de fonds

- La composition du comité doit correspondre aux besoins de l'organisme.
- Les membres actifs et les membres honoraires du comité doivent jouir d'une réputation et d'une crédibilité susceptibles de favoriser le projet et apporter un appui personnel au projet.
- Le président et (ou) les directeurs de la campagne assurent la coordination du projet afin d'éviter le dédoublement des efforts.
- Le président agit comme porte-parole officiel de la campagne.
- C'est le comité qui fixe les buts et les objectifs de la campagne.
- Déterminez le rôle de chaque personne et expliquez-lui clairement ses responsabilités.
- Assurez la formation des bénévoles (chacun doit bien connaître sa tâche).
- Offrez régulièrement des séances de rétroaction et d'évaluation du déroulement de la campagne.
- Montez un dossier de prélèvement de fonds dans lequel vous expliquez clairement la campagne et le rôle de chacun.
- Prévoyez toutes les questions possibles et assurez-vous d'avoir des réponses toutes prêtes à ces questions.



Bien connaître votre projet

Les gens vont vouloir connaître le projet que vous leur demandez d'appuyer. Vous devez être informé des coûts de ce projet, des avantages de ce projet pour votre communauté et pour votre organisme; vous devez savoir exactement de combien d'argent vous avez besoin — et non pas combien d'argent vous **croyez pouvoir** recueillir; vous devez savoir à quel moment vous avez besoin de cet argent et connaître les montants de l'encaisse qui vous permettront de réaliser votre projet.

Votre projet doit s'inscrire dans la ligne des buts et des objectifs de l'organisme. Définissez bien votre objectif — un énoncé clair et concis expliquant pourquoi votre organisme procède à un prélèvement de fonds.

C'est l'objectif que vous poursuivez qui incitera les gens à faire une contribution.



Les motifs qui incitent la contribution

« Les gens donnent aux gens ! »

« **Les gens donnent aux gens !** » — Voilà un slogan que l'on entend souvent lorsqu'il est question de prélèvement de fonds. Les statistiques indiquent que, sur chaque dollar donné dans une année au Canada, 75 cents proviennent de dons individuels. Les gens aiment aider les autres; ils donnent parce qu'ils se sentent personnellement concernés ou parce qu'ils sont engagés envers le groupe et envers la cause qu'ils soutiennent, parce qu'ils recherchent l'estime des autres, parce que l'événement leur plaît, parce qu'ils y trouvent une satisfaction personnelle, parce qu'ils ressentent le besoin d'appartenir à une association en donnant soit de leur temps soit de leur argent, parce qu'ils sont fiers de leur communauté; ils donnent également par conviction religieuse, par compassion, à cause de pressions de leur communauté parce qu'ils se sentent coupables, ou tout simplement parce qu'on leur demande de donner. Si vous ne comprenez pas **pourquoi** les gens donnent, vous pouvez difficilement concevoir un programme de prélèvement de fonds à leur intention.



Je n'ai plus d'argent! Y'a-t'il une autre façon d'aider??



Les sources de financement possibles

a) Prélèvements de fonds sous forme d'événements spéciaux

Les événements spéciaux (par exemple : les loteries, les bingos, les tirages, les ventes de débarras, etc.) que votre groupe peut organiser sont une première méthode de prélèvement de fonds. L'événement doit traduire les objectifs de l'organisme.

Avantages

- ils sont amusants et divertissants
- il est plus facile de solliciter les gens dans une atmosphère détendue
- l'argent est à la portée de la main

Inconvénients

- ne rapportent pas toujours beaucoup d'argent et peuvent même être déficitaires
- exigent un grand nombre de bénévoles
- les gens peuvent faire une contribution moindre que celle qu'ils auraient faite si on les avait sollicités directement



- la participation à des activités communautaires favorise la solidarité

- bonnes activités de relations publiques



- tout le monde fait la même contribution

- les gens veulent en avoir pour leur argent (ils oublient qu'il s'agit d'un don et comparent ce qu'ils reçoivent à ce qu'ils donnent)

- il est difficile de se montrer original dans ce genre d'événement (tout le monde le fait !)

- il faut déployer beaucoup de créativité pour que l'événement soit **remarqué**



b) Les dons individuels

Cette méthode suppose une sollicitation de dons par contacts personnels (par exemple, le porte-à- porte, le démarchage, le téléphone, les lettres).



La sollicitation individuelle peut s'effectuer de deux façons :

1) détermination d'un donateur cible 2) l'envoi massif par la poste ou le démarchage

Avantages

- coûts peu élevés
- exige moins de personnes
- favorise le dialogue entre les responsables du projet et les responsables de l'organisme
- favorise les relations publiques : vous avez l'occasion de raconter votre histoire
- les contributions peuvent être déductibles d'impôt

Inconvénients

- le porte-à- porte ou la méthode du donateur cible requiert davantage de bénévoles
- ce n'est pas tout le monde qui aime faire de la sollicitation et il y a des gens qui n'aiment pas être sollicités de cette manière
- exige beaucoup de temps par rapport aux contributions qu'on peut espérer recueillir
- si les donateurs sont absents, ils n'auront peut-être pas une deuxième occasion de contribuer
- dans les régions rurales, le porte-à- porte peut s'avérer coûteux en temps et en argent



c) Les contributions des entreprises



Cette méthode est semblable à la sollicitation de dons personnels, sauf qu'elle vise les entreprises. Plusieurs entreprises prévoient, dans leur budget annuel, des sommes qu'elles comptent utiliser pour faire des dons et parrainer des projets à l'occasion de campagnes de prélèvements de fonds, dans l'intérêt de leurs propres relations publiques et de la commercialisation de leurs produits. Les entreprises peuvent faire des dons en argent ou en nature. Préparez bien votre demande !

Avantages	Inconvénients
- possibilité de dons plus substantiels	- le désir de contribuer de l'entreprise peut varier selon les périodes
- favorise les relations publiques de l'entreprise et de l'organisme	- il est difficile de trouver la personne chargée d'approuver les contributions
- les entreprises peuvent faire des contributions qui sont déductibles d'impôt	- lorsqu'il s'agit de grandes entreprises, l'organisme doit présenter sa demande avec beaucoup de professionnalisme
- possibilité de contributions renouvelées (source de financement stable)	- il peut s'écouler un laps de temps considérable entre le moment où l'entreprise s'engage à contribuer et celui où elle verse sa contribution
	- les entreprises établissent leur budget de dons et de subventions à une période précise de l'année

d) Les fondations



Au Canada, il existe au-delà de 600 fondations charitables qui administrent des fonds consacrés à toutes sortes de projets.

Votre bibliothèque publique possède probablement des publications dans lesquelles vous pourrez trouver la liste des noms et des mandats de toutes ces fondations.

Les organismes présentent des demandes d'aide financières à la fondation dont le mandat coïncide avec la nature de leurs projets.

Avantages	Inconvénients
- possibilité d'obtenir un montant d'argent important	- la réponse peut se faire attendre longtemps
	- les projets doivent être expliqués en détails et il faut y joindre des renseignements sur l'organisme lui-même
	- il peut s'agir d'une seule contribution



e) Les subventions gouvernementales



Plusieurs municipalités et plusieurs ministères des gouvernements provincial ou fédéral possèdent des programmes de financement et acceptent les demandes provenant des organismes.

Ces subventions visent des projets particuliers (par exemple, les installations récréatives, le soin des enfants). L'organisme qui présente une demande doit commencer par cerner clairement son projet.

Avantages	Inconvénients
<ul style="list-style-type: none">- possibilité d'avoir accès à une source de revenu considérable- les critères d'admissibilité sont bien établis et bien expliqués (il est facile de déterminer si le projet est admissible au financement)	<ul style="list-style-type: none">- la demande doit être accompagnée d'une documentation complète sur le projet- il existe plusieurs programmes gouvernementaux mais il peut être difficile de repérer le programme qui convient au projet- la réponse peut tarder à venir- plusieurs rapports sont exigés durant le projet (trimestriel, mensuel, etc.)



“ J’savais que ça ne marcherait pas ce prélèvement là par téléphone! Il faut explorer autres façons...”

***Élaborer votre stratégie de prélèvement de
fonds***

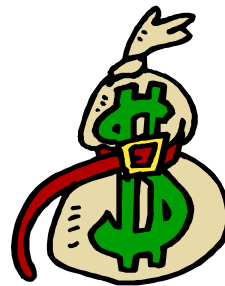


- *Il est difficile de s'entendre sur la source de financement que l'on doit viser. Vous pouvez décider d'utiliser plusieurs méthodes. Au moment d'élaborer votre stratégie, tenez compte des facteurs suivants :*
- **Le moment approprié.** — On doit se demander si l'organisme a besoin de fonds de toute urgence. Si elle n'a pas besoin d'argent immédiatement, vous pouvez demander un simple engagement à vos donateurs éventuels.
 - **Les montants d'argent requis.** — Le montant des dons que vous espérez recueillir doit être proportionnel à l'envergure du projet. Demandez un montant d'argent précis et soyez réaliste dans votre demande.
 - **Les ressources disponibles.** — Le nombre de bénévoles, le budget et le temps dont vous disposez pour votre campagne de prélèvement de fonds.
 - **La description du projet.** — Dans certains cas, la personne ou l'entreprise qui contribue au projet doit retirer des bénéfices tangibles ou intangibles de sa participation (que ce soit sur le plan des relations publiques ou sur celui des bénéfices personnels directs); une bonne description du projet vous aidera à fixer les limites géographiques de la campagne.
 - **Le milieu.** — Certaines sources de financement dépendent parfois de la situation économique du milieu.





- **L'ordre des événements.** — Dans les cas où l'on compte recourir à plusieurs sources de financement (par exemple, un prélèvement de fonds sous forme d'événement spécial combiné à une autre source de financement), les « dons » antérieurs effectués à l'occasion de l'événement spécial de prélèvement de fonds peuvent modifier les contributions individuelles.
- **Le respect des valeurs.** — L'organisme doit être entièrement d'accord avec la méthode de prélèvement de fonds utilisée. Certains types d'activités de prélèvement de fonds peuvent être inacceptables pour l'organisme ou pour la communauté (par exemple, les loteries, les subventions provenant de certaines compagnies).



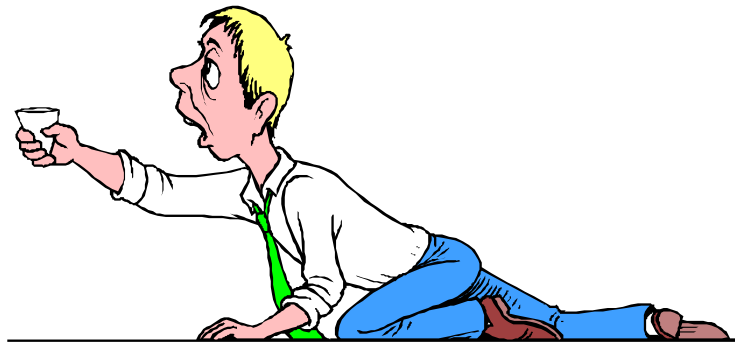
- *Si vous vous adressez à des particuliers ou à des entreprises, vous devez trouver le moyen d'établir une liste des candidats les plus susceptibles d'appuyer votre projet et concentrer vos efforts sur cette liste de candidats prioritaires. Repérez ceux qui risquent d'être les plus intéressés par votre projet, dressez votre liste de candidats et entreprenez vos démarches en commençant par le premier nom sur votre liste.*
- *Déterminez à l'avance le montant que vous comptez demander, recherchez des donateurs en tenant compte de leurs propres intérêts et objectifs et demandez-vous en quoi votre projet est susceptible de les intéresser; vous serez alors en mesure de répondre à la question classique : Qu'est-ce que ce projet peut me rapporter ?*
- *Prévoyez également d'autres formes de contributions possibles, autres que les contributions en argent : un appui moral, une*



participation à titre de personne-ressource, des recommandations, une participation en nature.

- *Soyez personnel dans votre façon d'approcher les donateurs possibles et adressez-vous d'abord aux personnes qui ont appuyé votre précédente campagne. Il est préférable de consacrer plus de temps à faire fructifier le vieil argent plutôt que d'en chercher du neuf.*

Autres éléments à prendre en considération lors du prélèvement de fonds



- Facilitez la tâche du donateur (par exemple, cueillette des dons, enveloppes port payé, dépôt bancaire).
- Trouvez le nom de la personne qui s'occupe des dons dans l'organisme.
- Informez-vous de la période de l'année à laquelle on prépare le budget.
- Prenez rendez-vous avec les personnes que vous désirez rencontrer.
- Si elles refusent de contribuer, ne vous découragez pas. Contentez-vous de leur appui moral et acceptez leur refus de bonne grâce.
- Prenez note de toutes les personnes rencontrées, de leurs commentaires et de leurs contributions afin d'éviter qu'on les contacte de nouveau. (Un fichier ou un carnet des donateurs peut être utile.)
- Offrez de remettre un reçu sur-le-champ.
- Assurez-vous que l'organisme donne suite à chacune des contributions et remercie les donateurs.



- Assurez-vous que tous les donateurs sont informés de la réalisation du projet.
- Si vous ignorez la réponse à une question, assurez-vous qu'on y répondra dans les meilleurs délais.
- Informez les médias de votre projet et, dans toute la mesure du possible, assurez-vous que tous les principaux donateurs soient connus du grand public.



Résumé

Il n'existe aucune méthode parfaite ou idéale de prélèvement de fonds et c'est pourquoi les groupes communautaires sont invités à se partager leurs expériences. Rappelez-vous les cinq principaux ingrédients d'un bon prélèvement de fonds :

1. bien connaître votre propre organisme;
2. bien connaître votre projet;
3. connaître les motifs qui incitent les particuliers et (ou) les groupes à faire une contribution;
4. être conscient des sources de financement possibles;
5. élaborer une stratégie de prélèvement de fonds

Bonne chance et beaucoup de plaisir dans votre projet de prélèvement de fonds !



Source du document – Ministère d'agriculture d'Ontario - (Permission de reproduction © Imprimeur de la Reine)



Guide

de

collecte de fonds



Introduction

Introduction

TOUS les organismes à but non lucratif ont besoin d'aide financière et d'appui pour continuer leur beau travail.

Il est parfois difficile de déterminer quel serait le type de prélèvements de fonds le plus approprié.

Ce guide a été soigneusement créé pour vous faciliter la tâche, puisque nous savons que vous êtes déjà entièrement dévoué à votre cause et à votre communauté.

Ce guide vous aidera à ;

1. évaluer vos besoins
2. élaborer une stratégie de prélèvement de fonds
3. établir un plan d'action
4. rechercher un produit ou choisir un événement
5. coordonner et faciliter vos tâches
6. **RÉUSSIR !!**





Guide de prélèvements de fonds

Le comité doit :

- ✓ s'entendre sur un projet spécifique de prélèvement de fonds;
- ✓ identifier ses objectifs;
- ✓ s'assurer d'avoir amplement de temps pour atteindre ses objectifs;
- ✓ distribuer les tâches de façon équitable pour ne pas épuiser les membres;
- ✓ planifier des rencontres de « cuisine » régulièrement pour faire des suivis;
- ✓ s'assurer d'avoir amplement de renseignements pour répondre aux questions posées par les clients;
- ✓ travailler en équipe, en partageant un but commun, pour le succès du projet.

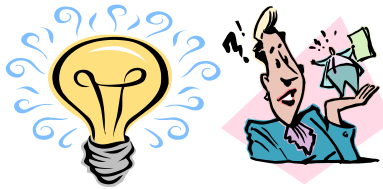


Conseils à suivre :

1. Votre priorité est de bien servir vos clients. Ils sont souvent vos voisins, vos amis et des gens que vous voyez régulièrement.
Qu'est ce qui les intéresse ?
Qu'est ce qui les attirera à votre activité ?
Ils sont en droit d'exiger de la qualité dans vos produits ou dans vos activités.
N'oubliez pas que vous prenez de leur temps... et de leur argent !
2. Pour le succès de votre activité, il faut :
 - bien planifier le déroulement du projet que vous choisissez;
 - vous informer sur le produit;



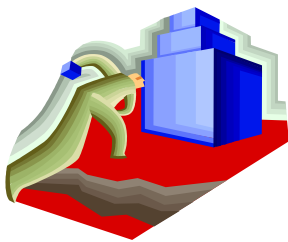
- travailler en équipe;
 - gérer efficacement le stress et ne jamais se décourager;
 - toujours donner son 100 %;
 - croire au but du projet;
 - être prêt à faire face à la critique;
 - toujours avoir de l'information disponible sur votre produit ou votre activité ;
3. Dans certains cas, par exemple les tirages, vous devrez obtenir un numéro de permis pour vendre des billets au public. Ce numéro peut être obtenu auprès de votre bureau municipal pour un prix modique.
4. Toujours évaluer le prélèvement de fonds quand il est terminé. Assurez-vous d'évaluer ce qui a fonctionné et ce qui n'a pas bien fonctionné.



Quel type de prélèvement de fonds devrions-nous organiser ?

Lequel serait le plus efficace dans notre milieu ?

Faites un remue-méninges avec les étapes suivantes de classification d'idées. Ensuite, demandez aux membres de choisir une des idées considérées viables et d'en faire une « étude de marché », c'est-à-dire de demander à leurs voisins, leurs amis, leurs connaissances ce qu'ils pensent du projet, du produit ou du service qu'ils veulent offrir et combien d'argent ils seraient prêts à offrir.



Du porte-à-porte (produits à vendre)

Soirée, journée ou fin de semaine



de théâtre, danse ou chant





Tirage



Il faut comparer le temps qui sera investi dans le projet aux profits envisagés...

Ayez l'audace d'être différent

Suggestions de prélèvement de fonds :

✓ (Veuillez cocher ceux qui vous inspirent !)

- **Soirée Monte Carlo**
Une soirée pour adultes. Décorer une salle en casino et jouer avec de faux dollars. Ça peut être un événement formel (« *black tie* ») ou informel. Pour louer l'équipement nécessaire, consulter les pages jaunes de Winnipeg sous la rubrique « *Casino- Equip.& Suppl.* »
- **Vente de drapeaux canadiens**
Invitez les résidents de votre village ou de votre région à afficher leur fierté. Pour plus de renseignements sur les compagnies offrant l'information nécessaire, consulter la rubrique « *Flags & Flagpoles* » de l'annuaire des pages jaunes de Winnipeg ou informez-vous auprès du Gouvernement de Canada pour savoir si vous pouvez obtenir des drapeaux gratuitement pour votre prélèvement de fonds. Site Internet - www.gc.ca
- **Danses spéciales**
Ce peut être une danse pour adolescents ou une danse avec un thème, par exemple : les années 50, une soirée masquée, du swing, le bon vieux temps, du hip-hop, du disco, du country, du jazz, une « *Sadie Hawkins* » (novembre), à la plage, une île tropicale, les fêtes de Noël, la veille du jour de l'An, la Saint-Valentin, le poisson d'avril, les saisons, une soirée internationale, sportive,



d'Halloween, dans la rue, « *Harvest moon* »... les possibilités sont illimitées ! L'important est d'avoir du plaisir et de plaire votre clientèle.

➤ **Festival de produits de chez vous**

Vous pouvez mettre en valeur les produits uniques de votre village ou de votre région, en organisant un festival dans un parc avec des kiosques présentant des produits de chez vous, par exemple du sirop d'érable, du vin, des fruits sauvages, du bison, des fleurs sauvages. Vous pouvez également organiser, pendant ce festival, une soirée dansante, présenter un spectacle mettant en scène des artistes locaux ou encore organiser des jeux qui pourraient avoir lieu durant tout le festival. Vos fonds proviendraient du prix d'entrée demandé.

➤ **Marathons (marche, bicyclette, patinage, natation, danse...)**

Il vous faudra préparer des formulaires de demandes de commandite pour chacun des participants. Dans le cas d'une danse, l'organisation peut s'avérer un peu plus complexe : il faut en effet louer une salle (utiliser un gymnase d'école peut diminuer les coûts), planifier la musique, prévoir une cantine, etc.

➤ **Soirée de théâtre**

Vos fonds proviendraient du prix d'entrée à la porte ainsi que de l'évaluation de la pièce par les spectateurs. En effet, on explique aux spectateurs, avant la pièce, qu'ils sont invités, à la fin de la soirée, à offrir : 0,50 \$ s'ils ont plus ou moins aimé la pièce, 1 \$ s'ils l'ont bien aimée ou 2 \$ si c'était formidable.

➤ **Soirée sportive avec une vedette du monde des sports**

On invite une vedette sportive à participer à un souper gastronomique et à donner une petite conférence lors de ce souper. On demande un prix d'entrée assez élevé incluant le souper, la boisson et le privilège de passer une soirée avec une vedette.

➤ **Soirée de reconnaissance de type « Oscars » ou « Emmy »**

Vous pouvez organiser une soirée de reconnaissance de vos bénévoles, par exemple dans le cadre d'une soirée dansante, d'un souper ou d'un vin et fromage. Vos fonds proviendront du prix d'entrée. Puisqu'il s'agit de féliciter et de remercier les bénévoles de votre communauté, vous bénéficierez sans doute d'une salle gratuite. Si vous voulez offrir aux « gagnants » une plaque ou un trophée, vous pouvez demander à l'un des commanditaires de vous aider à en défrayer les coûts.

➤ **Photos de familles de votre région**

Pour le temps des fêtes, demandez à un photographe de prendre des photos de familles. Vous partagerez les profits réalisés avec le photographe. Cet arrangement permettra au photographe de faire la promotion de son entreprise et vous amasserez des fonds en même temps.



- **Chasse d'œufs à Pâques**
Cachez des œufs de Pâques dans une salle décorée et demandez 4 \$ par enfant pour participer à la chasse aux œufs. Vous pouvez organiser des jeux, une pièce de marionnettes, du bricolage, etc.
- **Calendrier de votre région avec les fêtes et anniversaires des gens.**
Les calendriers sont vendus aux gens de votre communauté. Les imprimeries peuvent vous aider à les fabriquer.
- **Films pour les enfants**
 - Demander un prix d'entrée et avoir une cantine disponible.
- **Vendre une série de livres du même auteur ou vendre des livres neufs reçus en dons**
Vendez des billets pour un tirage permettant aux participants de gagner des livres. Les dons de livres peuvent être faits par les auteurs ou les librairies. Vous pouvez promouvoir le fait que cette activité de financement encourage la lecture et tout le monde en sort gagnant.
- ***Poker Derby* de motoneige, de chevaux, de marcheton, de « go-cart », de patins à roulettes.**
Chaque personne paie son inscription et fait la course désignée par votre organisme. Celui dont la valeur des cartes est la plus élevée, comme au jeu de poker, est le gagnant.
- **Festival de nourriture de type « *Taste of Manitoba* »**
Le festival se déroule dans un parc ou une salle. Les gens achètent des billets pour goûter les différents mets de chacun des kiosques, tenus par des restaurants ou des individus.
- **Exposition ou parade de mode**
Invitez les boutiques de vêtements et les couturières de votre région à y participer afin de promouvoir leurs services. Vos fonds proviendront du prix d'entrée et, par exemple, d'un encan silencieux permettant à une personne présente à la soirée de gagner un ensemble de mode offert en don.
- **Boîtes placées chez les commerçants de votre communauté pour recueillir des fonds.**
Il faudrait avoir le nom de votre comité et votre mission étiquetées sur les boîtes.
- **Vente de débarras ou encan**
Vous recueillez des dons monétaires ou des articles provenant de résidents de votre communauté.



➤ **Olympiques de familles.**

Chaque équipe doit payer des frais d'inscription. On fournit une cantine où les gens peuvent se procurer de la nourriture. Vous pouvez peut-être inviter une vedette de la radio ou de la télévision pour arbitrer les parties. Exemples originaux : base-ball avec chaudrons, golf dans le noir avec des balles lumineuses, « *glow bowling* », « *volley- basket-ball* » (les deux jeux sont amalgamés et on joue avec un ballon de volley-ball), hockey avec balais... votre imagination est sans limite !

➤ **Tournois de jeux de table ou parties de cartes**

Organisez des tournois, en journée ou en soirée, de jeux de société tels que scrabble, monopoly, dominos, cribbage, frustration, croquignole, échecs ou dames. Chaque personne paie son inscription, pour un seul jeu ou pour plusieurs. On peut offrir un forfait pour permettre aux gens de participer à plusieurs jeux.

➤ **Videz vos poches !**

Durant une soirée de théâtre, de chant ou autre, vous pouvez demander aux personnes présentes à chacune des tables d'offrir leur petite monnaie. La table qui amasse le plus de monnaie gagne un prix. Le prix peut être un billet de cinéma, de bowling ou un certificat-cadeau.

➤ **Vendre des t-shirts avec le logo de votre comité ou de votre communauté.**

Pour renseignements sur les prix des produits, veuillez consulter la rubrique « *Promotional Products* » dans l'annuaire des pages jaunes.

➤ **Soirée de meurtre et de mystère.**

Cette activité peut faire partie d'une soirée qui peut inclure un souper ou un vin et fromage. Vos fonds proviendront du prix d'entrée demandé ainsi que d'un jeu de devinette « Qui est le coupable ? » Certains comités culturels du Manitoba sont très familiers avec cette activité. Pour plus de renseignements, veuillez communiquer avec les comités culturels de Sainte-Anne, de Saint-Eustache et de Sainte- Rose-du-Lac.

➤ **Acheter un panier de pique-nique**

Une femme célibataire prépare un panier de pique-nique qu'un homme célibataire achète ou vice versa et l'argent recueilli est offert à votre comité. Dans la plupart des cas, les personnes se connaissent déjà, ce qui permet d'éviter une situation inconfortable. On peut réaliser l'activité pendant la Saint-Valentin et créer de nouveaux couples, car les participants devront manger le pique-nique ensemble !

➤ **À votre festival annuel, vendez des t-shirts numérotés.**



Vous vendez des t-shirts numérotés et à chaque jour, vous effectuez un tirage pour déterminer qui se qualifie pour le grand tirage de la fin du festival. Le prix doit être attrayant pour votre clientèle.

Idées supplémentaires de prélèvements de fonds

Votre organisme pourrait aussi vendre des :

1. Bulbes de fleurs

Contactez : Veyseys Bulbs Fundraising Program
C.P. 9000
Charlottetown (I.P.E.)
C1A 8K6
Téléphone : 1-800-363-7333

*** Boni de bulbes gratuits pour votre organisme !

2. Étiquettes personnelles (avec les nom, adresse et # de téléphone de vos clients)

Contactez : Teachers working for teachers
Joyce et John Mcloed
1251 White Lane
Oakville (Ont.)
L6M 2T7
Téléphone : 1-800-860-3224

*** 50 % de profit garanti pour vous !

3. Pizzas - commander d`avance et livrer !

4. Produits de « M & M meat shops » -commander d`avance et livrer !



Soyez créatifs

Selon vos besoins et ceux de vos clients, les idées sont **ILLIMITÉES !**

Nom du projet :

Objectifs :

Date de début du projet :

Date de la fin du projet :

Délégation des tâches :		
Personne responsable ou sous-comité responsable	Commentaires	Tâches
		Coordonnateur.trice
		budget
		publicité
		trouver des bénévoles
		décors
		recherche pour l`évènement
		son et lumière
		pourvoyeur ou goûter
		imprimerie de billets
		maître de cérémonie
		location de salle ou endroit
		louer l`équipement
		recherche du produit
		commandes de produits
		coordonnatrice de vente de produits



Banque de sites Internet concernant les prélèvements de fonds
(Tous les sites commencent avec www.)

charityvillage.com	ressources et critères
wowfundraising.com	produits à vendre pour prélèvements de fonds
rescuebreather.com	produits de premiers soins
tastytidbits.ca	produits d' assaisonnement pour la cuisson, riz assaisonné, etc.
canadianmapledelights.com	produits de l' érable - sirop -bonbons -beurre -sucre -confitures , etc.
prestigefundraising.com	(chocolats Hershey, épices Country chef et chandelles) Personne-ressource : kdoyle_1998@yahoo.com (il y a un _ entre le e/1) téléphone sans frais : 1-800-337-1702 fax : 1 (514) 481-3503
matshop.ca ou matshop.com	(une division de « Island Art Publishers & Distributors » situé à Victoria en Colombie-Britannique) - cadres de photos Téléphone : 1-800-663-7501
lamontagne.ca	produits de chocolats Lamontagne téléphone : 1-800-567-3435 fax : 1-888-564-0252 courriel : info@lamontagne.ca adresse : 4045, rue Garlock Sherbrooke (Quebec) J1L 1W9
innisbrook.com/index.cfm	(grande variété de papier d' emballage pour toutes occasions) Innisbrook wraps - distribution par Stanbridge Ent. Ltd. 6741, chemin Columbus, unit 102 Missisauga (Ontario) L5T 2G5 Téléphone : 1-800-276-3781 Fax : (905) 564-9838 Courriel : mg.sales@sympatico.ca
charitybureau.com	(- produits de l' érable - chocolats - pâte à biscuits - gâteaux - maïs soufflé -confitures - miel - café - chandelles) téléphone : 1-877-247-1084 fax : 1 (416) 696-8842 adresse : 95, Thornhill Park drive, suite 2501, Toronto (Ontario) M4H 1L7
usborne.ca/books	Usborne books in Canada (livres d'histoires en français et en anglais) téléphone : 1 (519) 662-2122 ou 1-877-662-4398 courriel : whitbyx5@rogers.com adresse : 106, Brier Crescent New Hamburg (Ontario) N0B 2G0



<p>showandsavecard.com</p>	<p>Cartes Show and Save - coupons-rabais pour une variété de produits et de commerçants manitobains téléphone : 1 (204) 477-4216 fax : 1 (204) 477-4200 Produit deux fois par année - automne et hiver (sept. à sept.) - printemps et été (mars à mars)</p>
<p>gatebook.com/in dexhtml</p>	<p>Gateway publishing Co. Ltd. (livres de recettes) Pour recevoir votre trousse d`information composez le 1-800-665-4878</p>
<p>soapboxes.com</p>	<p>Soapbox -trousse pour confectionner un « go-cart » (matériaux, outils et directives inclus, facile à construire, même par les enfants, approximativement 65 \$ par trousse) Almetal Extendable Co. Ltd. 402, rue Kirkfield Winnipeg (Manitoba) R3K 1E6</p>
<p>kitz4u.com</p>	<p>Kitz 4-U (trousses de premiers soins et d`urgence pour voiture) téléphone : 1-888-561-8884 fax : 1 (905) 574-8487 courriel : info@kitz4u.com</p>
<p>haygar-fundraising.com</p>	<p>Haygar Enterprises</p> <ul style="list-style-type: none"> - thé - café cappucino - livres à colorier - fudge - gâteaux - biscuits - emballage de cadeaux <p>téléphone : 1-800-465-9548 fax : 1 (905) 825-1028 adresse : 505, rue Iroquois Shore, Unit 5 Oakville (Ontario) L6H 2R3 Courriel : info@haygar-fundraising.com ou wayne@haygar-fundraising.com</p>
<p>cardinalfundraising.com</p>	<p>Thirdwave fundraising</p> <ul style="list-style-type: none"> - calendriers - trousses d`urgence



	<ul style="list-style-type: none"> - chandelles - chocolat - mélange à muffins et à biscuits - nouilles - catalogues d'ornements (*Noël et printemps) <p>** Cadeaux pour vendeurs**</p> <p>téléphone : 1-888-894-1130 fax : 1 (519) 352-1385 adresse : c.p. 1331 Chatham, Ont. N7M 4R9 courriel : rick@thirdwavefundraising.com</p>
momspantry.mb.ca	<p>Mom`s pantry products produits de cuisine (épices, assaisonnements)</p> <p>téléphone : 1-800-350-moms (6667) fax : 1 (204) 954-2066 adresse : 3241, rue St.Mary`s Winnipeg (Manitoba) R2N 4B4 courriel : info@mospantry.ca</p>
sgw.ca	<p>Schneiders Gourmet World (assaisonnements et produits de maïs soufflé)</p> <p>téléphone : 1-800-665-6484 fax : 1 (306) 653-4272 adresse : # 2-2406, avenue Wheaton Saskatoon (Saskatchewan) S7L 5Z4 Colleen Schneider courriel : colleen@sgw.ca</p>
klasicmarketing.com	<p>Klasic marketing systems (cartes de lotteries, « <i>scratch and pay</i> » -montants de 0.05 \$ à 3.00 \$) ** 400 % de profit pour votre organisme, d'après le site Internet !**</p> <p>téléphone : 1-800-898-9599 fax : 1 (306) 374-7335 adresse : Klasic marketing systems 31-315, Bayview Cresant Saskatoon (Saskatchewan) S7V 1B5</p>



Les fonds ou subventions disponibles

Les organismes et comités à but non lucratif cherchent souvent de l'aide financière supplémentaire pour mener à bien leurs projets. Voici quelques exemples de possibilités de ressources financières.

1. Le gouvernement fédéral offre plusieurs possibilités de sources de financement. Vous pouvez consulter son site Internet, qui décrit en détail tous les ministères, secrétariats et organismes, ainsi que les possibilités de financement qu'ils offrent.

Site Internet du gouvernement du Canada : www.gc.ca

2. Le gouvernement manitobain offre aussi des subventions dans plusieurs domaines.

Site Internet du gouvernement manitobain : www.gov.mb.ca

3. Francofonds Inc.
340, boulevard Provencher, bureau 204
Saint-Boniface (Manitoba) R2H 0G7
Téléphone..... 1-866-237-5852
Télécopieur.....(204) 233-1939
Courriel..... francofonds@ccfm.mb.ca
Site Internet..... www.francofonds.org

4. Gouvernement du Québec
❖ Programme de soutien financier aux partenariats entre le Québec et les communautés francophones.

Adresse : Bureau du Québec à Toronto
20, rue Queen Ouest, bureau 1504
Toronto (Ontario) M5H 3S3
Téléphone..... 1 (416) 977-6713 ou 1 (416) 977-6060
Télécopieur..... 1 (416) 596-1407
Site web..... www.cex.gouv.qc.ca/saic/bqt

5. Historica -Fêtes de Patrimoine
Téléphone..... 1-888-676-3247
Site Internet..... www.heritagecanada.org
Courriel..... fetesdupatrimoine@histori.ca

6. Fondation de la famille J.W. McConnell
❖ Fondation nationale qui a comme objectifs
- le développement communautaire



- aide aux grandes institutions sociales et culturelles
- l`appui aux secteurs de la santé, de l`éducation et des arts
- leadership jeunesse

Adresse : La secrétaire

Fondation de la famille J.W. McConnell
1002, rue Sherbrooke Ouest, bureau 1800
Montréal (Québec) H3A 3L6

Téléphone.....1 (514) 288-2133

Site Internet..... www.mcconnellfoundation.ca

7. Fondation Mclean

Adresse : Ms Britt Bengtsson - The Mclean Foundation
2, avenue St. Clair Ouest, suite 1008
Toronto (Ontario) M4V 1L5

Téléphone.....1 (416) 964-6802

Télécopieur..... 1 (416) 964-2804

Courriel..... info@mcleanfoundation.on.ca

Site Internet www.mcleanfoundation.on.ca

8. Fondation Canadienne Donner

Adresse : 8, avenue Prince Arthur, 3^e étage
Toronto (Ontario) M5R 1A9

Téléphone..... 1 (416) 920-6400

Télécopieur.... 1 (416) 920-5577

Site Internet..... www.donnerfoundation.org

9. Fonds communautaire du grand Québec

333, Grande-Allée Est

Bureau 230

Québec (Québec) G1R 2H8

Téléphone..... 1 (418) 521-6664

Télécopieur.... 1 (418) 521-6668

Courriel..... fondation@fcommunautaire.com

Site Internet..... www.fcommunautaire.com

10. Fondation Thomas Sill

Suite 600, 175, rue Hargrave

Winnipeg (Manitoba) R3C 3R8

Téléphone ...1 (204) 947-3782

Télécopieur.....1 (204) 947-3468



Au Réseau communautaire, il existe un *cartable bleu* de « **101 Event Ideas** » pour le prélèvement de fonds.

Ce cartable touche les éléments suivants :

- ☞ Étapes fondamentales
- ☞ Commanditaires
- ☞ Évènements spéciaux
- ☞ Festivals
- ☞ Prélèvement de fonds
- ☞ Relations avec les médias

Si vous êtes intéressés, parlez-en avec l'animateur (animatrice) de cette rencontre ou votre agent du Réseau communautaire.

Afin d'accéder au *Répertoire des fondations et des subventions du Centre canadien de philanthropie*, vous pouvez vous rendre à une bibliothèque publique ou par abonnement au site web suivant :

http://www.ccp.ca/page.asp?repertoire_fondations&fr=1



Références

- Archambault, Guy, coordonnateur, Les corporations sans but lucratif, Télé-université, Québec, 1983
- Ball, Géraldine, Prendre des décisions, Trans-formation, Actualisation IDH inc., Québec, 1985
- Bazinet, André, L'évaluation du rendement, Agence d'Arc inc., Québec, 1980
- Bénévoles Canada, Fiches techniques/ statistiques, www.nonprofitscan.ca, 2004
www.donetbénévolat.ca
- Bergeron, Jean-Louis et al, Les aspects humains de l'organisation, Gaëtan Morin, Chicoutimi, Québec, 1979
- Boisvert, Jean-Marie et Beaudry, Madeleine, S'affirmer et communiquer, Les éditions de l'Homme, Montréal, 1979
- Boivin, Dominique, Le lobbying, Éditions du Méridien, Montréal, 1984
- Bryson, O.J., Le parrainage d'équipes, Un monde différent ltée, Saint-Hubert, Québec, 1988
- Centraide, La gestion du personnel dans un organisme sans but lucratif, Cadre de formation des bénévoles, Ottawa, 1986
- Collerette, Pierre et Delisle, Gilles, Le changement planifié, Les éditions Agence d'Arc inc., Québec, 1988
- Depré, Tara, L'art de la négociation, Marabout, Paris, 1982.
- Desaunay, Guy, Comment gérer efficacement ses subordonnés, Donod, Paris, 1984.
- Deval, Philippe, La gestion mentale des groupes en réunion, Armand Colin, Paris, 1991
- Dionne, Pierre et Ouellet, Gilles, La gestion des équipes de travail, Gaëtan Morin, éditeur, Chicoutimi, Québec, 1981
- Dolan, Shimon L. et al, Gestion des ressources humaines, Éditions du trécaré



Inc., Saint-Laurent, Québec, 1988

Dufresne, Jacques et Jacques, Jocelyn, Crise et leadership, Boréal Express, Montréal, 1983.

Fernandez, Julio, La boîte à outils des formateurs, Éditions Saint-Martin, Diffusion Prologue inc., Ville Saint-Laurent, Québec, 1983.

Fernandez, Julio, Réussir une activité de formation, Éditions Saint-Martin, Montréal, 1988.

Franchon, Carol et Barreau, Michel, Savoir communiquer pour réussir ses réunions : préparation et conduite de présentation en entreprise, Eyrolles, Paris, 1991.

Glasser, William, États d'esprit, Agence de distribution populaire inc., Montréal, 1982.

Gordon, Thomas, Cadres et dirigeants efficaces, Pierre Belfond, Paris, 1983.

Gouvernement du Manitoba, Office des compagnies, Enregistrement d'une organisation, 2004.

Haruatopoulos, Yannis et al, L'art de l'enquête, Eyrolles, Paris, 1989.

Haynes, Marion E., Animez des réunions efficaces : guide pratique des méthodes et des techniques, Agence d'Art, Montréal, 1990.

Hill, Karen, Je vous aide en m'aidant, Conseil canadien de développement social, Ottawa, 1987.

Holland, Gary, Le meeting – devenez un animateur hors-pair, convoquez l'équipe appropriée, stimulez la créativité du groupe, prenez des bonnes décisions, Les éditions de l'Homme, Montréal, 1986.

Jacquart, Hugues, Qui ? Quoi ? Comment ? – ou la pratique des sondages, Eyrolles, Paris, 1988.

Jones, Martin, Comment organiser des réunions, Presses de l'Université du Québec, Montréal, 1987.

La Fédération des Franco-Colombiens, Le recrutement, Vancouver, 1982.

Lamoureux, Henri et al, L'intervention communautaire, Éditions Saint-Martin, Montréal, 1984.



Laurent, Louis, Comment mener adroitement discussions et négociations
Donod, Paris, 1987.

Le Centre canadien de philanthropie, Programme de Recherche, www.ccp.ca, 2002.

Lefebvre, Gérald, Le cœur à l'ouvrage, Les éditions de l'Homme, Montréal, 1982.

Lippitt, Gordon L. et Lippitt, Robert, La pratique de la consultation, NHP,
Victoriaville, Québec, 1980.

Lugan, Jean-Claude, Éléments d'analyse des systèmes sociaux, Privat,
Toulouse, 1983.

Maccio, Charles, Animation de groupe, Chronique sociale de France, Lyon,
1983.

Michaud, Yves et Piotte, René, La direction du personnel, Les éditions Agence
d'Arc inc., St.Léonard, Québec, 1984.

Ministère d'Agriculture et d'Alimentation de l'Ontario, Développement
rural, ressources et fiches techniques, 2004.

Ministère des Affaires civique et culturelles de l'Ontario, Évaluer sa
participation, Toronto, 1987.

Ministère des Affaires civiques et culturelles de l'Ontario, Les comités de
bénévoles, Toronto, 1986.

Ministère de Culture, Patrimoine et Tourisme du Manitoba, Programme de
formation à la direction bénévole, Condition Physique, Canada, 1986.

Morin, Victor, Procédures des assemblées délibérantes – avec tableau
synoptique à l'usage des corporations, compagnies, sociétés,
associations, cercles, unions, clubs, etc., Beauchemin, Montréal,
1987.

Mucchielli, Roger, L'interview de groupe, Les éditions ESF, Formation
permanente en sciences humaines, France, 1987.

Nadeau, Marc-André, L'évaluation de programme, Les presses de l'Université
Laval, Québec, 1988.

Olson, Mancur, Logique de l'action collective, Presses Universitaires de France,
Paris, 1987.

Ouellet, André, L'éducation créative, Presses de l'Université du Québec, Sillery,



Québec, 1983.

Palomares, U.H. et Ball, G., Résoudre un problème, Transformation, Actualisation IDH inc., Québec, 1985.

Rigny, André-Jean, Diagnostic organisationnel, Les éditions Agence d'Arc inc., Montréal, 1982.

Roux-Brioude, Jacques, La vente par réunion, Chotard, Paris, 1990.

Ryborz, Heinz, L'art de convaincre, Agence de distribution populaire inc., Montréal, 1983.

Sahnoun, Pierre, Le sponsoring, Groupe Liaisons, Paris, 1989.

Saint-Pierre, Henri, La participation, Les presses de l'Université Laval, Québec, 1975.

Santé Canada, La trousse de guide complet des communications pour les organismes sans but lucratif, en direct, 2004.

Séguin-Bernard, Francine et Chanlat, Jean-François, L'analyse des organisations – les théories de l'organisation, Éditions Préfontaine inc., Lac St-Jean, 1983.

Société franco-manitobaine, Le guide de la gestion efficace du risque, mars 2003.

Symons, Gladys L., La culture des organisations, Institut québécois de recherche sur la culture, Ville Saint-Laurent, Québec, 1988.

The Hospital for Sick Children, Toronto, Ontario, www.sickkids.ca, 2004, www.securijeunesca.ca

Timbal-Duciaux, Louis, Les réunions, avant, pendant, après, Retz, Paris, 1989.

Volunteer Center of Kitchener – Waterloo, Idées de reconnaissance, 2004.

Waitley, Denis, Attitude d'un gagnant, Les éditions Un monde différent ltée, Brossard, Québec, 1982.

Wesenfelder, Ralf, 50 « trucs » pour réussir une réunion, Éditions d'Organisation, Paris, 1982.

Zauhar, John, L'action bénévole : un investissement inestimable, Cadre Plus, Gloucester, Ontario, 1991



Zauhar, John, La gestion des risques en loisir, La Cité collégiale, Ottawa, 1992

Zauhar, John, Rapports d'entregent : hôte/invité, ISMI, Ottawa, 1987.