CanaDon × Advocate Fundraising

La collecte de fonds autrement

Il n’est pas trop tard : comment prioriser votre campagne de collecte de fonds de fin d’année



CONFÉRENCIÈRE
MARIE-JOSÉE CONDRAIN,
SPÉCIALISTE DE LA COLLECTE DE FONDS,
ADVOCATE FUNDRAISING

Reconnaissance des terres

Notre équipe à CanaDon est reconnaissante de pouvoir vivre, travailler et collaborer sur les divers territoires autochtones de cette terre que nous partageons, le Canada. Nous reconnaissons que notre siège social est situé sur le territoire traditionnel des Wendat, des Anishinaabeg, des Haudenosaunee et des Mississaugas de la Première Nation des Mississaugas de Credit (aujourd'hui connue sous le nom de Toronto).

Nous exprimons notre profond respect envers ces territoires et rendons hommage aux peuples autochtones qui en assurent la garde depuis des temps immémoriaux. Pour CanaDon, la réconciliation est une responsabilité active et évolutive. Nous sommes déterminés à écouter les voix autochtones, à leur donner une plus grande portée et à prendre des mesures concrètes et mesurables pour soutenir l'autodétermination des peuples autochtones et les solutions dirigées par les communautés. Nous nous efforçons de mettre en œuvre les appels à l'action formulés dans le rapport final de la Commission de vérité et réconciliation du Canada.



Source: #BeadYourProvince, Kooteen Creations

CanaDon



Au sujet de CanaDon

- CanaDon est un organisme de bienfaisance qui tire parti de la technologie pour amplifier la générosité au Canada.

- **Pour les Canadiennes et les Canadiens**, CanaDon offre la panoplie la plus complète et la plus flexible de solutions caritatives pour verser un don ou s'informer sur un organisme de bienfaisance au Canada.
- **Pour les 85 000 organismes de bienfaisance du Canada,** CanaDon fournit des outils de collecte de fonds abordables ainsi que des ressources éducatives qui les aident à renforcer leur impact.

- Depuis l'an 2000, plus de 5 millions de Canadiennes et de Canadiens ont versé plus de 4 milliards de dollars à des organismes de



Informations pratiques

- L’enregistrement et la présentation vous seront envoyés par courriel après le webinaire. Vous pourrez visionner **la vidéo en différé, à la demande.**

- Consultez nos archives de webinaires

- Vous avez des questions?
- Posez-les à tout moment dans le module Questions.

À propos du conférenciers



Marie-Josée Condrain
Spécialiste de la collecte de fonds, Advocate Fundraising

Marie-Josée est une professionnelle bilingue de la collecte de fonds qui compte plus de 20 ans d'expérience dans le secteur sans but lucratif. Son parcours couvre la stratégie de collecte de fonds, la préparation de demandes de subventions, la gestion des donateurs, les partenariats avec des entreprises, les événements et les grandes campagnes.

Advocate Fundraising
La collecte de fonds autrement

Advocate Fundraising est une firme de conseil canadienne spécialisée dans la collecte de fonds qui accompagne les organismes sans but lucratif, les organismes de bienfaisance et les organismes locaux pour élaborer des stratégies de collecte de fonds pratiques, éthiques et durables.

WEBINAIRE · CANADADON × ADVOCATE FUNDRAISING

IL N'EST PAS TROP TARD : COMMENT PRIORISER VOTRE COLLECTE DE FONDS DE FIN D'ANNÉE

Marie-Josée Condrain, Spécialiste de la Collecte de Fonds, Advocate Fundraising

19 novembre 2026 · En partenariat avec CanadaDon



42 JOURS POUR AGIR.ENCORE BIEN DES POSSIBILITÉS.

Du 19 novembre au 31 décembre : c’est maintenant que tout se joue.

ENVIRON 50 %

des dons sur CanadaDon sont faits en novembre et décembre.

PLUS DE 16 M$

recueillis lors de Mardi je donne 2025 sur CanadaDon

Vous ne pouvez pas tout faire. Faites ce qui compte.

SONDAGE

OÙ EN ÊTES-VOUS?



En cours

La campagne est lancée.



En retard

Le plan existe, mais sa mise en œuvre a pris du retard.



À peine commencée

La campagne se résume encore à un document Word ou fichier Google.

Aucune mauvaise réponse. Chacun peut avancer aujourd'hui.

VOTRE POINT DE DÉPART

PLANIFIEZ SELON LA RÉALITÉ DE VOTRE ORGANISME

Pas celui que vous aimeriez avoir.

Priorités stratégiques

Relations authentiques

Actions réalisables

« En cette fin d'année, nous demandons à notre communauté de nous aider à _____? »

ON DONNE POUR CE QUI NOUS TIENT À CŒUR, PAS POUR UN ORGANISME.

Pensez à votre dernier don.

Qu’est-ce qui vous a convaincu?

- Lien émotionnel
- Valeurs personnelles
- Confiance
- Sentiment d’appartenance
- Envie de faire une différence



CE QUE NOUS APPREND LA PSYCHOLOGIE DE LA GÉNÉROSITÉ



Les valeurs comptent

Reliez le besoin à ce qui compte pour le donateur.



Le lien compte

Racontez une histoire vécue, humaine et authentique, ayant toujours le consentement des personnes avec respect et dignité.



La confiance compte

Expliquez le besoin, l'utilisation des fonds et la suite.



Le choix compte

Facilitez le don. Laissez la décision au donateur.

SOURCE : TRAVAUX PUBLIÉS DE CHERIAN KOSHY SUR LA PSYCHOLOGIE DE LA GÉNÉROSITÉ ET LES DÉCISIONS DES DONATEURS. REFORMULATIONS PRATIQUES, NON DES CITATIONS.

FORMULEZ UNE DEMANDE CLAIRE,SINCÈRE ET PRÉCISE

01

La demande

« Aidez 100 aînés à rester en contact cet hiver » plutôt que « Soutenez nos programmes pour aînés ».

02

La preuve

Une histoire vécue, racontée avec le consentement des personnes et dans le respect de leur dignité.

03

L’objectif

Un objectif chiffré qui rassemble votre communauté.

04

Une urgence réelle

Une offre réelle de jumelage des dons, une étape importante ou la date limite fiscale du 31 décembre. Aucune fausse urgence.

AVANT ET APRÈS : MÊME ORGANISME, MÊME BESOIN

Soutenez nos programmes

Notre organisme offre des services importants aux aînés. Nous comptons sur votre générosité pour poursuivre notre travail. Appuyez notre campagne annuelle.



Aidez 100 aînés à rester en contact cet hiver

Pour Mireille, un appel hebdomadaire signifie que quelqu'un prend de ses nouvelles. Votre don permet d'offrir des appels et des visites aux aînés qui vivent de l'isolement.

Donnez aujourd'hui pour aider des personnes comme Mireille à maintenir des liens.



ÉVALUATION EN 10 MINUTES : CHOISISSEZ VOTRE PRIORITÉ.

DOMAINE	UNE QUESTION
Clarté de la campagne	Pouvons-nous expliquer clairement ce que nous demandons aux donateurs de soutenir?
Histoire d’impact	Avons-nous une histoire authentique qui montre pourquoi notre travail compte?
Capacité disponible	Que pouvons-nous réellement accomplir avec les personnes et le temps disponibles?
Relations avec les donateurs	Qui nous connaît et nous soutient déjà, et avec qui pouvons-nous reprendre contact?
Communications	Avons-nous un plan clair pour joindre nos sympathisants?
Expérience de don	Est-il facile de faire un don, même avec un téléphone?

SIX SEMAINES DEVANT VOUS. VOUS NE POUVEZ PAS TOUT FAIRE.

Scénario : une personne à temps partiel en collecte de fonds. Peu de ressources. Que garder? Que laisser tomber?

Prioriser

Gardez ce qui donne des résultats.

Misez sur les donateurs actuels, les donateurs potentiels déjà en contacts avec vous et une sollicitation claire.

Simplifier

Mieux vaut lancer une campagne simple que viser la perfection trop tard.

Réutilisez vos modèles, une bonne histoire et des communications ciblées.

Déléguer

Vous n'avez pas à tout porter.

Demandez aux administrateurs et bénévoles de faire des présentations, de partager vos communications et de joindre les donateurs.

Éliminer / Reporter

Écartez le superflu. Gardez l'essentiel.

Évitez les lancements complexes, les calendriers de contenu chargés et une nouvelle identité de campagne.



PARLEZ AUX PERSONNES QUI VOUS CONNAISSENT DÉJÀ

Commencez par les personnes les plus proches de votre organisme.

Donateurs mensuels

Remerciez-les, puis proposez un don spécial de fin d'année.

Grands donateurs

Personnalisez votre approche. Téléphonez avant d'envoyer un courriel.

Donateurs inactifs

« Vous nous avez manqué » Donnez-leur des nouvelles..

Donateurs récents

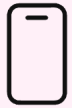
Accueillez-les, puis proposez un deuxième don.

Membres du CA et bénévoles

Donnez l'exemple. Partagez le lien.

NE PERDEZ PAS UN DONATEUR QUI A DÉJÀ DIT OUI

Facilitez le don, selon les préférences de chacun.



Dons en ligne



Dons mensuels



Dons de valeurs mobilières



Virements Interac



Chèques



Téléphone ou en personne

Offrez des moyens de donner accessibles, adaptés aux besoins des donateurs et à vos capacités.

UTILISEZ LES OUTILS QUE VOUS AVEZ DÉJÀ



Profil de l'organisme

Une page prête à utiliser, même sans site Web.



Formulaires de don

Dons ponctuels, mensuels et de valeurs mobilières



Codes QR

Reliez vos documents imprimés à votre formulaire de don.



Rapports sur les dons

Données sur les donateurs et points de comparaison pour orienter vos décisions.

Test de cinq minutes : faites un don avec votre téléphone.

MARDI JE DONNE,LE 1ER DÉCEMBRE:UNE APPROCHE SIMPLE

1. **Choisissez une demande précise**
2. **Vérifiez le fonctionnement de votre page de don**
3. **Communiquez d’abord avec vos donateurs actuels**
4. **Adaptez les modèles de courriels de CANADADON pour Mardi je donne**
5. **Remerciez rapidement les donateurs**

La qualité des échanges compte plus que leur quantité.

TERMINEZ DÉCEMBRE SANS ÉPUISER VOS DONATEURS

Chaque message doit avoir une raison d’être.

Montrez quelque chose de concret

Des retombées concrètes, une histoire ou des progrès réels vers l’objectif.

Soyez pertinent

Une nouvelle sur un don jumelé, s’il y en a un. Des messages personnels aux grands donateurs.

Terminez avec un message clair

Rappelez la date limite du 31 décembre. Du 29 au 31 , relancez les personnes qui n’ont pas donné.



VOTRE PLAN, SEMAINE PAR SEMAINE : DU 19 NOV. AU 6 DÉC.

DU 19 AU 22 NOV.

Définissez votre demande et votre objectif. Faites l'évaluation et testez votre page de don.

DU 23 AU 29 NOV.

Joignez les donateurs personnellement et discutez du jumelage des dons. Planifiez les courriels et publications de Mardi je donne.

DU 30 NOV. AU 6 DÉC.

Mardi je donne a lieu le 1er décembre. Remerciez sous 24 heures et communiquez les résultats.

Préparez l'essentiel, puis mobilisez vos relations.

VOTRE PLAN,SEMAINE PAR SEMAINE: DU 7 DÉC.À JANVIER

Du 7 au 13 décembre

Présentez les retombées des dons. Faites des suivis auprès de groupes ciblés de donateurs

Du 14 au 20 décembre

Multipliez les échanges personnels. Présentez vos progrès et préparez les derniers appels de dons

Du 21 au 27 décembre

Adaptez le calendrier des Fêtes à vos ressources. Préparez les communications de fin d’année.

Du 28 au 31 décembre

Envoyez les derniers appels. Vérifiez les modes de don et remerciez les donateurs.

Janvier 2027

Remerciez, communiquez les résultats et prévoyez comment entretenir les liens avec vos donateurs.

GARDEZ LA LISTE DE VÉRIFICATION GRATUITE D’ADVOCATE FUNDRAISING À PORTÉE DE MAIN.



JANVIER: LE DON N'EST QUE LE DÉBUT DE LA RELATION

Remercier

Un merci sincère et personnel au-delà du reçu

Être transparent

Dites combien a été recueilli et ce qui a été réalisé.

Donner des nouvelles

Photos, témoignages, résultats, ensuite des nouvelles au printemps

Rester éthique

Respect, consentement, aucune culpabilisation.

POUR CE QUI EST DE L'AVENIR, IL NE S'AGIT PAS DE LE PRÉVOIR, MAIS DE LE RENDRE POSSIBLE.

— ANTOINE DE SAINT-EXUPÉRY

VOS SIX PROCHAINES SEMAINES, EN TOUTE SIMPLICITÉ.

Votre liste de vérification gratuite pour la collecte de fonds de fin d'année 2026

Un guide pratique, semaine par semaine, pour prioriser, agir et bien terminer l'année.



Liste de vérification 2026 pour la collecte de fonds de fin d'année

6 semaines | Mardi je donne + Collecte de fonds de fin d'année

Il n'est pas trop tard ! Que votre campagne soit déjà en cours, en retard ou à peine commencée, concentrez-vous sur l'essentiel pour terminer la période des dons de fin d'année en force.

MERCI

À vous tous!

Période de questions!

Advocate Fundraising

Fundraising outside the box

CanaDon

