PRÉSENTATION
AUX MEMBRES

Intergénérations Québec

DIVERSIFIER

LES SOURCES DE REVENUS

Ou comment financer les initiatives intergénérationnelles

Le 11 décembre 2025
Danielle Poulin L.L.B. M.B.A.

Caméo Consultation

OBJECTIFS

Explorer les sources de revenus
qui peuvent soutenir la réalisation
de votre mission
et réfléchir aux freins et aux leviers
pour les activer.

CONTENU

- Les sources de financement accessibles à toutes les organisations
- Les revenus autogérés
- Le soutien des entreprises
- Le soutien des personnes

UN LARGE ÉVENTAIL DE MOYENS

DON PUR

Sollicitation de don postale
Téléphonique, courriel
par texto, à 360^0
Don mensuel
Campagne Famille et amis
Déductions à la source
Dons jumelés
Legs et dons planifiés
Dons majeurs
Campagne majeure
Fonds de dotation

ÉVÉNEMENTIEL

Activité pair-à-pair (P2P)
Activité de tierce partie
Tournoi de golf
Spectacle bénéfice
Défi sportif-culturel-ludique
Les repas et cocktails bénéfices
Encan (silencieux, à la criée, chinois…)
Téléthon
Radio thon
Autres O-thons
Tap and Give

MEMBRARIAT

Cotisations
Frais d'adhésion
Frais de participation, formation

COMMERCIAL

Vente de produits et services
Vente de garage
Commandites
Vente d'objets virtuels NFT – cryptomonnaie
Marketing de cause
Dons à la caisse
Achats groupés avec rabais remis en dons
Collecte de canettes
Emballage aux caisses
Bingo
Loteries, loteries 50/50 et autres tirages

SUBVENTION/PRÊT

Programmes gouvernementaux
Prêts avec ou sans intérêts
Obligations communautaires
Marge de crédit et autres prêts bancaires…

Et plus encore.

DES CHOIX STRATÉGIQUES

Avant de choisir, réfléchir aux considérations suivantes :

1. Votre personnalité juridique
   - OBNL ou organisme de bienfaisance ?
   - Regroupement informel ou association ?

2. Le pourquoi
   - Projet ponctuel, opérations courantes, investissement transformateur
   - Projet défini dans le temps ou à long terme
   - Infrastructure ou service

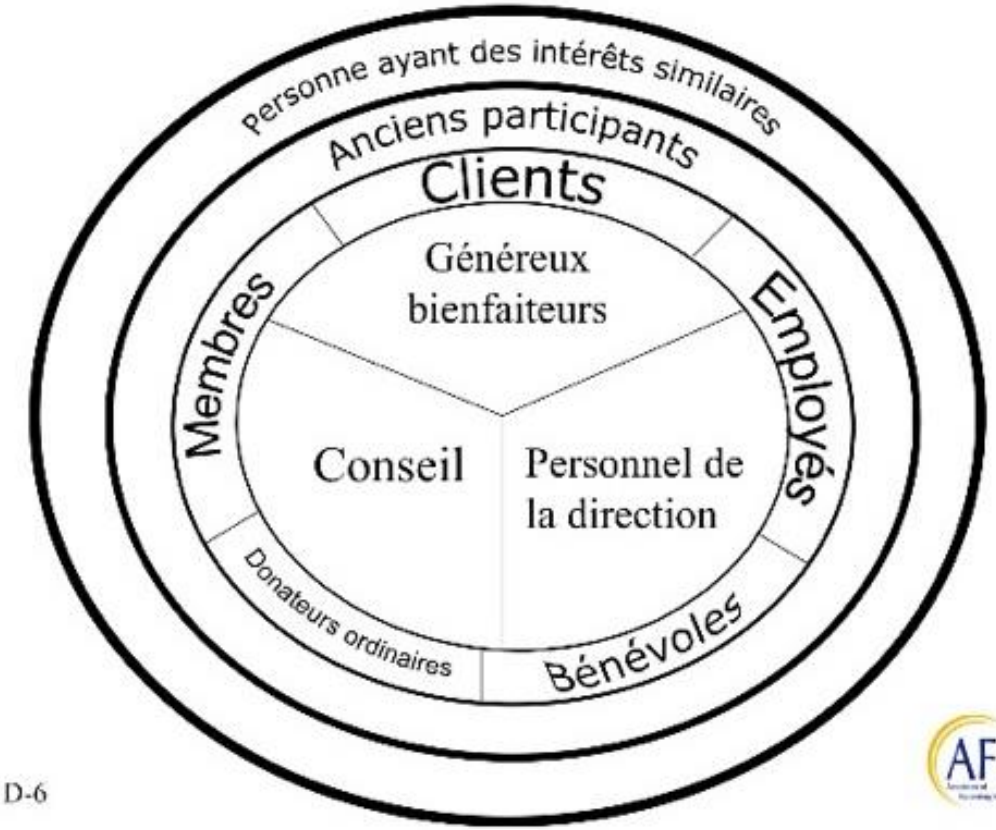
3. L'ampleur des besoins financiers
   - En argent et en temps

Des clés qui facilitent l'accès au financement :

- Les **expériences antérieures**, et l'accès à l'expertise

- Les **relations préexistantes**
  Avons-nous des donateurs/mécènes/partenaires qui nous supportent déjà ? Ils sont nos meilleurs prospects…

Cercles concentriques de Rosso



Une grande vérité

La communauté
la plus susceptible
de vous soutenir
est celle
qui vous connait et
apprécie votre
travail.

QUELQUES MODES DE FINANCEMENT ACCESSIBLES À

TOUTES LES ORGANISATIONS

1. La cotisation volontaire
2. La tarification solidaire
3. Le sociofinancement
4. Les subventions

1. LA COTISATION VOLONTAIRE

L’adhésion à votre organisme est gratuite ?

Vous pouvez proposer une cotisation volontaire, sous forme de don.

Le frais d’adhésion est fixé (à 20 $ par exemple) ?

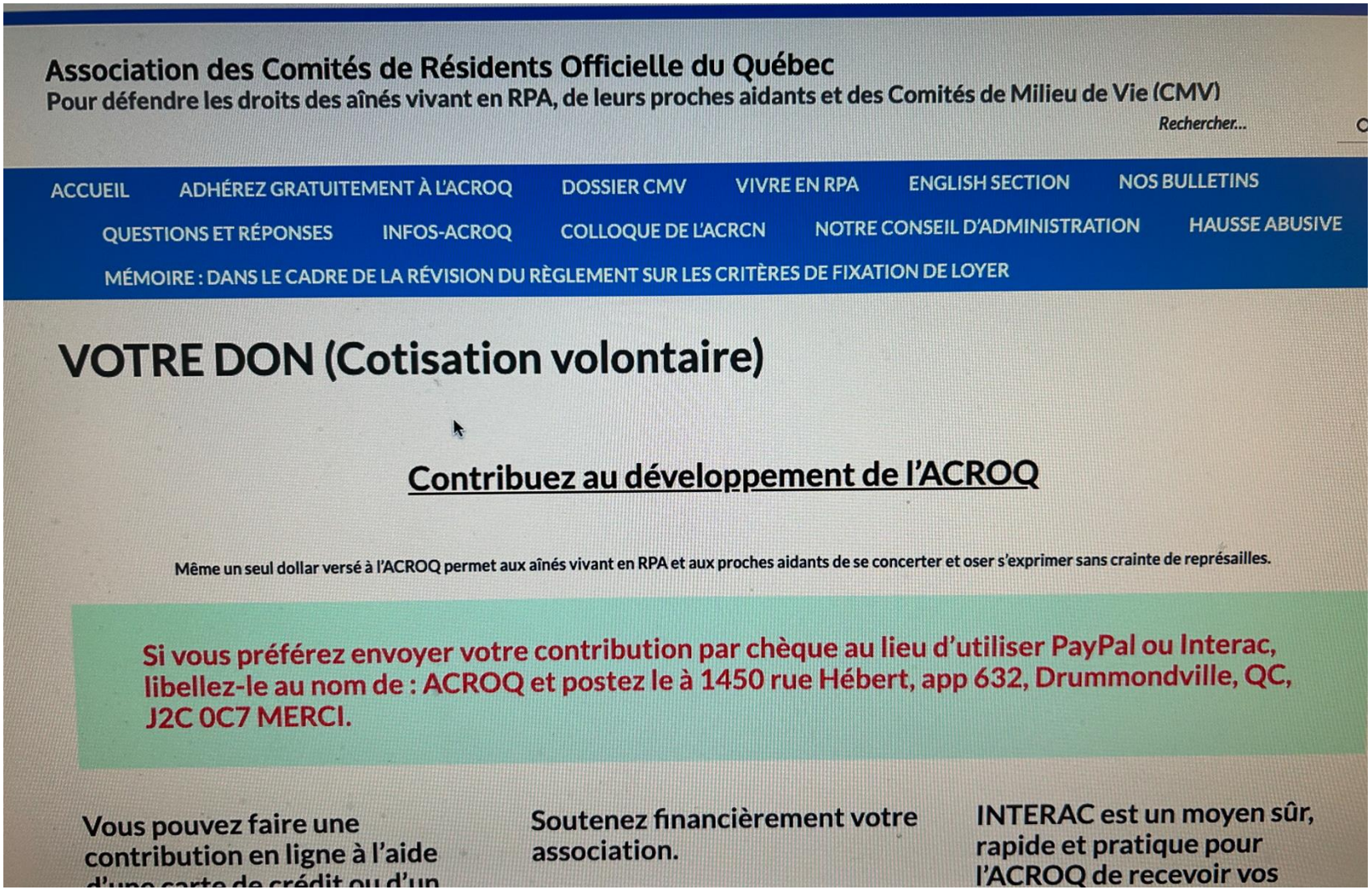
Vous pouvez proposer l’ajout d’une contribution volontaire.

Important : ajouter une boîte de texte pour expliquer ce que vous ferez avec le don.

Pourquoi une contribution volontaire ?

Votre don se transforme en rencontre intergénérationnelle.

Organisme de bienfaisance enregistré ?
Vous pouvez émettre un reçu officiel aux fins de l'impôt pour le montant de la cotisation payée.


Association des Comités de Résidents Officielle du Québec
Pour défendre les droits des aînés vivant en RPA, de leurs proches aidants et des Comités de Milieu de Vie (CMV)
Rechercher...
ACCUEIL
ADHÉREZ GRATUITEMENT À L'ACROQ
DOSSIER CMV
VIVRE EN RPA
ENGLISH SECTION
NOS BULLETINS
QUESTIONS ET RÉPONSES
INFOS-ACROQ
COLLOQUE DE L'ACRCN
NOTRE CONSEIL D'ADMINISTRATION
HAUSSE ABUSIVE
MÉMOIRE : DANS LE CADRE DE LA RÉVISION DU RÈGLEMENT SUR LES CRITÈRES DE FIXATION DE LOYER
VOTRE DON (Cotisation volontaire)
Contribuez au développement de l'ACROQ
Même un seul dollar versé à l'ACROQ permet aux aînés vivant en RPA et aux proches aidants de se concerter et oser s'exprimer sans crainte de représailles.
Si vous préférez envoyer votre contribution par chèque au lieu d'utiliser PayPal ou Interac, libellez-le au nom de : ACROQ et postez le à 1450 rue Hébert, app 632, Drummondville, QC, J2C 0C7 MERCI.
Vous pouvez faire une contribution en ligne à l'aide
Soutenez financièrement votre association.
INTERAC est un moyen sûr, rapide et pratique pour l'ACROQ de recevoir vos

2. LA TARIFICATION SOLIDAIRE

Vous organisez des activités, des formations, des ateliers gratuits ou à faible coût
avec le souci qu'ils soient accessibles ?

Prévoir une tarification volontaire pour les participants qui en ont les moyens.

Guide de tarification sociale TIESS
Territoires innovants en économie sociale et solidaire
https://tiess.ca/download/documents/TIESS-TERR-N-guide-tarification_sociale.pdf

TARIFICATION SOLIDAIRE

L’expression est majoritairement utilisée pour mettre en lumière la mobilisation d’une clientèle solidaire.

Généralement plus nantie, cette clientèle paye un tarif plus élevé, ce qui participe au financement du projet.

Guide du TIESS

Des exemples :

Nouvelles d’ici média local Lasalle, Lachine et Verdun
https://nouvellesdici.com/actu/tarification-solidaire-implantation-lasalle-lachine-verdun/

DIFFÉRENTES FORMES DE TARIFICATION SOLIDAIRE

- Payer au suivant
  Acheter un billet supplémentaire qui servira à l'accès d'une personne qui n'a pas les moyens

- Ajout d'une contribution volontaire au prix du billet

- Tarification ciblée – s'adresse à une clientèle spécifique, qui n'a généralement pas ou difficilement les moyens.
  Mais vous pourriez choisir d'établir un tarif volontaire en fonction de l'âge

- Proposition de prix différents
  L'acheteur peut faire son choix…ou répondre aux critères

Tarif social O Tarif prix coûtant O Tarif solidaire O

3. LE SOCIOFINANCEMENT

Réaliser un projet par le financement participatif :
Recueillir de l'argent à l'aide de multiples contributions faites par des personnes et des entreprises

Sur une plateforme web spécialisée,
communication par Internet et les réseaux sociaux

Généralement avec des frais d'utilisation ou à la transaction, des conditions (atteinte de l'objectif…)

Selon la plateforme, les contributeurs peuvent faire un

- Don (avec ou sans reçu)
- Don avec une récompense
- Préachat (du produit ou du service)
- Prêt (avec ou sans intérêt)
- Investissement (prise de capital)

Tout projet qui suscite l'intérêt d'une communauté donne accès au financement participatif.

La Ruche
Possibilité d'autres sources de financement
Offre un accompagnement, du maillage régional

ULULE

Kickstarter

GoFundMe

Guide sur le financement participatif TIESS
https://tiess.ca/download/documents/TIESS_FIN-Guide_Financement_Participatif.pdf

DANSKIDANSE

Sur la Ruche

Objectif **2 500 $**

Organisation d'un camp international de danse folklorique à Québec en mai 2026. L'argent amassé va servir à la location de salles et à la venue du maître de danse.

Objectif dépassé ! Nouvel objectif **3 250 $**

Le nouvel objectif servira à la publicité et à enrichir l'expérience avec des accessoires – foulards, cuillères turcs, ceintures bulgares…

Hier ils étaient à 3 817 $!

DES CLÉS DE SUCCÈS

Être attractif
Mobiliser sa communauté régulièrement
Offrir des avantages, cadeaux, témoignages, expériences…

Le vidéo fonctionne bien (pour expliquer le projet, montrer les avancements, dire merci…)

Il faut généralement un minimum de donateurs individuels pour rencontrer les conditions des plateformes…

Un peu de recrutement en amont peut être une très bonne idée.

4. LES SUBVENTIONS

Fédérale, québécoise, municipale
Vous les connaissez.

Pour demeurer à l'affût, inscrivez-vous à l'infolettre d'une organisation qui fait une veille sur les nouvelles subventions.

Avant de déposer

Si possible parlez à un humain, pour valider votre compréhension.
Qui acceptera peut-être de piloter votre demande…

Répondez par des réponses courtes et précises
Avec transparence. Il y aura une reddition de compte.

LES REVENUS AUTOGÉRÉS

Proviennent de la vente de produits et/ou de services
qui répondent aux besoins d'une clientèle qui peut les payer à un juste prix
donc générer des profits.

Des actifs qui ont de la valeur…

- Atelier sur les formes de l'isolement
- Formation sur les meilleures pratiques intergénérationnelles
- Un local
- Conférence-témoignage
- Occasions de Team Building
- Conférence sur des anecdotes de rencontres 15 ans – 95 ans

DES CLÉS DE SUCCÈS

- Une petite étude de marché – validation de l'intérêt auprès de clients potentiels
- Des investissements (développement du produit/service, test, branding, mise en marché…)
- Et un retour sur investissement qui a du sens
- Une cohérence avec votre mission
- L'acceptabilité par l'équipe et les bénévoles

Les CISSS, les Centres de services scolaires, les entreprises pourraient devenir vos clients.

LE SOUTIEN DES ENTREPRISES

En argent
En biens et services (qui diminuent vos coûts)
En participation à vos activités

Le soutien en argent va prendre la forme **d'une commandite** (avec de la visibilité en contrepartie)

Ou d'un **don de conviction**

Parce que vous créez des liens avec les employés, les clients, qui les aident à incarner leur image de marque.

Quand une entreprise devient votre partenaire

Pensez à développer tout son potentiel de son soutien :

- ✓ Partenariats (en biens et services)
- ✓ Don et don jumelé
- ✓ Commandite et participation aux activités
- ✓ Soutien des employés
- ✓ Soutien de la chaîne logistique
- ✓ Soutien des clients / marketing

En 2025, les grandes entreprises ont presque toutes adopté une politique de dons et partenariat… lecture recommandée !

Les principaux critères de décision de l'entreprise

- Des communications claires
- La crédibilité de l'organisme et l'adéquation de la cause
- L'impact du don sur la réalisation de la mission
- Le lien entre les **valeurs** de l'entreprise et celles de la cause
- Les **relations** avec les membres du conseil, des comités et la direction
- La **valorisation de la cause par les employés** et le fait qu'ils soient prêts à s'y investir bénévolement
- La **créativité**
- **Et une demande !!!!!**

Le bénévolat est un puissant levier
pour engager les entreprises

Prenez le temps de développer des offres.

Proposez une version Team Building
avec des éléments innovants (atelier de sensibilisation sur les besoins des nouveaux arrivants, sur les meilleures pratiques de collaborations intergénérationnelles…)

Créer des espaces qui sont à la fois des occasions de se sensibiliser, d'apprendre et d'engager.

ACTIVITÉS ORGANISÉES PAR LES TIERS

Les employés d’une entreprise, vos voisins ou par vous…

Vente de garage
Vente de produits cuisinés
Soirée dansante
Tournoi de mini putt
Une soirée de karaoké

Les possibilités sont infinies.

LE SOUTIEN DES PERSONNES

La philanthropie
C'est le secteur du **don privé, volontaire**
dont l'objectif est de contribuer à **l'enrichissement collectif**.

Pour avoir accès à la philanthropie
vous devez savoir comment votre organisation
contribue à **l'amélioration de la société**.

La philanthropie de proximité

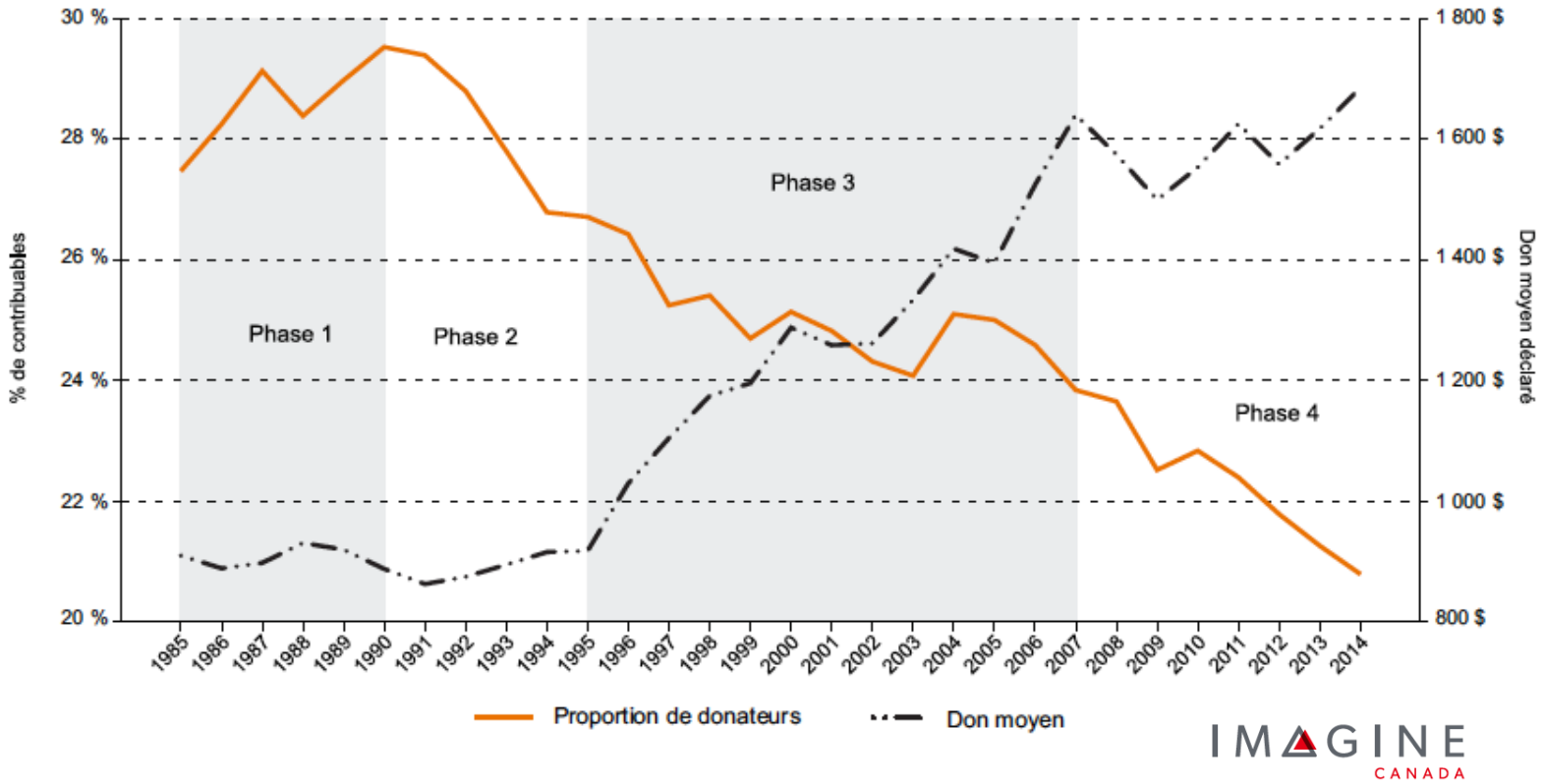
Rallier une large communauté d'alliés, de petits donateurs, autour de sa cause

La grande philanthropie / philanthropie d'impact

Rejoindre de grands donateurs / bailleurs de fonds pour obtenir des investissements plus importants

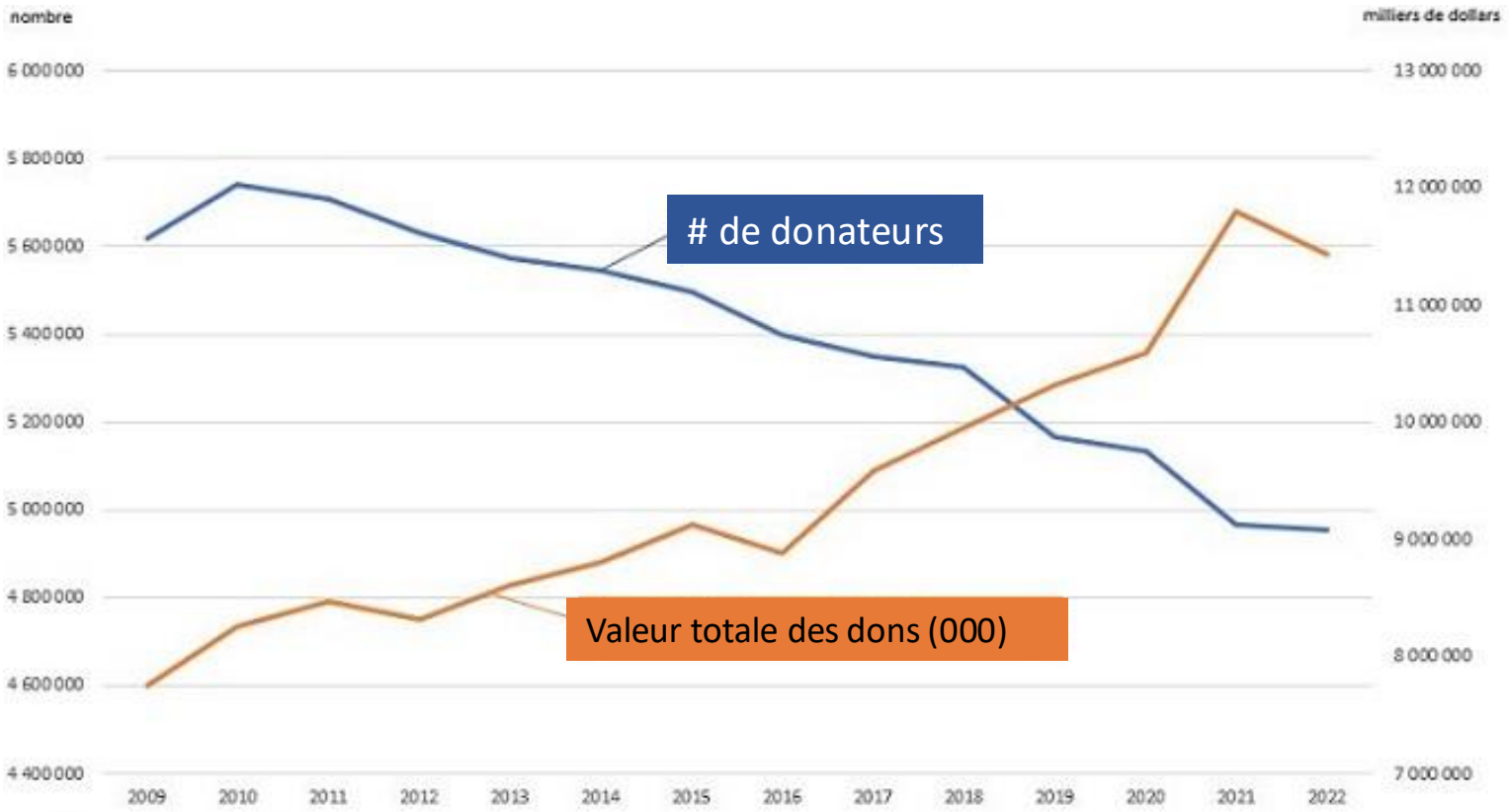
La philanthropie n’est pas magique.

Graphique 5 : Proportion de déclarants ayant réclamé des dons et moyenne des dons réclamés de 1985 à 2014, en dollars constants de 2014.



IMAGINE CANADA

Statistiques tirées de l'Agence du revenu du Canada



Note(s) : Les montants sont exprimés en dollars courants.
Source(s) : Revenu et données financières des particuliers, Fichier des familles T1 préliminaire (4106), tableau 11-10-0002-01.

Se battre contre des tendances lourdes exige :

- De la patience et de la persévérance
- Des investissements importants (temps, $$, expertise, outils…)
- De la stratégie
- Des plans B

La philanthropie n’est pas magique.
Au contraire.

Mais développer des relations de qualité avec gens qui croient en notre cause, ça change le monde.

Plus les objectifs sont grands, plus les investissements devront l'être aussi.

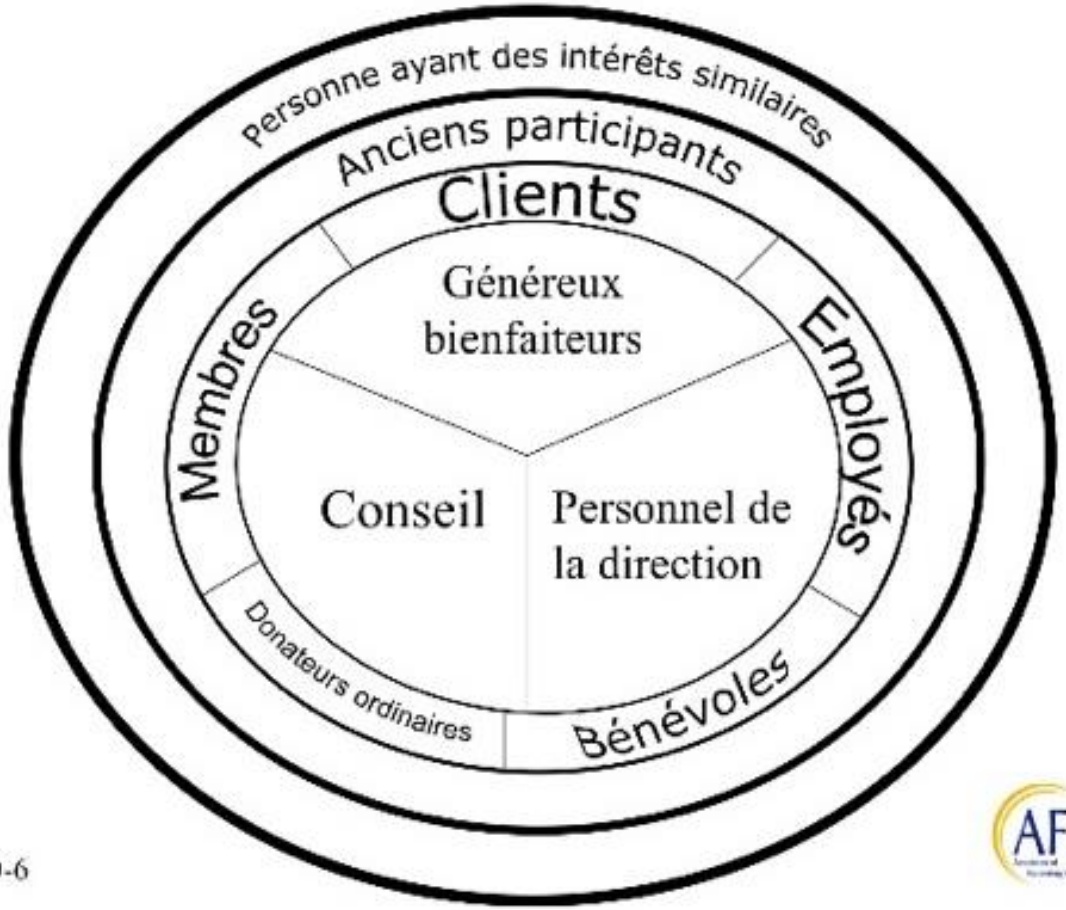
LES DONATEURS INDIVIDUELS POTENTIELS

Nos communautés sont généralement petites et spécifiques.

Le travail ?

- Capter toutes les personnes intéressées, qui pensent que vous faites un bon travail
- Réfléchir à long terme (fidéliser), parce que c'est très difficile et coûteux de remplacer les donateurs qui quittent…

Cercles concentriques de Rosso



D-6

PLUS

- Voisins
- Fournisseurs
- Experts et les employés des institutions qui constatent les impacts du travail
- Communauté web et participants

Des croyances à combattre :

- Les gens qui donnent du temps ne devraient pas être sollicités pour des dons
- Il ne faut pas demander trop souvent, ça épuise les donateurs
- Le bouton DON du site web ou de l'infolettre est une sollicitation
- « Nous comptons sur les dons spontanés »…

La première réponse à la question « Pourquoi n'avez-vous pas donné ? » est…**Parce qu'on ne me l'a pas demandé.**

Offrir une expérience

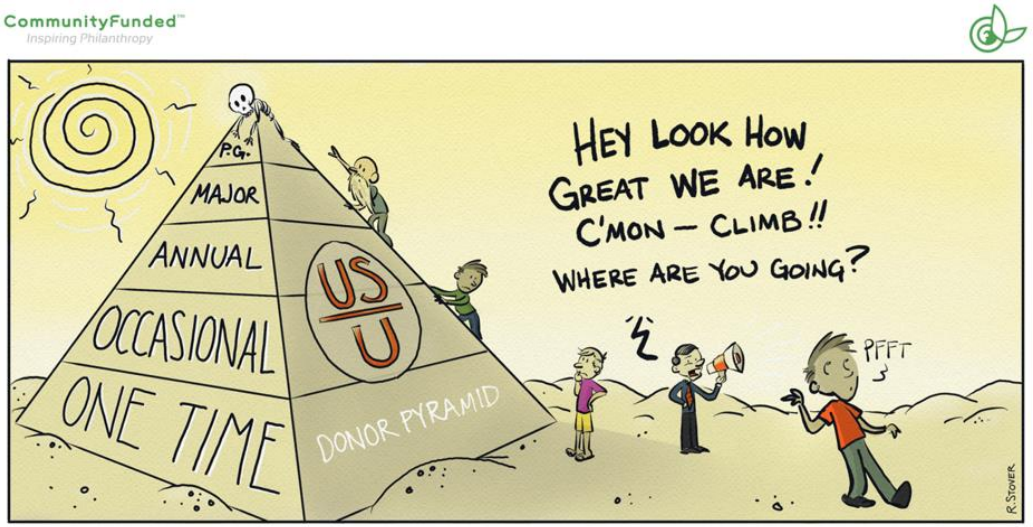
Le don pur est une espèce en voie de disparition.
Qui appartient aux personnes mâtures et aux boomers.

Ça explique probablement une bonne partie des statistiques.

C’est l’une des grandes différences entre la philanthropie de proximité et la grande philanthropie.

Pour les plus petits dons, les réseaux sociaux ont tout changé.

En 2005
Un devoir



En 2025
Une participation

CRÉER UNE PISCINE

L'AGA mais pas n'importe laquelle, avec des panels, un cocktail, une performance, un atelier de cocréation…

Une journée porte ouverte

Une conférence

Un événement en ligne ou en présentiel

Une occasion de bénévolat

L'anxiété et l'isolement sont des enjeux plus mortels que la cigarette. Vous avez de l'expertise et du contenu pertinent à offrir.

LA SOLLICITATION DOIT ÊTRE RÉPÉTÉE

Le chiffre magique est 3 ;

Après 3 dons, un donateur est considéré loyal, membre de la communauté.

«It’s imperative that donors at this layer be stewarded well
to encourage this repeat giving.

This should include a minimum of seven ‘thank you’ messages, concrete demonstration of the impact of their gift, and absolute fiscal transparency.»

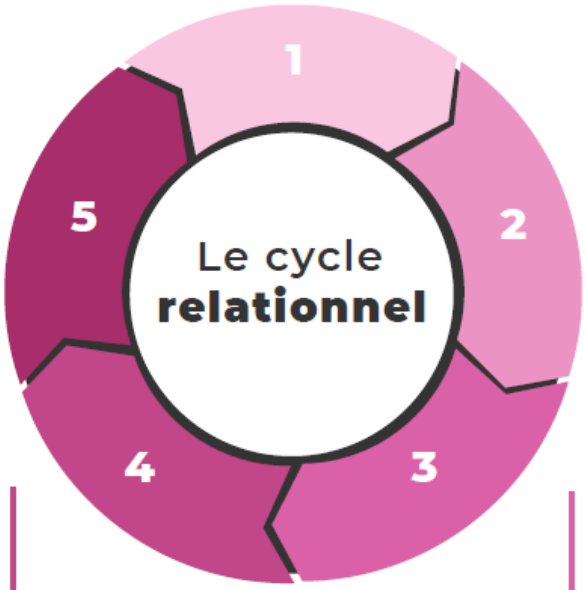
LA FRÉQUENCE DE LA SOLLICITATION

NE PAS SOLLICITER = PAS BESOIN de la communauté

DES COMMUNICATIONS EN 5 TEMPS
autour du cycle relationnel

Informer

Informer les donateurs sur les projets et témoigner de l'engagement et de l'implication des donateurs.



Solliciter

Demander l'implication du donateur et expliquer en quoi son engagement répond à des besoins urgents et importants.

Reconnaître

Remercier et féliciter le donateur pour son don et démontrer en quoi il est déjà à l'oeuvre.

Rendre compte

Démontrer au donateur qu'il a fait une différence; préciser les changements obtenus grâce à son appui; partager des témoignages.

Motiver

Établir un relation de confiance avec le donateur; montrer votre intérêt à le consulter et obtenir son avis; partager vos rêves pour l'avenir.

UN CALENDRIER DE CAMPAGNES

Auquel vous vous commettez pour quelques années

À partir des journées thématiques
Identifiez trois moments propices à des appels aux dons

Semaine québécoise intergénérationnelle

Mardi Je Donne

Jour de la Terre

DES INVESTISSEMENTS QUI CRÉENT DU LIEN

- Un calendrier de communication basé sur les étapes du cycle relationnel
- Des infolettres passionnantes
- L'animation des réseaux sociaux avec de belles histoires inspirantes
- Au moins une ou deux occasions de rencontre par année
- Au moins 3 sollicitations par année
- Un programme de reconnaissance individuel significatif
- Un environnement numérique attrayant, facile à naviguer, s'appuyant sur du visuel.

ET DE LA GRATITUDE – des appels de remerciement, des cartes privées, des rencontres…

Accueil Blanche-Goulet

HISTORIQUE

Entre les années 1960 et 1970, il y a de plus en plus de personnes qui livrent à la mendicité dans la ville de Gaspé. L'expropriation en vue de la création du Parc National Forillon a créé une instabilité économique et plusieurs familles se retrouvent démunies. Le plus souvent, ces gens se tournent vers les maisons religieuses, le presbytère, l'évêché et les clubs sociaux (Filles d'Isabelle, Chevaliers de Colomb, etc.) pour avoir de l'aide sous forme d'argent, de nourriture, etc. En 1986, le Centre d'action bénévole et les partenaires ci-haut mentionnés, cherchent des solutions pour contrer cette mendicité persistante. **Sr Gertrude Huet**, déjà impliquée dans la communauté et confidente pour plusieurs, se sent appelée intérieurement par la cause. À sa retraite du milieu scolaire en 1990, elle a à cœur de monter un projet pour la mise sur pied d'un centre de dépannage. Elle a d'ailleurs déjà passé une année de « repos » à Montréal pour mijoter son projet où elle fait la visite des organismes de bienfaisance et où elle donne un peu de son temps à la Maison du père.

C'est donc quelques mois plus tard, en février 1991, que l'Accueil Blanche-Goulet ouvre ses portes et ce, grâce à l'œuvre valeureuse de Sœur Gertrude Huet. Celle-ci a fait des pieds et des mains avec ses acolytes pour offrir aux personnes démunies une ressource répondant à leurs besoins. Depuis, bien des années se sont écoulées et malgré l'amélioration et le développement de nos services, il n'en demeure pas moins que les personnes que nous desservons sont toujours stigmatisées et marginalisées. Les moyens de survie de ces personnes touchées par la pauvreté, les problèmes de santé mentale, la dépendance aux drogues ou à l'alcool, etc., sont sensiblement demeurés les mêmes. Il y a toujours un manque criant de ressources pour héberger ces personnes et nous devons refuser constamment des gens faute de place. Tout cela ressemble tristement à la situation qui prévalait à l'ouverture de l'Accueil Blanche-Goulet ! Bref, tout cela pour vous dire que l'Accueil Blanche-Goulet a poursuivi sa mission à travers le temps et on peut penser que nous serons là encore plusieurs années car il semblerait que les laissés pour compte d'hier, sont les laissés pour compte d'aujourd'hui et risque bien d'être les laissés pour compte de demain. Dans ce contexte, il va de soi que les services de l'Accueil sont toujours aussi pertinents et nécessaires car malheureusement l'histoire se répète...

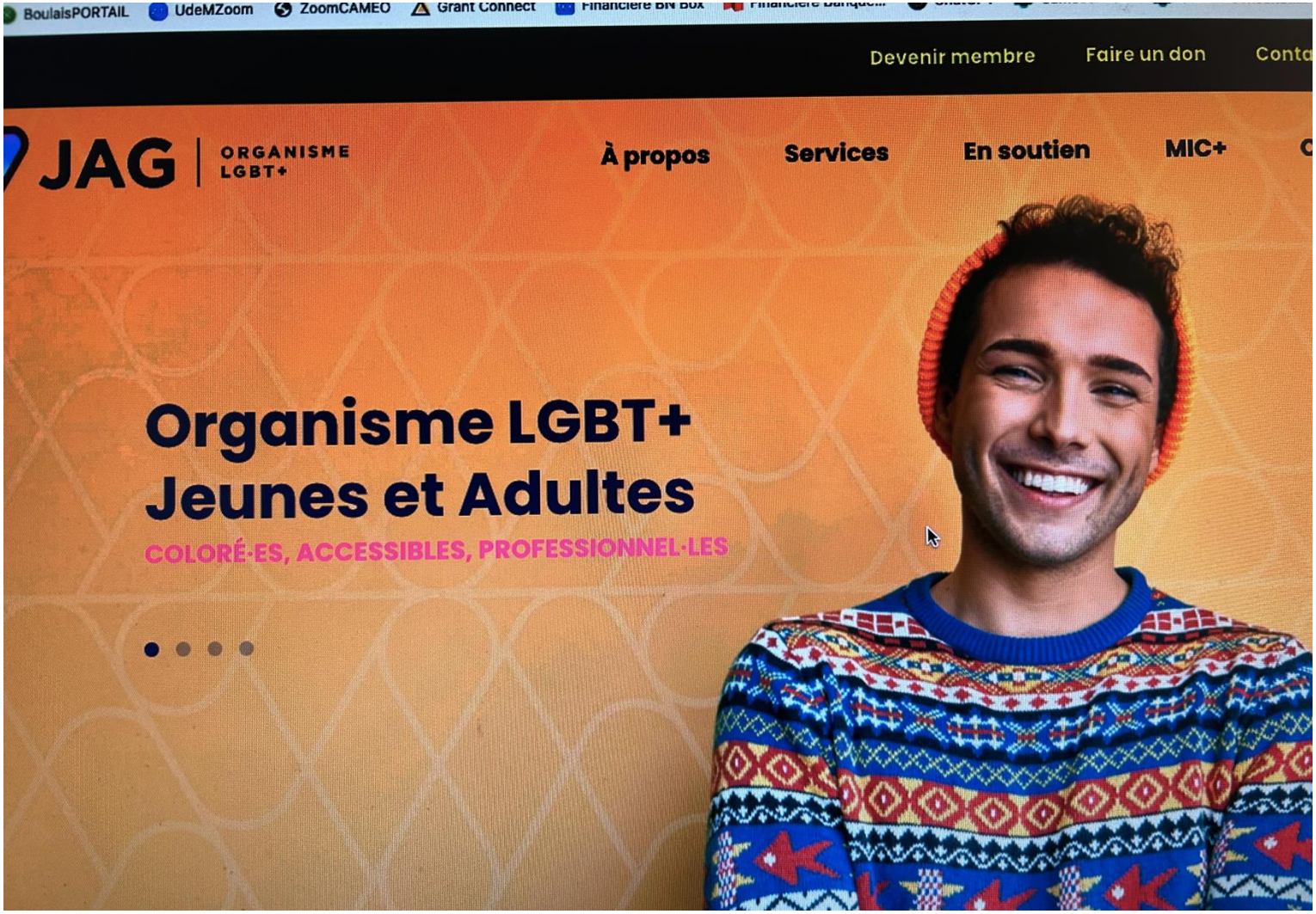
MISSION ET VALEURS

L'Accueil Blanche-Goulet (ABG) est un organisme communautaire autonome qui soutient des services et des actions innovantes et mobilisatrices pour le mieux-être de la population. Notre mission s'appuie sur la conviction que, pour briser le cycle de la précarité et retrouver la dignité, tout individu doit pouvoir satisfaire ses besoins de base, évoluer dans un milieu sain et sécuritaire et exercer un rôle social valorisant au sein de sa collectivité, selon ses capacités.

Mission

- Accompagner et supporter les personnes vivant une situation sociale précaire et où leur bien- être psychologique se retrouve fragilisé à la suite d'expériences de vie difficiles (problèmes de santé mentale, dépendance, perte d'emploi, séparation, difficultés familiales, etc.).

- Mettre en place et soutenir des initiatives qui visent à générer des impacts concrets sur les conditions de vie des personnes, notamment en offrant une gamme variée de services en sécurité alimentaire et en hébergement sécuritaire et abordable.


BoulaisPORTAIL
UdeMZoom
ZoomCAMEO
Grant Connect
Devenir membre
Faire un don
JAG
ORGANISME LGBT+
À propos
Services
En soutien
MIC+
Organisme LGBT+
Jeunes et Adultes
COLORÉ·ES, ACCESSIBLES, PROFESSIONNEL·LES

LA GRANDE
PHILANTHROPIE

DES RELATIONS TRANFORMATRICES

Don majeur d'individus
Dons d'entreprises
Dons de fondations
Dons de communautés religieuses

Souvent affectés à un projet précis.

Attention : les dons majeurs proviennent principalement d'individus, et non d'entreprises…

DOCUMENTER LE TRAVAIL

Tenez une liste des relations de vos administrateurs, de vos voisins, de vos fournisseurs.

Rencontrez-les aussi souvent que possible
Individuellement ou en groupe.

Offrez-leur une visite de votre organisme.
Allez leur présenter vos projets, votre impact.

Et demandez !
Dès qu'un entrepreneur accepte de vous rencontrer, il sait que ça s'en vient.

LES FONDATION PRIVÉES

Ce sont des bailleurs de fonds professionnels.
Qui réalisent leur propre mission.

Plusieurs, comme la plupart des grandes entreprises aujourd'hui, ont recours à un formulaire en ligne comme accès exclusif aux fonds.

Très souvent, un comité composé de membres de la famille et de ressources expertes est mandaté pour analyser les demandes et voir aux octrois.

Des dates de dépôts des demandes sont parfois prévues.

Dressez une liste des fondations qui partagent votre mission, avec les informations à partager, les dates de dépôt.

Outils de recherche

- Google et autres moteurs de recherche
- Fondations Philanthropiques Canada
- Répertoire Fonds et fondations pour OBNL du Québec
- Fondations communautaires (Fonds)
- Rapports annuels et sites web d'organismes similaires

Tenez une liste des cinq fondations les plus intéressantes et suivez-les.

Inscrivez-vous à leurs infolettres, et à celles d'Imagine Canada et de l'Institut Mallet, qui fait une bonne revue de presse.

Et demandez !

EN RÉSUMÉ

Comprenez la nature de vos besoins pour prioriser vos efforts.

DOCUMENTEZ - Que ce soit sur un logiciel spécialisé ou en Excel, tenez une liste des personnes, entreprises, gouvernements/institutions, fondations, communautés religieuses… qui présentent un intérêt pour votre organisme

PRIORISEZ et entreprenez une conversation en suivant le cycle relationnel

> Pour les personnes, la conversation se fait par l'Infolettre, les réseaux sociaux, les activités et les occasions de rencontres et d'expérimentation de la cause.
>
> Pour les entreprises et les fondations, l'expérience est individuelle, personnalisée.

Et sollicitez.

Demandez. Sollicitez.

Un non … est rarement un non définitif.

Le don, c'est la bonne personne
qui demande le bon montant,
au bon moment
pour le bon projet.

Comprendre un refus,
ça fait partie de l'exercice de bâtir une relation.

LE GESTE FONDAMENTAL

REMERCIER

MERCI !

Danielle Poulin L.L.B. M.B.A.
Fondatrice
dpoulin@cameoconsultation.ca

Caméo Consultation