

# FAITS SAILLANTS

## L'HISTOIRE

### Quelles sont les origines de la philanthropie culturelle qui existe de nos jours à Montréal ?

- Les bénévoles et les donateurs sont présents depuis longtemps dans le milieu artistique, mais le développement de relations avec eux fait rarement l'objet d'une planification.
- La relation arts-affaires existe elle aussi de longue date. La Chambre de commerce du Montréal métropolitain (CCMM) et les cercles de jeunes philanthropes encouragent ce lien entre les gens d'affaires et le milieu artistique.
- Récemment, les politiques culturelles au Québec en matière d'appariement et les mesures fiscales ont stimulé la croissance de fonds pour des projets ou de fonds de dotation permanents.
- Les communautés de donateurs passionnés par la mission d'organisations artistiques sont peu nombreuses à Montréal.

## LA STRATÉGIE

### Comment la collecte de fonds est-elle perçue dans la communauté artistique montréalaise ?

- Les organisations artistiques se structurent autour de projets qui dominent la collecte de fonds. Les programmes d'incitatifs publics renforcent involontairement cette tendance.
- Plusieurs rêvent, à leurs débuts en philanthropie, d'un riche mécène, d'une sorte de *deus ex machina* qui sauverait l'organisation. C'est une conception généralement loin de la réalité.
- Les événements-bénéfice impliquant des gens d'affaires et fonctionnant par réciprocité sont devenus une tradition, ce qui nuit à la philanthropie relationnelle axée sur la mission. Les événements sont motivés par le besoin de visibilité et les relations publiques.
- La capacité d'une organisation à bâtir des relations philanthropiques est liée à son modèle d'affaires. Une présence continue tout au long de l'année et un lien direct avec le public montréalais permettent de bâtir une communauté de donateurs individuels motivés par rapport à l'organisation. Il s'agit souvent d'un réseau distinct de celui du milieu des affaires, qui fréquente les événements-bénéfice. Quelques organisations qui n'ont qu'une présence ponctuelle créent des groupes de donateurs au sein de leur entourage.

## LA CULTURE

### Comment la culture organisationnelle influence-t-elle la philanthropie dans les arts ?

- La culture philanthropique nécessite un engagement de toute l'organisation, de l'expertise, des compétences organisationnelles et de gestion, ainsi que du temps. En s'engageant dans une telle démarche, certaines organisations bâtissent une communauté de donateurs fidèles qui ont développé un sentiment d'appartenance et de proximité envers elles.
- Par opposition, la collecte de fonds est souvent déléguée à un employé à temps partiel, parfois à un stagiaire non rémunéré, qui doit trouver des partenaires d'entreprises et organiser un événement-bénéfice sans grand engagement du reste de l'organisation.
- Malgré le dévouement de certains administrateurs, le potentiel philanthropique des conseils d'administration est limité par la réticence à faire un don personnel et l'absence de politiques philanthropiques. Une meilleure compréhension des modèles d'affaires des organisations pourrait infléchir cette tendance. Le renouvellement constant des mandats des membres freine la capacité d'évoluer avec l'environnement.

## LES PERSONNES

### Qui s'implique dans le développement de la philanthropie ?

- Grâce à de solides formations à du mentorat pour les stagiaires, à un apprentissage par les pairs et à des ateliers qui sont progressivement mis en place, les professionnels des arts sont lentement attirés vers la philanthropie.
- L'apport des bénévoles est variable selon les disciplines artistiques. La plupart tiennent à la mission et, en conséquence, peuvent exercer une influence sur les autres pour qu'ils accordent du temps et fassent des dons à l'organisation.

## LES OUTILS

### De quels outils a-t-on besoin pour une approche philanthropique basée sur la relation ?

- Des bases de données intégrées de clients et de donateurs sont essentielles pour élaborer des relations appuyées par l'analyse de données.
- Certains logiciels en français s'avèrent indispensables.
- Une collaboration avec les diffuseurs permet d'accéder à de l'information, en accord avec les clients. Une entente bien négociée pourrait faciliter cet accès.
- Le statut d'organisme de bienfaisance donne accès à des programmes gouvernementaux, à des incitatifs fiscaux, à des dons majeurs ou planifiés ainsi qu'aux fondations.



## RECOMMANDATIONS

### LA STRATÉGIE

#### Comment la philanthropie peut-elle influencer à long terme la collecte de fonds dans le milieu artistique à Montréal?

- Cultiver activement des relations avec des particuliers qui sont proches de la pratique artistique et de la mission organisationnelle, pour voir apparaître des donateurs et des membres de conseils d'administration engagés.
- Rédiger un argumentaire pertinent afin de demander et de motiver des dons engagés et fidèles, au lieu de donner des contreparties ou des bénéfiques.
- Réduire sa dépendance à la réciprocité des réseaux d'affaires et l'incertitude associée aux événements-bénéfice.
- Intégrer les activités relationnelles dans les galas et les événements-bénéfice.
- Ancrer les dons destinés à un fonds de dotation dans une stratégie relationnelle et philanthropique durable.

### LA CULTURE

#### Comment gérer le changement de façon à faire éclore une culture philanthropique dans le milieu des arts?

- Mettre en place un plan stratégique qui intègre le développement d'une culture philanthropique.
- Façonner une culture organisationnelle qui relie fièrement la philanthropie à la pratique artistique. Rallier autour de cette culture les membres du conseil d'administration, les employés, les artistes et les bénévoles, pour qu'ils s'impliquent dans la croissance globale des revenus et les relations avec les donateurs.
- Instaurer des politiques philanthropiques ainsi que des codes d'éthique et de gouvernance qui contribuent à des stratégies de dons majeurs et planifiés et de fonds de capitalisation.
- Aborder le changement par étape, de façon progressive.
- Lancer des projets de financement participatif qui impliquent l'organisation et attirent des dons de travailleurs culturels et d'artistes.

### LES PERSONNES

#### Comment mobiliser autour de la mission et de la philanthropie toutes les personnes concernées par l'organisation?

- Former les professionnels du milieu artistique à la philanthropie pour assurer un dévouement et l'intégration au sein des organisations d'une culture philanthropique empreinte de respect et de délicatesse.
- Implanter dans le milieu l'apprentissage par les pairs pour faire grandir la culture philanthropique. Les stages, le codéveloppement et les compétences en mentorat sont pertinents.
- Favoriser l'apprentissage de la gestion du changement chez les professionnels de la philanthropie et les dirigeants d'organismes.

### LES OUTILS

#### De quelles autres façons pourrait-on soutenir le développement de la philanthropie dans les arts à Montréal?

- Partager de l'information sur une façon de gérer les bases de données qui soutienne la philanthropie (et non seulement les ventes de billets), et développer une culture de l'analyse de données et de la littératie numérique axées sur l'évolution de la relation.
- Investir dans la création d'un logiciel de bases de données en français, en partant d'un groupe d'utilisateurs communautaire.
- Négocier avec les diffuseurs et les salles pour pouvoir accéder à des informations sur le public, et utiliser des techniques qui satisfont à la réglementation sur la protection des données.
- Trouver du coaching juridique pour la demande du statut d'organisme de bienfaisance.
- Rendre plus accessible la formation sur les programmes d'appariement et les avantages fiscaux.