

OSBL, 4 conseils pour conserver vos donateurs

Ma conjointe et moi avons vécu quelques déceptions en tant que donateurs à deux causes que nous soutenions financièrement. Permettez que je vous raconte. Je ne nommerai pas les causes en question pour ne pas leur nuire, car elles sont essentielles, et cela malgré les maladrotes que leurs stratégies ont commises.

L'un de ces OSBL s'était trouvé un allié puissant, une très grande entreprise, pour doubler les contributions que les donateurs individuels feraient au cours d'une période limitée.

Cela est excellent, car ces donateurs, mis au courant de cette alliance, voient alors l'envergure de leur don augmenter instantanément de façon très substantielle, un 60 \$ devenant 120 \$, etc. La motivation à donner peut être ainsi effectivement renforcée.

Le seul inconvénient possible est que **cela peut inciter à donner de plus petits montants que d'habitude**, les donateurs individuels comptant alors sur la très grande entreprise pour bonifier leurs contributions. Ce risque m'apparaît suffisamment important pour que ce type d'offre ne devienne pas la norme, mais demeure une pratique occasionnelle, mettons une fois l'an. Par conséquent, premier conseil :

1. Ne multipliez pas les offres de dons qui seront doublés par une grande entreprise

Or, l'OSBL n'était pas du même avis, comme vous allez le constater.

Nous avons décidé que ma conjointe ferait un don à cette organisation, alors que j'en soutiendrais une autre. Mais vous savez ce que c'est : il faut sortir son chéquier ou sa carte de crédit, aller donner en ligne ou sortir aussi un timbre pour l'enveloppe du chèque. Résultat : on procrastine, le temps passe et les dons se font attendre...

C'est ce qui nous est arrivé. Pourtant, la sollicitation postale que l'OSBL avait envoyée à ma conjointe avait mis en relief, et fortement, la période limitée durant laquelle son don serait doublé. L'enveloppe porteuse portait même une mention du genre « SVP, répondez avant le 12 novembre ».

Malheureusement, c'est seulement après cette date que ma Nathalie s'est souvenue que son don n'était pas encore fait. Elle a alors connu quelques jours d'hésitation, se disant alors que sa contribution ne serait pas doublée.

Surprise peu de temps après : elle a reçu une autre sollicitation du même OSBL annonçant que l'offre était prolongée, puis, cinq semaines plus tard, une nouvelle offre, cette fois pour tripler le don grâce à la générosité d'une autre grande entreprise...

« Wow! m'a dit Nathalie. On est aussi bien d'attendre la prochaine communication : peut-être que mon don sera alors quadruplé. »

Voilà ce que c'est que de tuer l'urgence, celle-ci étant pourtant, comme je l'ai écrit dans un autre article, [la meilleure alliée en marketing philanthropique](#).

2. Gérez promptement vos dons reçus

Nathalie a tout de même fait un don à l'organisation. Aussi, a-t-elle été très étonnée de recevoir de celle-ci – et six semaines plus tard – une lettre de rappel. Comment cela était-il possible ? Le don

avait été envoyé un mois et demi plus tôt. Mais une autre surprise, et très désagréable celle-là, attendait ma conjointe...

3. Ne culpabilisez JAMAIS vos donateurs

Sur l'enveloppe de cette quatrième communication, un *post-it* collé indiquait : « Nathalie, ça fait déjà plusieurs semaines... »

Le *post-it* sur l'enveloppe porteuse, voilà aussi un excellent moyen pour y inscrire, dans un lettrage imitant une écriture à la main, un mot gentil ou intrigant. Mais pas une phrase aussi incisive, pour ne pas dire brutale, que celle-là. Ma conjointe a vu tout de suite que l'organisme lui faisait un reproche – et d'autant moins mérité qu'elle avait fait son don!

Pire : le reproche était public! « Pascal, m'a dit mon Amour, combien de personnes de cet organisme, des entreprises ayant conçu ou mis à la poste ce publipostage et de Postes Canada ont ainsi appris que Nathalie X (son nom de famille était bien sûr écrit dans l'adresse) est une avare, une ingrate, etc. L'haïssable personne qui laisse passer "plusieurs semaines" sans envoyer un peu d'argent! »

Dans mon séminaire [Écrire pour obtenir des dons](#), j'invite les participants à ne jamais culpabiliser les donateurs dans les sollicitations de dons. On le fait parfois par inadvertance. Ainsi, il est facile, sans le vouloir, de rebuter la cible, ne serait-ce que par des phrases négatives ou des formules éliminatoires du genre « Si vous ne donnez pas, nous ne pourrions pas... » J'ai aussi lu des propos terrifiants du genre « Si vous aviez cette terrible maladie, vous souffririez de ceci, auriez l'air de cela... »

Oui, il faut viser à ce que le lecteur s'identifie à la cause, mais il y a tout de même des limites à ne pas dépasser. Bien sûr, il est inévitable d'évoquer la misère et ses conséquences – et spécialement en situation d'urgence, lors de guerres ou de catastrophes naturelles –, mais **l'accent doit être mis sur l'espoir, les bons résultats qui seront obtenus grâce aux dons.**

4. Remerciez les gens ayant fait un don et par la BONNE lettre

Après avoir moi aussi procrastiné, j'ai fini par faire mon propre don et à un autre organisme, qui œuvre en développement international. En fait, cette contribution, comme me le promettait l'OSBL en question sur la page Web où j'ai donné en ligne, devait servir à venir en aide à des personnes victimes de la terrible famine qui sévit toujours dans plusieurs pays d'Afrique.

Cette catastrophe continue de me préoccuper énormément. À ce sujet, je ne peux m'empêcher une digression ici – ou plutôt une montée de lait. Voyez-vous, **cette famine affecte plus de 20 millions de personnes**. Il s'agit **de la pire crise humanitaire depuis la Seconde Guerre mondiale – donc de l'une des plus grandes catastrophes de l'histoire de l'humanité**. Or, à quand remonte la dernière fois où vous en avez entendu parler?

Hier, la semaine dernière, il y a trois mois? Comment peut-on espérer un financement sans précédent de ressources alimentaires et logistiques, si les médias ignorent tout simplement cette tragédie, préférant parler de l'UPAC ou du nouveau pont Champlain?

S'il vous plaît, faites un don aux organismes comme [OXFAM Québec](#) ou la [Croix-Rouge](#), qui viennent en aide à ces millions d'affamés. Et ce n'est pas le genre de cause qui autorise la procrastination...

Vous comprenez donc que j'étais déjà en colère quand j'ai fait mon don. Mais elle n'était rien par rapport à celle qui m'a saisi quand j'ai lu la lettre de l'OSBL qui me remerciait de mon don. Cette lettre ne mentionnait pas une fois les mots famine ou Afrique. On m'annonçait plutôt que ma contribution allait servir à financer des projets en Amérique du Sud et au Québec!

Or, **un don dédié doit rester un don dédié**. Je me suis plaint à l'OSBL, qui s'est excusé de ne pas m'avoir envoyé « la bonne lettre de remerciement ». Quelle erreur! J'aurais préféré ne pas recevoir de lettre du tout, car, je vous l'avoue, j'ai encore un doute : s'est-on vraiment trompé de lettre – en passant, on ne m'a toujours pas posté la « bonne » – ou mon don a-t-il finalement servi à bâtir une école pour jeunes filles à Rio?

Oui, il faut TOUJOURS remercier par écrit les donateurs de leur générosité, mais, de grâce, par la BONNE lettre.

Pascal Pelletier

Concepteur-rédacteur et formateur en rédaction

PUBLICITÉ – RELATIONS PUBLIQUES – WEB

[Portfolio](#)

Des mots et des idées. Des résultats et des amis.

6732, 16e Avenue

Montréal (Québec) H1X 2T4

Tél. : 514 597-0890

p.pelletier@stylo-pub.com

www.stylo-pub.com