

## RÉSULTATS DU SONDAGE MENÉ AUPRÈS DES MEMBRES À LA FIN DE 2007

### Volet quatre : Le programme UN HÉRITAGE À PARTAGERMD

UN HÉRITAGE À PARTAGERMD est le nom donné en français à un programme de sensibilisation qui vise à encourager les particuliers, quel que soit leur milieu, à faire des dons au moyen de leur testament ou de tout autre instrument de planification de dons à une association sans but lucratif ou à un organisme de bienfaisance de leur choix. Le programme UN HÉRITAGE À PARTAGERMD ne fait pas de sollicitation de dons pour quelque organisme que ce soit. Il prend plutôt la forme d'une campagne d'éducation s'adressant aux donateurs en vue de les encourager à faire des dons de bienfaisance et de les sensibiliser à l'importance d'inclure un don de bienfaisance dans leur planification successorale.

Dans le sondage que nous avons mené auprès de nos membres, nous leur avons demandé leur opinion au sujet de l'actuel programme UN HÉRITAGE À PARTAGERMD et sur ses activités futures éventuelles.

Nous leur avons tout d'abord demandé : « *Quelle importance accordez-vous à votre programme local UN HÉRITAGE À PARTAGERMD ?* » Parmi les 197 personnes qui ont répondu à cette question, 41 % lui accordent une importance moyenne, 30 %, une importance faible et 29 %, une importance élevée. Le tableau que voici montre qu'il y a peu de différences entre les résultats de 2005 et de 2007.

Actuellement, les activités organisées pour faire connaître le programme UN HÉRITAGE À PARTAGERMD sont organisées à l'échelle locale par des bénévoles. Nous avons posé à nos membres la question suivante : « *Au cas où la CAGP-ACDPMD envisagerait la possibilité de mener une campagne nationale de promotion du programme* »

*UN HÉRITAGE À PARTAGERMD, quelle importance accorderiez-vous à chacune de ces possibilités ?* » Les répondants devaient prendre 16 facteurs en considération. Les répondants ont accordé une plus grande importance aux facteurs suivants :

- Que les personnes intéressées soient encouragées à communiquer avec le ou les organismes de bienfaisance de leur choix pour discuter de la procédure à suivre afin de faire un don planifié
- Que le message soit constant
- Que le message reste simple
- Que le message véhiculé par le programme UN HÉRITAGE À PARTAGERMD amène les Canadiens à prendre conscience du bien-fondé de l'inclusion d'un don dans leur testament
- Que le message joigne le plus grand nombre de Canadiens possible

Nous avons ensuite posé une seconde question sur le genre de soutien financier qui conviendrait mieux à l'association et aux divers organismes de bienfaisance.

Une annonce faisant la promotion du programme UN HÉRITAGE À PARTAGERMD comprenant des logos ou des représentations d'un ou de plusieurs de ses sociétés commanditaires (les organismes de bienfaisance étant exclus).	36 %*
Une annonce faisant la promotion du programme UN HÉRITAGE À PARTAGERMD comprenant des logos ou des représentations d'un ou de plusieurs de ses commanditaires, qu'il s'agisse de sociétés ou d'organismes de bienfaisance.	58 %*

\* 10 répondants ont choisi les deux options, soit 6 % des répondants.

Par les questions suivantes, nous avons cherché à connaître le degré d'intérêt pour le placement d'une annonce dans le cadre d'une campagne nationale de publicité, la capacité des organismes à recevoir le flux de demandes que cela risquerait de susciter et la disponibilité de matériel de promotion des dons planifiés (ex. : dépliants) pour soutenir le message véhiculé par le programme UN HÉRITAGE À PARTAGERMD ?

Pourcentage des répondants			
	Élevé	Moyen	Faible
Quel degré d'intérêt aurait votre organisme à placer une annonce dans le cadre d'une campagne nationale de publicité si on lui en donnait la possibilité ?	23,4	<b>42,2</b>	35,9
L'organisme pour lequel vous travaillez est-il prêt à recevoir le flux de demandes que cela risque de susciter ?	<b>59,3</b>	28,4	12,4
L'organisme pour lequel vous travaillez dispose-t-il de matériel pertinent de promotion des dons planifiés (ex. : dépliants) pour soutenir le message véhiculé par le programme UN HÉRITAGE À PARTAGERMD ?	<b>49,22</b>	34,7	16,1

Il semble donc apparent que les membres de l'association sont intéressés à soutenir le programme UN HÉRITAGE À PARTAGERMD afin de maximiser les avantages d'une campagne nationale.

Dans la dernière question, nous avons demandé aux répondants de se prononcer sur l'intérêt d'une campagne nationale. Voici un résumé des réponses fournies à la question suivante : « *Comment la société ou l'organisme de bienfaisance pour lequel vous travaillez réagirait si la CAGP-ACDPMD devait lancer une campagne nationale de promotion du programme*

*UN HÉRITAGE À PARTAGERMD susceptible d'atteindre 1,3 million de Canadiens par l'intermédiaire de médias tels la télé, les journaux et Internet au cours du mois de mai 2008 ? »*

- Cela serait très utile dans la mesure où les organismes seraient avisés à l'avance et pourraient planifier une campagne parallèle.
- Cette campagne sensibiliserait l'ensemble des Canadiens et renforcerait et compléterait les campagnes locales.
- Tout dépend de l'étendue de la campagne. Si elle est nationale, elle ne rejoindra pas autant de gens à l'échelle locale.
- Elle serait bénéfique pour les organismes, car elle augmenterait la sensibilisation.
- Elle conférerait de la crédibilité additionnelle au secteur de la bienfaisance.



