
PLAN D'ACTION 2017

Ensemble, encourageons la pratique du don testamentaire!



**UN HÉRITAGE À PARTAGER^{MD}
QUÉBEC**

UN PROGRAMME DE L'ASSOCIATION CANADIENNE DES PROFESSIONNELS
EN DONNS PLANIFIÉS



unheritage.org
info@unheritage.org

 [facebook.com/
unheritage](https://facebook.com/unheritage)

À propos d'Un héritage à partager^{MD} Québec

Un héritage à partager^{MD} Québec est un programme canadien de sensibilisation aux dons planifiés déployé par l'Association canadienne des professionnels en dons planifiés (ACDP) dans ses chapitres à travers le Canada.

Sa mission consiste à encourager la population du Québec à faire un don planifié en faveur d'organismes de bienfaisance dans le cadre d'une planification financière, fiscale ou successorale réfléchie.

Un héritage à partager^{MD} bénéficie de l'endossement des associations et des organismes professionnels suivants : l'Ordre des comptables professionnels agréés (CPA) du Québec, l'Institut québécois de planification financière, la Chambre de la sécurité financière, le Barreau du Québec ainsi que la Chambre des notaires du Québec.

7 bonnes raisons

pour devenir partenaire du programme Un héritage à partager^{MD} Québec

1. Pour participer à l'effort collectif de tous les organismes pour la promotion des dons planifiés, en particulier le don par testament

2. Pour s'assurer du positionnement de votre organisme dans le domaine des dons planifiés auprès des différents publics cibles

3. Pour que votre organisme soit inscrit dans le Répertoire électronique accessible aux professionnels ainsi qu'au grand public

4. Pour vous soutenir dans la promotion et l'obtention de dons testamentaires auprès de vos donateurs

5. Pour avoir la possibilité d'acquérir au prix coûtant le matériel promotionnel nécessaire à votre programme

6. Pour bénéficier d'une visibilité corporative dans les diverses publications, selon le degré de partenariat choisi

7. Pour être invité aux conférences mensuelles organisées par le Chapitre du Grand Montréal de l'ACDP

Objectifs 2017 d'Un héritage à partager^{MD} Québec

1. Augmenter la notoriété et la compréhension du don planifié en mettant l'emphase sur le don testamentaire auprès des 35 - 49 ans et des + de 50 ans

- Procéder à la refonte du site Internet d'Un héritage à partager^{MD} Québec **NOUVEAU**
 - Mise à jour du visuel et des textes
 - Plus grande visibilité à la section sur le don testamentaire
- Poursuivre pour toute l'année la campagne promotionnelle sur le don testamentaire dans les médias imprimés, électroniques (radio, si le budget le permet), sur le Web et sur Facebook
- Donner l'opportunité aux responsables des dons planifiés de publier un témoignage dans notre répertoire électronique **NOUVEAU**
- Poursuivre les efforts promotionnels grand public en mettant l'accent sur la simplicité et l'accessibilité des gestes à poser pour inciter ces groupes cibles à passer à l'action
- Procéder à l'insertion de dépliants dans les médias imprimés à l'intention des groupes cibles **NOUVEAU**
- Renforcer notre présence sur le Web :
 - Placement d'annonces publicitaires dans les quotidiens ou hebdomadaires
 - Publicité payante sur Facebook
- Réaliser un sondage auprès des groupes cibles afin de mesurer l'impact des actions d'Un héritage à partager^{MD} Québec depuis 2011 (projet reporté du plan d'action 2016)

2. Assurer la continuité des objectifs définis antérieurement en lien avec le soutien des organismes

- Offrir aux organismes partenaires un appui en matière de promotion du don testamentaire via le plan de visibilité 2017
- Inciter de nouveaux organismes à adhérer au programme d'Un héritage à partager^{MD} Québec en fonction des différentes catégories de partenariats
- Mettre en œuvre le plan d'action annuel et déployer les outils de communication auprès de nos clientèles cibles
- Permettre le réseautage par le biais d'activités de conférences : Inviter les partenaires à toutes les conférences du chapitre de Montréal (ACPD^{MD})
- Permettre aux partenaires ciblés dans le plan d'action de décrire dans une publication le rôle de la personne responsable des dons planifiés selon l'échéancier établi par Un héritage à partager^{MD} Québec
 - Répertoire
 - Médias imprimés
 - Facebook

3. Déployer le plan de visibilité 2017 (voir page suivante)

Plan de visibilité 2017

en un coup d'œil

	CATÉGORIES DE PARTENARIAT			
	OR 500 \$	Platine 1 000 \$	Amis 2 500 \$	Bienfaiteurs 5 000 \$
Visibilité sur le site Internet unheritage.org				
Une fiche d'information sur votre organisme avec hyperlien dans le Répertoire des organismes	★	★	★	★
Publication de photos, témoignages, vidéos de votre organisme sur votre fiche dans le répertoire des organismes NOUVEAU	★	★	★	★
Logo de votre organisme sur la page d'accueil du répertoire des organismes				★
Logo de votre organisme sur la page d'accueil de notre site Internet				★
Accès aux outils de communication génériques				
Gratuit pour les nouveaux partenaires. Disponible au prix coûtant par la suite.				
Dépliants sur le don planifié	20	30	40	100
Dépliants sur le don testamentaire	20	30	40	100
Affiches	3	3	3	3
Écusson sur le don testamentaire décliné en 4 couleurs (fichier électronique)	★	★	★	★
Visibilité dans les médias				
Le nom de votre organisme dans le Journal du Bel Âge	2 publications	5 publications	9 publications	12 publications
Le nom de votre organisme dans le Journal Les Affaires	1 publication	3 publications	5 publications	7 publications
Le nom de votre organisme et coordonnées des responsables des dons planifiés dans le Magazine Le Bel Âge			2 publications	2 publications
Publication d'un témoignage dans le Journal du Bel Âge			★	★
Logo de votre organisme dans les publipostages ou éditoriaux dans les numéros hors-séries s'il y a lieu (Ex. Protégez-vous)				★
Logo de votre organisme dans les annonces corporatives en ligne				10
Visibilité sur facebook.com/unheritage				
Votre logo sur la photo de couverture de la page Facebook d'UHAP				★
Votre logo en rotation à la une sur la page Facebook d'UHAP			★	★
Publication de vos articles sur le don testamentaire		1	2	3
Publication de la fiche de votre organisme telle que présentée dans le répertoire sur la page Facebook d'UHAP	1	1	1	1
Partage de tout contenu pertinent sur le don testamentaire	★	★	★	★
Publication du message de votre responsable des dons planifiés selon l'échéancier établi par UHAP	★	★	★	★
Campagne publicitaire sur le don testamentaire (\$) avec audience ciblée selon les secteurs d'activités de nos partenaires	★	★	★	★

Principales réalisations 2016 d'Un héritage à partager^{MD} Québec

Une année bien remplie!

Encore une fois, l'année qui se termine a permis à Un héritage à partager^{MD} Québec de mettre en place de nombreuses initiatives visant à mieux faire connaître sa mission et à sensibiliser la population sur l'importance des dons planifiés et particulièrement du don testamentaire.

1. Création d'une communauté virtuelle

Afin de faire connaître davantage le don testamentaire et ses bienfaits, le virage technologique déjà amorcé par Un héritage à partager^{MD} Québec a pris une nouvelle tournure.

1.1 Répertoire électronique des organismes, un nouvel outil performant

Ce répertoire www.repertoire.unheritage.org, dévoilé au printemps 2016, constitue sans contredit un outil indispensable pour promouvoir le don planifié au Québec. Le répertoire :

- Contient chaque année les coordonnées complètes des organismes partenaires d'Un héritage à partager^{MD} Québec incluant la personne-ressource à contacter au sein de ceux-ci;
- Permet d'effectuer une recherche simple et efficace par nom, par ville ou par secteur d'activité, regroupe en page d'accueil la liste de tous les partenaires et permet de les localiser sur une carte géographique;
- Contient des liens conduisant aux sites Web de tous les organismes partenaires et permet d'accéder en un clic à l'adresse courriel du responsable des dons planifiés;
- Offre la possibilité d'être mis à jour au besoin et d'être bonifié par les membres de l'équipe d'Un héritage à partager^{MD} Québec.

1.2 Intégration de Facebook aux outils de communication

Ce moyen de communication supplémentaire permet l'échange, la collaboration et l'interactivité pour rejoindre directement et efficacement les clientèles d'Un héritage à partager^{MD} Québec et la population. Cette présence plus soutenue sur Facebook lui permet de développer sa propre communauté d'internautes pour diffuser rapidement ses messages sur le don planifié et sur ses activités mais aussi d'améliorer sa visibilité et d'accroître le rayonnement de ses partenaires.

La toute récente campagne promotionnelle sur le don testamentaire en faveur d'organismes de bienfaisance constitue une belle illustration de cette présence.

Le concept mis de l'avant (ci-contre), dont le geste est représenté par la pointe de la plume et la générosité est symbolisée par le cœur, se traduit en toute simplicité et invite le donateur à la réflexion.



Cette nouvelle image a pris son envol dans les divers outils promotionnels du programme Un héritage à partager^{MD} Québec (publicités imprimées et web, visuels en affichage et sur des supports imprimés ainsi que des dépliants). Le choix de nouvelles couleurs lumineuses apporte un vent de fraîcheur à cette campagne qui bénéficie de l'endossement des associations et des organismes professionnels suivants : l'Ordre des comptables professionnels agréés (CPA) du Québec, l'Institut québécois de planification financière, la Chambre de la sécurité financière, le Barreau du Québec ainsi que la Chambre des notaires du Québec.

Le matériel promotionnel vise également à représenter l'ensemble des organismes de bienfaisance qui adhèrent au programme Un héritage à partager^{MD} Québec, notamment à travers son répertoire électronique.

2. Développement des outils web et imprimés

Un héritage à partager^{MD} Québec met à la disposition des organismes et des professionnels divers outils web et imprimés (affiches, dépliants, écussons, répertoire électronique). Les dépliants sur le don planifié ont par ailleurs fait l'objet d'une mise à jour à la suite des modifications apportées par le gouvernement fédéral sur le plan législatif.

3. Développement de dépliants testamentaires

En appui à la campagne promotionnelle menée en 2016 sur les dons testamentaires, Un héritage à partager^{MD} Québec a développé et rendu disponibles des dépliants (versions française et anglaise) dont le contenu est spécifique à ce type de don. Vous pouvez en consulter la version électronique : http://unheritage.org/wp-content/uploads/2016/10/Depliant_DT2016FR.pdf

La campagne promotionnelle amorcée à l'automne 2016 sur les dons testamentaires se poursuivra en 2017.



4. Principales activités médiatiques 2016

4.1 Campagne sur le Web dans les quotidiens électroniques du groupe Capitaux Médias

Cette campagne a été menée du 1^{er} au 30 octobre 2016 dans les médias suivants: soleil.com, tribune.ca, nouvelliste.com, droit.com, quotidien.com et voixdelest.ca. Deux visuels ont été présentés :

- ▼ Avec les logos des partenaires Bienfaiteurs (310 560 impressions)



- ▼ Avec les logos des associations professionnelles pour lesquelles le programme Un héritage à partager^{MD} Québec bénéficie d'un endossement (310 560 impressions)



Les 2 annonces ont été vues plus de 620 000 fois. Cette campagne nous a permis de véhiculer le don testamentaire et ainsi mieux le faire connaître.

4.2 Campagne radio dans les régions de Montréal, de Québec et de Sherbrooke

Cette campagne a été menée du 31 octobre au 19 novembre 2016 dans les stations suivantes : CHMP-FM (98,5), CJPX-FM (99,5), CJMF-FM (93,3), CJSQ-FM (92,7) ainsi que CITÉ-FM (102,7).

Pour entendre le message : <https://clyp.it/rfwueo0e>. Le message a été diffusé à 395 reprises.

4.3 Campagne virale sur les réseaux sociaux (jeudi le 3 novembre 2016)

Avec l'implication de nombreux partenaires, Un héritage à partager^{MD} Québec a créé un « buzz » marketing sur le Web et dans les lieux de travail des organismes grâce aux outils rendus disponibles pour ses partenaires (affiche web et affiche imprimée ainsi que les écussons). Le principe consistait à afficher et à publier le visuel sur le don testamentaire et donner envie de le faire suivre à d'autres internautes dans les courriels, sur Facebook et autres médias sociaux. Les mots-clics utilisés étaient les suivants : #dontestamentaire, #macause, #charitablebequest et #mycause.

À cette même occasion, de la publicité sur Facebook a été achetée avec audience ciblée selon les secteurs d'activités de nos partenaires.

Cette campagne publicitaire a été visible sur 73 703 profils du 3 au 23 novembre 2016 et a permis d'atteindre 14 716 personnes.




L'expérience a été renouvelée pour le temps des Fêtes, moment privilégié pour faire preuve de générosité et d'entraide. Les mots-clics suivants ont été utilisés : #dontestamentaire, #macause #partage, #generosite, #tempsdesfetes

Les résultats de cette publicité ne sont pas connus au moment d'écrire ces lignes.



4.4. Tableau des principales publications 2016

FRÉQUENCE	MÉDIA	PARTENAIRES	FORMAT
Mensuel	Journal du Bel Âge (avril 2016)	B, A, P	1 page couleur
Hors série	Guide des successions Protégez-vous (avril 2016)	B (logos)	1 page couleur
Hebdomadaire	Les Affaires – Cahier Philanthropie (avril 2016)	B, A, P, O	2/3 page couleur
Mensuel	Magazine Le Bel Âge (mai 2016)	B, A (avec personne-ressource et numéro de téléphone)	1/2 page couleur
Mensuel	Journal du Bel Âge (mai 2016)	B, A, P, O	1 page couleur
Mensuel	Magazine L'Entracte (Chambre des notaires du Québec)	Publicité corporative	1/4 page couleur
Mensuel	Journal du Bel Âge (juin 2016)	B, A	1/2 page couleur
Mensuel	Journal du Bel Âge (juillet 2016)	B, A	1 page couleur
Mensuel	Journal du Bel Âge (septembre 2016)	B, A	1 page couleur
Mensuel	Les Affaires (septembre 2016)	B, A	1/3 page couleur
Mensuel	Journal du Bel Âge (octobre 2016)	B, A, P	1 page couleur
Hebdomadaire	Les Affaires (octobre 2016)	B, A, P	Junior 4
Mensuel	Journal du Bel Âge (novembre 2016)	B, A, P	1 page couleur
Quotidiens	Groupe Capitales Médias (octobre 2016)	B (6 quotidiens pendant 15 jours)	Superbannière (728 x 90 pixels)
Mensuel	Magazine Le Bel Âge (novembre 2016)	B, A (avec personne-ressource et numéro de téléphone)	1/2 page couleur
Mensuel	Journal du Bel Âge (décembre 2016)	B, A, P, O	1 page couleur
Mensuel	Journal du Bel Âge (janvier 2017) 	B, A, P	1 page couleur

B : BIENFAITEURS A : AMIS P : PLATINE O : OR

À ce tableau, il faut ajouter la publication de tous les témoignages des partenaires et la publication d'articles pertinents sur le don testamentaire sur la page Facebook d'Un héritage à partager^{MD} Québec.

Nous pouvons dire mission accomplie!