
PLAN D'ACTION 2018

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

de 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 : www.repertoire.unheritage.org

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 2018 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

- Mettre à jour le site Internet d'Un héritage à partager^{MD} Québec, entre autres en assurant une plus grande visibilité à la section sur le don testamentaire
- Poursuivre toute l'année la campagne promotionnelle sur le don testamentaire dans les médias imprimés (**en incluant certains hebdomas régionaux** **NOUVEAU** <), électroniques (**en mettant davantage l'accent sur la radio**), sur le Web et sur Facebook, notamment en travaillant le mix média pour mieux **rejoindre le groupe cible des plus jeunes (35 - 49 ans)**
- Maintenir l'opportunité donnée aux responsables des dons planifiés de publier un témoignage dans notre répertoire électronique
- Poursuivre les efforts promotionnels grand public, en mettant l'accent dans nos publications alternativement sur certains messages découlant du sondage tels que **la nature et la simplicité du don planifié, ses avantages sur le plan familial et fiscal**, pour inciter ces groupes cibles à passer à l'action
- Procéder à nouveau à l'encartage de dépliants dans les médias imprimés à l'intention des groupes cibles (au minimum 40 000 exemplaires)
- Renforcer notre présence sur le Web par le placement d'annonces publicitaires sur Facebook, de capsules d'informations et de questionnaires (« *Saviez-vous que ...* ») afin de générer du contenu pour les quotidiens ou hebdomadaires **NOUVEAU**

2. Accentuer la collaboration avec les associations et regroupements de professionnels ainsi qu'avec les institutions financières (gestion du patrimoine)

- Faire connaître les résultats du sondage 2017 aux associations et regroupements de professionnels ainsi qu'aux institutions financières (gestion du patrimoine) **NOUVEAU**
- Plus largement, solliciter des rencontres avec les associations et regroupements de professionnels ainsi qu'avec les institutions financières (gestion du patrimoine) pour promouvoir le don planifié
- Développer d'autres moyens pour rejoindre les professionnels, notamment par des consultations et des conférences régionales (évaluer la possibilité également d'une présence aux congrès sectoriels), de façon à nouer encore plus de liens avec les différents professionnels du droit ou de la finance **NOUVEAU**

3. Maintenir et améliorer le soutien fourni aux partenaires

- Évaluer la possibilité de tenir annuellement une rencontre d'information (ou de rendre disponible un webinaire) sur Un héritage à partager^{MD} Québec à l'intention des nouveaux employés de partenaires et de nouveaux partenaires, laquelle porterait entre autres sur les nombreux outils disponibles (textes, écussons sur le don testamentaire, etc.) **NOUVEAU**

- En lien avec les résultats du sondage 2017, évaluer de quelle façon il serait possible dans notre plan de communication de cibler plus spécifiquement les personnes les plus susceptibles de faire un don planifié, notamment en ciblant les médias les plus susceptibles de les atteindre
- Obtenir auprès des partenaires des statistiques sur les dons planifiés (nature, nombre, montant) de façon à compléter notre profil de la pratique des Québécois en matière de dons planifiés provenant du sondage 2017 **NOUVEAU**
- En lien avec les suggestions formulées par les partenaires, développer de nouveaux outils pour les appuyer dans leur travail (articles et textes types) et faire connaître davantage les nombreux outils déjà disponibles **NOUVEAU**
- 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 publics cibles
- Permettre le réseautage par le biais d'activités de conférences : inviter les partenaires à toutes les conférences du chapitre de Montréal (ACPD)
- 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 et Facebook)

4. Déployer le plan de visibilité 2018 (voir page suivante)

Plan de visibilité 2018

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	★	★	★	★
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	4 publications	7 publications	12 publications
Le nom de votre organisme dans le Journal Les Affaires	1 publication	2 publications	3 publications	5 publications
Le nom de votre organisme et coordonnées des responsables des dons planifiés dans le Magazine Le Bel Âge				1 publication
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)				★
Mention du nom de votre organisme dans les annonces corporatives en ligne	1	2	3	5
Visibilité sur facebook.com/unheritage				
Votre logo sur la photo de couverture de la page Facebook d'UHAP				En permanence
Votre logo en rotation à la une sur la page Facebook d'UHAP			★	★
Publication de vos articles sur le don testamentaire		★	★	★
Publication de la fiche de votre organisme telle que présentée dans le répertoire sur la page Facebook			1	3
Partage de tout contenu pertinent sur le don testamentaire	★	★	★	★
Publicités sur le don testamentaire avec mention de votre organisme à partir de listes ciblées offertes par Facebook		1	2	5

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

Une année bien remplie!

L'année 2016 avait été l'occasion de créer une communauté virtuelle par la constitution d'un outil performant, soit un répertoire électronique des organismes (www.repertoire.unheritage.org), et par l'intégration de Facebook aux outils de communication. Des outils Web et imprimés, notamment des dépliants sur les dons testamentaires (http://unheritage.org/wp-content/uploads/2016/10/Depliant_DT2016FR.pdf), avaient été développés et rendus disponibles aux partenaires.

L'année 2017 n'est pas en reste, au contraire! 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.

Dans son plan d'action 2017, Un héritage à partager^{MD} Québec avait fixé des objectifs dont la réalisation est passée en revue ci-après :



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

- Un héritage à partager^{MD} Québec a procédé à une mise à jour du visuel de son site Internet
- La campagne promotionnelle sur le don testamentaire a été poursuivie toute l'année dans les médias imprimés, avec une emphase sur le *Journal Les Affaires* (versions imprimée et iPad), et sur Facebook
- Le dépliant sur le don testamentaire a été encarté dans le Magazine le *Bel âge* et le *Journal Les Affaires* (près de 40 000 dépliants encartés)
- Il a été donné l'opportunité aux responsables des dons planifiés de publier un témoignage dans notre répertoire électronique. Malheureusement, peu de partenaires se sont prévalus de cette visibilité
- Un sondage a été réalisé auprès des groupes cibles afin de mesurer l'impact des actions d'Un héritage à partager^{MD} Québec depuis 2011, année du sondage précédent

Sondage CROP - UHAP 2017 - PERCEPTIONS ET ATTITUDES À L'ÉGARD DU DON PLANIFIÉ

Le 30 novembre dernier, Un héritage à partager^{MD} Québec invitait tous ses partenaires à une présentation des faits saillants du sondage. Cette présentation effectuée par Mme Céline Berre, vice-présidente chez CROP, a été l'occasion de discussions particulièrement stimulantes avec la soixantaine de partenaires présents.

Voici les faits saillants qui s'en dégagent :

- Maintien des indicateurs de notoriété et d'intention, mais des intentions un peu plus fermes
- Diminution du frein du manque de confiance dans la gestion des organismes de bienfaisance
- La planification de la retraite progresse, tout comme le recours à des professionnels plus variés dans cette optique
- Plus grande place accordée aux professionnels comme source de soutien envisagée en cas de don planifié
- Moindre conscience des avantages fiscaux liés au don planifié
- Moindre portée du mix-média auprès des plus jeunes (surtout 35-54 ans) mais bénéfice clair de l'ajout de la publicité radio

De plus, les partenaires présents ont suggéré certaines questions à formuler pour un prochain sondage et proposé l'accès à certains outils pour promouvoir encore plus le don planifié. Il en est ressorti que plusieurs outils déjà rendus disponibles par Un héritage à partager^{MD} Québec sont souvent méconnus et que de les faire connaître davantage serait un objectif particulièrement pertinent à atteindre. Les résultats complets du sondage, la présentation visuelle de CROP ainsi que le compte-rendu de la rencontre du 30 novembre sont disponibles pour les partenaires auprès d'Un héritage à partager^{MD} Québec.

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

- Un appui en matière de promotion du don testamentaire via le plan de visibilité 2017 a été offert aux organismes partenaires, notamment par l'accès à des dépliants sur le don testamentaire et par la transmission sur une base régulière de toutes les publicités effectuées par Un héritage à partager^{MD} Québec
- Le plan d'action annuel a été mis en œuvre et les outils de communication ont été déployés auprès de nos clientèles cibles
- Le réseautage par le biais d'activités de conférences a été possible : les partenaires ont été invités à toutes les conférences du chapitre de Montréal (ACDP)
- Il a été offert 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. Bien que quelques partenaires s'en soient prévalus, cette possibilité n'est malheureusement pas utilisée fréquemment

3. Déployer le plan de visibilité 2017

Le détail des principales activités médiatiques est reproduit dans le tableau à la page suivante.

Tableau des principales publications 2017

FRÉQUENCE	MÉDIA	PARTENAIRES	FORMAT
Annuel	Le Devoir (cahier REÉR) (4 février)	Corporative	1/4 page couleur
Mensuel	Journal du Bel âge (avril)	B	1/2 page couleur
Hebdomadaire	Les Affaires (cahier Philanthropie) + version iPad (8 avril)	B, A, P	Junior 4
Hebdomadaire	Les Affaires (Les grands de la comptabilité) + version iPad (6 mai)	B, A	1/3 page couleur
Mensuel	Journal du Bel âge (mai)	B, A, P	1/2 page couleur
Mensuel	Journal du Bel âge (juin)	B, A, P, O (témoignage Les Ailes de l'Espérance)	1 page couleur
Mensuel	Magazine Le Bel âge (juin)	B, A avec coordonnées des responsables des dons planifiés	1/2 page couleur
Hebdomadaire	Les Affaires (Les grands du droit) + version iPad (3 juin)	B, A	1/3 page couleur
Quotidien	Le Devoir (cahier Québec généreux) (29 juin)	Corporative (logo des associations professionnelles)	1/3 page couleur
Mensuel	Journal du Bel âge (juillet-août)	B, A (témoignage La Maison du Père)	1/2 page couleur
Mensuel	Journal du Bel âge (septembre)	B, A (témoignage Fondation de l'Hôpital Maisonneuve-Rosemont)	1/2 page couleur
Hebdomadaire	Les Affaires (Marché des aînés) + version iPad (16 septembre) avec encartage du dépliant sur le don testamentaire : région de Québec (9 200 abonnés)	B, A, P	Junior 4
Mensuel	Magazine Le Bel âge (septembre) avec encartage du dépliant sur le don testamentaire Montréal Rive-Sud (30 000 abonnés)	B, A avec coordonnées des responsables des dons planifiés	1/2 page couleur
Hebdomadaire	Les Affaires (ordres professionnels) + version iPad (14 octobre)	B	1/4 page
Mensuel	Journal du Bel âge (octobre)	B, A, P (témoignages Centraide et Société canadienne du cancer)	1 page couleur
Mensuel	Journal du Bel âge (novembre)	B, A, P, O	1/2 page couleur
Hebdomadaire	Les Affaires (cahier Philanthropie) + version iPad (25 novembre)	B, A, P, O	2/3 page
Hebdomadaire	Les Affaires (cahier Investir : où investir en 2018) + version iPad (9 décembre)	B	1/4 page
Mensuel	Journal du Bel âge (décembre)	B, A (témoignage Fondation CHU Sainte-Justine)	1/2 page couleur
Mensuel	Journal du Bel âge AJOUT (janvier 2018)	B, A, P (témoignage Croix-rouge)	1/2 page couleur
Mensuel	Journal du Bel âge AJOUT (février 2018)	B, A, P (témoignage Opération Enfant soleil)	1/2 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. De plus, les fiches des organismes du répertoire sont systématiquement relayées sur Facebook, ce qui améliore sa visibilité et sa fréquentation.

Cette présence active sur Facebook permet à Un héritage à partager de développer sa propre communauté d'internautes pour diffuser rapidement ses messages sur son programme mais aussi d'améliorer sa visibilité et celle de ses partenaires tout en augmentant le rayonnement du don planifié. De plus, elle favorise une plus grande fréquentation de son site Web et de son répertoire électronique qui demeurent le pivot de ses communications.

À titre d'exemple, le site est une des premières références que fournit Google lorsqu'on lance une recherche « don planifié ». En 2017, la page Facebook a connu une progression de 18 % du nombre d'internautes qui suivent Un héritage à partager.

La participation soutenue des partenaires sera essentielle pour passer à un autre niveau d'activité et de visibilité.

3.1 Entrevues

Le 4 février 2017, un article est paru dans le journal *Le Devoir* intitulé *Un don pour la postérité*, lequel faisait suite à une entrevue accordée par Mme Lucille Grimard, présidente d'Un héritage à partager^{MD} Québec. Dans son édition du 29 juin suivant, *Le Devoir* publiait des articles dans une section thématique PHILANTHROPIE. Mme Grimard y était à nouveau citée de même que des partenaires d'Un héritage à partager^{MD} Québec, soit la Fondation de l'hôpital Maisonneuve-Rosemont, La Maison du Père et l'Université de Montréal.

Nous pouvons dire mission accomplie!