
RAPPORT 2014-2015

1. MISE EN CONTEXTE

Au terme des deux premières assemblées générales de la Fondation tenues en six mois l'an dernier, les membres ont adopté des règlements généraux pour la Fondation et ont demandé au conseil d'administration d'en revoir certains éléments, notamment l'énoncé de la mission, et de préparer les documents établissant la gestion et l'attribution des dons que prévoient les règlements.

Le plan d'action prévoyait le lancement d'une première campagne de financement le 15 mars 2015. Elle a été reportée.

2. RESULTATS FINANCIERS AU 31 MARS 2015

Le cœur des revenus a été un reliquat de recours collectif dans un dossier qu'Union des consommateurs avait porté en cour contre la Banque nationale. La somme a été placée dans un compte en banque d'épargne dont le rendement est supérieur à celui d'un placement garanti. Ces placements, de même que les placements antérieurs de la Fondation ont permis que s'ajoutent des revenus d'intérêt significatifs.

Compte tenu du report d'un an du lancement de la campagne, les dépenses ont été significativement moindre que budgétées.

3. RESSOURCES HUMAINES ET RENFORCEMENT DE L'ORGANISATION

La direction de la Fondation incombe à Linda Sévigny.

Dès l'adoption des nouveaux règlements généraux en décembre 2012 qui avaient, notamment, pour effet d'augmenter le nombre de places au sein du conseil d'administration pour les membres de soutien, la directrice, Linda Sévigny avait recruté des candidats du milieu des affaires pour épauler le conseil existant.

L'assemblée générale de juin était la première qui élisait un conseil en vertu des nouveaux règlements. Les quatre membres du conseil sortants qui étaient des membres de soutien, Huguette Daoust, Stéphanie Doyle, Marc-André Lacombe et Jean Sébastien, ont été élus. Ont également été élus trois représentants des membres réguliers, Armande Darmana, Élisabeth Gibeau et Albanie Morin. Les membres du Conseil, lors de leur première réunion, se sont répartis des mandats de deux ans et des mandats d'un an, afin d'assurer une continuité au sein de l'organisation.

Au cours de l'année, Huguette Daoust, une membre du conseil depuis un peu plus de deux ans a quitté le conseil. Nous avons d'ailleurs souligné sa contribution lors d'un événement où plusieurs représentants d'associations membres étaient présents.

Fayçal Chaichi, planificateur stratégique chez Standard Life, qui participait déjà à titre de consultant à nos travaux a accepté d'être coopté au sein du conseil d'administration.

Un peu plus tard dans l'année, Albanie Morin a quitté le conseil. Nous la remercions de son travail avec nous.

La Fondation a aussi pu compter sur les conseils de Gaël Le Corre-Laliberté, rédacteur pigiste, qui a accompagné un comité du conseil, le comité de planification stratégique et de communications.

Enfin, nous avons jeté les bases d'un cabinet de campagne. Le président de la CSN, Jacques Létourneau, a accepté d'identifier au sein de Fondation, le bras financier de la centrale, un-e membre de la direction qui prendrait un rôle de leader au sein du cabinet de

campagne. Par ailleurs, Josée Pomerleau, syndic de faillite et ancienne présidente du conseil des syndicats, a aussi accepté d'y participer.

4. MISE EN PLACE DES STRUCTURES DE LA CORPORATION

En 2013-2014, au terme d'un Lac-à-l'épaule avec des représentants de plusieurs associations membres, il avait été convenu que la Fondation de l'Union des consommateurs porte un nom moins directement associé à Union des consommateurs. La Fondation a fait affaire avec une entreprise de marketing en philanthropie, Atypic, qui a soumis quelques propositions. Le conseil en a discuté, a consulté les membres et a retenu le nom : Fondation pour les consommateurs.

Le comité de gouvernance et de trésorerie de la Fondation, appuyé d'un expert dont on a retenu les services, un avocat ayant mis sur pied l'entreprise BNP Stratégies de gestion philanthropique, et de membres de l'équipe d'Union des consommateurs, a planché sur une politique de dons et a réécrit la politique d'attribution, adoptée il y a plusieurs années.

5. DESCRIPTION DE LA SOLLICITATION

La directrice de la Fondation, Linda Sévigny, en place depuis septembre 2013 avait, dès son arrivée, indiqué au conseil d'administration qu'il faudrait travailler sur un horizon de deux ans avant de commencer à recueillir les fruits d'une sollicitation. Cette année, le conseil d'administration lui a demandé de prendre un peu plus de temps.

Néanmoins, nous avons entamé un travail de publicisation de la Fondation. À cet égard, nous avons acheté de la publicité dans trois des quatre numéros de la revue de l'Association québécoise de défense des retraités et des pré-retraités, l'AQDR et dans le cahier spécial philanthropie du journal Les Affaires.

L'an dernier, nous espérions pouvoir lancer la campagne le 15 mars 2015. Les travaux du comité de planification stratégique et de communications nous ont conduits à choisir de lancer la campagne à la fin 2015 ou au début 2016 autour du thème des 50 ans des ACEFs. Nous avons aussi établi que notre premier public cible serait nos alliés, les syndicats et organismes du milieu communautaire. Il s'agit, outre de se faire connaître, d'approcher les syndicats et leurs bras financiers, Fondation et Fonds de solidarité par exemple, pour recueillir des dons et, surtout, pour identifier des personnes aptes à entrer dans un cabinet de campagne.

Le second public cible identifié par le comité est celui des individus. Même si, pour une première campagne, il pourrait ne pas être le groupe qui permet de recueillir le plus important montant de dons, il permet d'établir une base de sollicitation de petites sommes à long terme.

Enfin, le troisième public cible est celui des entreprises. Le cabinet de campagne dont nous avons entamé la formation a un mandat en deux temps : identifier au cours de l'automne des entreprises s'engageant à donner et dont le nom serait rendu public au lancement de la campagne et solliciter des donateurs, avec l'appui de la direction de la Fondation, tout au long de la campagne.

Linda Sévigny, Directrice
Fayçal Chaichi, Administrateur
Armande Darmana, Administratrice
Stéphanie Doyle, Administratrice
Marc-André Lacombe, Administrateur
France Latreille, Administratrice par intérim
Jean Sébastien, Administrateur

Conseil d'administration de la Fondation pour les consommateurs