



COMMUNITY FOUNDATIONS
OF CANADA

FONDATIONS
COMMUNAUTAIRES
DU CANADA

Compte rendu sur la stratégie de marque nationale des FCC

Quels sont les objectifs de la stratégie de marque des FCC?

- Offrir au mouvement collectif une nouvelle vision mobilisatrice qui définit notre valeur ajoutée dans le marché saturé et concurrentiel d'aujourd'hui.
- Placer les fondations communautaires en position de chef de file en matière de questions communautaires et de philanthropie communautaire.
- Faire du mouvement des fondations communautaires une force nationale vive dans notre pays, et lui donner ainsi une plus grande notoriété sur la scène nationale et locale.
- Accroître la philanthropie au Canada et attirer de nouvelles ressources pour le mouvement des fondations communautaires et les FCC.

Quand la nouvelle marque sera-t-elle lancée?

Les FCC dévoileront la nouvelle marquee dans le cadre de leur congrès national de 2008 à Montréal.

Avant le congrès, les FCC dévoileront leur nouveau logo et lanceront un tout nouveau site Web et une nouvelle communauté virtuelle pour partager l'information et les ressources sur le marketing et les communications.

Quels outils seront offerts à ma fondation après le lancement de la marque?

La stratégie de marque a déjà donné lieu à la publication d'un rapport de recherche comportant les statistiques les plus récentes sur la façon dont les donateurs, les conseillers et d'autres parties intéressées perçoivent les fondations communautaires.

Parmi les autres livrables de la stratégie :

- un nouveau logo qui en plus de représenter les FCC symbolise le mouvement des fondations communautaires au Canada;
- des lignes directrices sur la façon dont les membres peuvent utiliser le nouveau logo pour témoigner de leur adhésion à un mouvement national;
- des options offertes aux membres qui désirent se doter d'une image semblable;
- un nouveau slogan qui exprime la marquee nationale des fondations communautaires et que les membres des FCC peuvent utiliser;
- un nouveau positionnement et un nouveau message pour le mouvement des fondations communautaires;
- un nouveau site Web des FCC qui insiste sur la capacité des FCC d'offrir de meilleurs services aux membres et au public et d'agir en tant que porte-parole du mouvement et qui publie des récits tirs de l'histoire du mouvement;

- une brochure décrivant la vision du mouvement par rapport aux communautés et présentant les fondations communautaires comme des chefs de file sur la scène locale et nationale;
- des capsules documentaires multimédias qui diffusent la marque en racontant l'histoire de FC;
- un atelier sur la stratégie de marquee pendant le congrès et une présentation de la stratégie lors de l'AGA des FCC.

Que se passera-t-il après le congrès?

La mise en oeuvre d'une nouvelle marquee est un processus à long terme. Après le congrès, les FCC élaboreront une stratégie nationale de communications pour 2009, qui portera notamment sur de nouvelles possibilités d'accroître la notoriété des fondations à la grandeur du pays.

Qui participe au processus?

Manifest Communications collabore avec les FCC, avec le soutien du comité consultatif sur la stratégie de marque des FCC, formé des personnes suivantes :

- Kerry Longpré, consultante en stratégie de marquee des FCC et directrice, Communications, The Calgary Foundation
- Gaston Bouchard, directeur, Services aux donateurs et planification de dons, Fondation du Grand Montréal
- Alex Brown, président du conseil d'administration, Kitchener and Waterloo Community Foundation
- Carmella Butland, directrice générale, Community Foundation of Newfoundland and Labrador
- Catherine Clement, vice-présidente, Communications, Vancouver Foundation
- Tena Lane, présidente, conseil d'administration, The Winkler Community Foundation Inc.
- LuAnn Lovlin, directrice, Communications. The Winnipeg Foundation
- Anne Miskey, directrice, Initiatives communautaires, The Community Foundation of Oakville
- Bibi Patel, vice-présidente, Fondation communautaire d'Ottawa

Personne-ressource :

Anne-Marie McElrone, directrice
Communications et marketing
amcelrone@cfc-fcc.ca.