

Nous sommes... la Fondation franco-Ontarienne

Nous existons parce que...

... les francophones de l'Ontario ont la volonté de s'engager pour contribuer activement à l'épanouissement de leur communauté.
 ... la communauté francophone de l'Ontario a besoin de soutien financier pour se développer pleinement, de façon autonome et dynamique.

Nous desservons les Clientèles suivantes

| Constituants de fonds de dotation: | Donateur.trice.s: | Collaborateur.trice.s: | Bénéficiaires: |
|---|---|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> - Organismes à but non lucratif - Organismes de bienfaisance - Individus - Entreprises privées (corporatives ou individuelles) | <ul style="list-style-type: none"> - Individus - Associations - Organisations municipales - Entreprises privées (corporatives ou individuelles) | <ul style="list-style-type: none"> - Institutions scolaires - Fondations - Organisations et organismes - Individus - Entreprises privées (corporatives ou individuelles) - Institutions gouvernementales | <ul style="list-style-type: none"> - Boursier.ère.s - Organismes de bienfaisance - Entreprises (pour le micro-crédit) |

Nous visons (vision d'impact)...

... à développer les capacités et les réflexes de donner au sein de la communauté francophone de l'Ontario.
 ... à favoriser l'épanouissement, l'essor et le dynamisme de la francophonie en Ontario.

Nous nous distinguons...

... par notre capacité à bâtir une relation de confiance avec nos collaborateur.trice.s, nos constituant.e.s et nos donateur.trice.s.

Nos valeurs organisationnelles...

| Soyons collaborateur.trice.s | Agissons avec transparence | Soyons prévoyant.e.s | Soyons dévoué.e.s |
|---|--|---|--|
| Miser sur le travail d'équipe participatif pour l'atteinte des résultats collectifs | Construire des relations durables avec nos collaborateur.trice.s, nos constituant.e.s et nos donateur.trice.s en misant sur la libre circulation des informations | Prendre les dispositions nécessaires pour faire face aux imprévus en adoptant une conduite prudente, objective et raisonnable. | Utiliser activement son temps, ses énergies et ses compétences pour faire une différence. |
| <ul style="list-style-type: none"> ★ Accorder de bonnes intentions aux autres ★ Avouer ses fautes et ses doutes ★ Débattre les idées ★ Assurer de la clarté, être certain.e.s d'être sur la même page et s'engager dans les décisions ★ Régler les enjeux rapidement et directement auprès des gens concernés ★ Miser sur les intérêts collectifs ★ Agir avec humilité ★ Faire preuve de débrouillardise ★ Agir et interagir avec compétence | <ul style="list-style-type: none"> ★ Dire les choses telles qu'elles sont ★ Savoir s'objecter ★ Éviter les zones grises ★ Transmettre et accepter la rétroaction positive et constructive ★ Partager et demander de l'information ★ Baser ses interventions et ses décisions sur des informations véridiques et des faits. ★ Communiquer les limites, le contexte particulier et l'approche long terme qui encadrent nos activités. | <ul style="list-style-type: none"> ★ Prévoir les risques ★ Prévenir les erreurs ★ Assurer les arrières de l'équipe ★ Agir avec diplomatie dans l'intérêt de la FFO ★ Se garder à l'affût des tendances et des enjeux ★ S'adapter aux autres et aux situations ★ Apprendre en continu | <ul style="list-style-type: none"> ★ Être sincèrement investi au près de chaque personne ★ Persévérer jusqu'à l'atteinte des résultats ★ Avoir la réussite des autres à cœur ★ Encourager les liens de confiance ★ Être à l'écoute des besoins des autres ★ Se dépasser et tendre vers l'excellence ★ Faire preuve de résilience et de créativité |

Nous sommes en mission...

... pour recueillir des fonds, pour effectuer la gestion de ces fonds et pour les redistribuer afin de contribuer à la vitalité de la communauté francophone de l'Ontario.
 ... pour accompagner les organisations et les personnes francophones de l'Ontario pour qu'elles investissent dans leur communauté.

Nous offrons...

| Accompagnement et éducation à la philanthropie | Gestion de fonds de placement | Appui financier |
|--|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ★ Constitution de fonds de dotation ★ Outils pour la sollicitation de dons et l'organisation de campagnes de financement ★ Accompagnement pour le développement d'entente de collaboration | <ul style="list-style-type: none"> ★ Réception des dons (dons planifiés, dons uniques et récurrents) ★ Gestion des fonds ★ Gestion des bénéficiaires | <ul style="list-style-type: none"> ★ Bourses d'étude ★ Accompagnement des constituants pour la gestion de la redistribution des fonds. ★ Subventions du FondAction provincial ★ Cautionnement de prêt ★ Micro-crédit |

Notre cadre stratégique

Vision organisationnelle temporelle

En 2025, la Fondation Franco-Ontarienne sera reconnue pour son rôle facilitateur et fédérateur auprès des organisations francophones de l'Ontario.

Innovante et ouverte au changement, elle aura su prouver sa valeur en devenant un partenaire de choix pour la collecte de fonds et le financement d'initiatives francophones en Ontario.

Impératifs stratégiques

| | | | |
|---|--|---|---|
| Promouvoir nos services en misant sur l'éducation philanthropique et en adoptant un rôle d'expert-accompagnateur en gestion philanthropique | Focaliser sur les fonds en dotation pour augmenter le fonds d'investissement | Fidéliser les donateur.trice.s assidu.e.s et régulier.ère.s pour garantir un noyau dur de soutien | Revoir le positionnement de la FFO auprès de la francophonie Ontarienne |
|---|--|---|---|

Objectifs stratégiques

| | | | |
|--|--|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> → Une meilleure visibilité lors de la gestion, de la distribution et l'attribution des appuis financiers est obtenue grâce aux outils développés pour les ententes de fiducies. → Des ententes de collaboration pour la distribution des subventions du FondAction sont conclues. → Des outils de promotion et d'éducation sont développés pour les constituants de fonds. → Une stratégie de promotion et d'éducation est déployée auprès des organisations francophones provinciales et régionales de l'Ontario → Des ententes de partenariats sont conclues pour devenir partenaire privilégié dans l'organisation d'événements de financement (notamment la Soirée Saphir) et pour envisager les options potentielles pour bénéficier au maximum du rayonnement. → La rentabilité et la viabilité des événements auxquels participe la Fondation est mesurée et attestée. | <ul style="list-style-type: none"> → Pour chacun des fonds en dotation, une entente est conclue pour la redistribution des bénéficiaires avec une organisation collaboratrice ou par la Fondation, selon l'option la plus avantageuse. → Des partenariats sont conclus avec les principales fondations anglophones de l'Ontario pour la constitution de fonds francophones. → Des campagnes collectives de dons sont organisées pour mousser la participation financière au sein des fonds en dotation. → Les ententes de visibilité sont respectées par les collaborateurs et les constituants. → La proportion de dons pour les fonds dédiés est augmentée. → Des fonds en dotation dans le secteur de la culture sont mis sur pied et sont bonifiés grâce au Fonds du Canada pour l'investissement en culture - volet Incitatifs aux fonds de dotation. | <ul style="list-style-type: none"> → Un programme de valorisation est mis en place pour reconnaître les donateur.trice.s assidu.e.s et régulier.ère.s en tant que piliers de la Fondation. → La valeur, l'impact et les retombées de la Fondation leur sont communiqués de façon à maintenir leur engagement. → Un club «sélect» ou un autre moyen de valorisation est mis sur pied pour les donateur.trice.s principaux.ales. → Les rôles de donateur.trice.s et de membres sont revus et séparés. → Le montant amassé au fonds général (FondAction) est augmenté. | <ul style="list-style-type: none"> → La population francophone de l'Ontario (incluant les jeunes, les communautés racialisées et les organismes du milieu) est consultée pour comprendre sa perception de la Fondation et ses besoins en matière de philanthropie. → Un plan marketing est développé avec une stratégie de positionnement spécifique pour les clientèles suivantes : jeunes, communautés racialisées et organismes. → Si pertinent, l'offre de service aux organismes est ajustée pour s'adapter aux besoins du milieu. → Si pertinent, l'image de marque de la Fondation est revue (appellation et visuel). |
|--|--|--|--|

Indicateurs de rendement stratégiques

| | | | |
|---|--|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> → Nombre d'ententes révisées ou renouvelées → Nombre d'organisations rencontrées → Retombées des événements (montant en dons reçus) | <ul style="list-style-type: none"> → Montant amassé en fonds dédiés → Nombre de fonds en dotation → Montant redistribué (appui financier) → Niveau de satisfaction des constituants → Valeur totale du fonds d'investissement | <ul style="list-style-type: none"> → Montant amassé au fonds général (FondAction) → Nombre de donateur.trice.s "sélect" (à définir) → Niveau de satisfaction des donateur.trice.s | <ul style="list-style-type: none"> → Nombre d'organismes ayant un intérêt à constituer un fonds → Nombre d'organismes ou d'individus des communautés racialisées ayant un intérêt à constituer un fonds → Visibilité dans la communauté → Perception dans la communauté |
|---|--|--|---|

Notre cadre d'améliorations opérationnelles

Impératifs d'améliorations opérationnelles

| | | |
|---------------------------|--|---|
| Rentabiliser la Fondation | Communiquer efficacement et déployer des tactiques marketing ciblées | Mettre en place une structure de consultation pour connaître les besoins et la satisfaction des parties prenantes |
|---------------------------|--|---|

Indicateurs de rendement - Améliorations opérationnelles

| | | |
|---|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> → Excédent (insuffisance) des produits sur les dépenses → Fonds de réserve → Capitaux propres | <ul style="list-style-type: none"> → Taux moyen de couverture par publication sur les médias sociaux → Nombre moyen d'interactions par publication sur les médias sociaux → Taux d'ouverture de l'infolettre → Nombre de clics (infolettre) → Taux de conversion sur le site web → Niveau de satisfaction par rapport aux communications | <ul style="list-style-type: none"> → Nombre de personnes consultées pour chaque partie prenante → Fréquence des consultations |
|---|--|---|