

Lancement de la campagne interne de la Fondation Madeli-Aide

Avec l'envoi, la semaine dernière, aux boursiers de la Fondation des montants attribués cette année et encouragée par les résultats de la campagne corporative, la Fondation Madeli-Aide vient d'amorcer sa campagne interne de financement. Mobilisés depuis le printemps par la campagne majeure, les membres du conseil d'administration ont décidé de payer de leur poche un montant de 75 000 \$ sur cinq ans et de recueillir parmi leurs amis et proches un autre montant de 175 000 \$. Est-ce faisable?

Les premiers résultats de la campagne auprès des corporations démontrent amplement que c'est très faisable. En plus de la souscription déjà connue de 200 000 \$ de Desjardins et des Caisses des Îles, les Rôtisseries St-Hubert ont porté récemment à 100 000 \$ leur souscription et d'autres donations de personnes généreuses font qu'un total d'un million deux cent quatre-vingt-quinze mille trois cent vingt-cinq dollars (1 295 325\$) est déjà rassemblé. Un souscripteur qui s'est engagé à verser 25 000 \$ tient cependant à garder l'anonymat, ce que la Fondation accepte.

Chacun des membres du conseil d'administration s'est engagé pour un total de 75 000 \$. La Fondation encourage les donateurs potentiels qui seront approchés par leurs amis et leurs proches à fournir leur part de dons plus petits mais importants pour la poursuite de sa mission. L'objectif de la campagne majeure est fixé à un million cinq cent mille dollars.