



Be a **star** in someone's life. **Support the GCWCC.**
Soyez **l'étoile** dans une vie. **Appuyez la CCMTGC.**

Guide du Chef de Campagne



GOVERNMENT OF CANADA WORKPLACE CHARITABLE CAMPAIGN
CAMPAGNE DE CHARITÉ EN MILIEU DE TRAVAIL DU GOUVERNEMENT DU CANADA

363 Coventry, Ottawa (Ontario) K1K 2C5 | tel/tél. : 613-228-6700 | fax/télé. : 613-228-6722

www.gcwcc.org | www.ccmtgc.org

Federal employees and retirees — creating hope ... changing lives.
Les employés et les retraités fédéraux ... sources d'espoir et de vies nouvelles.



This campaign is co-managed by United Way/Centraide Ottawa and Centraide Outaouais.
Cette campagne est gérée conjointement par Centraide/United Way Ottawa et Centraide Outaouais.

Table des matières

Introduction.....	3
Statistiques et données pour 2008.....	5
Le rôle du chef de campagne	6
Équipe principale du ministère.....	7
Organigramme	8
Choisir les membres de l'équipe principale	9
Maintenant que votre équipe est en place.....	19
Trois compétences indispensables	20
Cheminement critique de la CCMTGC.....	21
Les étapes clés d'une campagne réussie	25
Étape 1 • Choisissez les membres de votre équipe de campagne.....	26
Étape 2 • Analysez et planifiez votre campagne.....	27
Étape 3 • Faites participer les cadres supérieurs	29
Étape 4 • Suivez la campagne de près et faites-en rapport.....	30
Étape 5 • Faites des mises en candidature, félicitez et évaluez	31
Les communications	32
Les sept étapes d'une sollicitation réussie.....	33
Foire aux questions	34
Le formulaire de don.....	37
Le pouvoir des retenues à la source	39
Les dons de chefs de file	40
Le rapport du solliciteur	40

Reçus d'impôt	40
Outils de la campagne	41
Bureau des conférenciers	41
Bureau des conférenciers pour les chefs de file	41
Tournées « Le voir, c'est le croire » (Consultez votre gestionnaire de la CCMTGC)	41
Journée d'entraide (Consultez votre gestionnaire de la CCMTGC)	41
Prix de la CCMTGC	42
Coche-santé	43
CCMTGC.org	43
Profil des organismes récipiendaires	44
Partenairesanté/Healthpartners	44
Centraide/United Way Canada	49

L'information sur Partenairesanté, Centraide/United Way a été fournie par ces organismes. Chacune d'elle est responsable de l'exactitude de l'information.

Introduction

La Campagne de charité en milieu de travail du gouvernement du Canada (CCMTGC) est une campagne de levée de fonds qui permet aux employés et aux retraités fédéraux de consolider leurs dons de charité au profit des Centraides/United Way, Partenairesanté/Healthpartners, ou de l'un des autres organismes de bienfaisance canadiens enregistrés.

Une fière tradition

Les employés et retraités du gouvernement fédéral remettent depuis longtemps à leurs communautés un peu de ce qu'ils en ont reçu, et sont bien connus pour leur générosité et leur compassion. Dans la région de la capitale nationale (RCN), les fonctionnaires fédéraux contribuent depuis 1945 à des campagnes annuelles de levées de fonds.

De 1990 à 1996, Centraide/United Way et Partenairesanté ont pris part à 80 campagnes fédérales partout au pays. En 1997, dans le but de permettre aux donateurs d'appuyer tout organisme de bienfaisance canadien enregistré de leur choix, le Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada a augmenté l'ampleur de la campagne et lui a donné un nouveau nom – la Campagne de charité en milieu de travail du gouvernement du Canada, ou CCMTGC.

Depuis sa création, la CCMTGC est devenue la campagne en milieu de travail la plus importante et de plus réussie au Canada. L'an dernier, les employés et retraités fédéraux ont aidé à améliorer l'existence d'un grand nombre de personnes, un peu partout au pays, en recueillant plus de 36 millions de dollars au profit de Centraide/United Way, Partenairesanté/Healthpartners et des milliers d'autres organismes de bienfaisance canadiens enregistrés.

Une campagne pratique pour les employés

Participer à la CCMTGC offre aux donateurs la commodité et l'efficacité de consolider leurs dons annuels en n'effectuant qu'une seule transaction, à l'aide d'un seul formulaire. De plus, la CCMTGC permet aux participants d'effectuer leur don en ayant recours aux retenues à la source, qui permettent de répartir le montant du don sur toute une année et de garder les coûts de gestion de la campagne au minimum. La CCMTGC offre aux donateurs d'appuyer l'agence et l'organisation sociale, de santé, le choix, qui offrent des services dans votre propre communauté et partout ailleurs au pays.

Les employés et retraités fédéraux... sources d'espoir et de vies nouvelles

Le thème de la CCMTGC – Les employés et retraités fédéraux... sources d'espoir et de vies nouvelles – met l'accent sur les gens qui sont à la base de cette campagne et sur les effets de leur générosité. Collectivement, les employés et retraités fédéraux exercent chaque année un impact positif dans la vie de membres de leurs propres communautés – amis, collègues, voisins... de même que dans celles d'individus qu'ils ne rencontreront probablement jamais. En deux mots, leurs dons donnent espoir et procurent une vie nouvelle à des milliers de personnes vivant partout au Canada.

Les clés de la réussite de la CCMTGC

Comme la CCMTGC est la plus grande campagne en milieu de travail au Canada, il s'ensuit que certains facteurs communs contribuent à sa réussite. Ce sont :

- la tradition de générosité et l'esprit d'engagement communautaire des employés et des retraités fédéraux;
- la sollicitation personnalisée (des pairs sollicitent des pairs);
- une approche de « sollicitation intégrale » (solliciter tous les employés en face à face);
- faciliter les dons par les retenues à la source;
- l'appui de tous les paliers de gestion et des syndicats;
- le recrutement et la motivation de bénévoles en milieu de travail;
- l'appui et l'encadrement des équipes de campagne par le bureau de la CCMTGC.

Dans tous ces aspects de la campagne, **des communications efficaces** avec les donateurs, les bénévoles et les gestionnaires **sont essentielles**.

Le présent guide vous aidera à élaborer et à déployer un plan de communication efficace pour votre campagne en milieu de travail. Vous y trouverez tout ce dont vous aurez besoin pour que votre campagne soit réussie et motivante pour tous les participants.

Statistiques et données pour 2008

Campagne de charité en milieu de travail du gouvernement du Canada

Total recueilli en	National
2008	36 083 055 \$
2007	33 565 852 \$
2006	31 527 253 \$
2005	29 098 160 \$
2004	26 064 323 \$
2003	25 422 950 \$
2002	22 141 817 \$

Le rôle du chef de campagne

Un leadership essentiel

Tous les bénévoles de l'équipe de campagne jouent un rôle important dans la réussite de la campagne. Chacun des rôles est différent et important. Mais une équipe ne peut travailler de manière efficace sans un leader solide, une personne qui sait mobiliser les membres, les motiver pour réaliser un but commun et les garder motivés, même en présence de défis et d'obstacles. En qualité de chef de campagne, vous êtes celui ou celle qui sait regrouper tout le monde et diriger pour atteindre l'objectif visé.

De l'aide pour diriger votre équipe

Le présent guide vous aidera à diriger votre équipe principale pour qu'elle sache emprunter un sentier de campagne qui se voudra à la fois amusant et dynamique, mais qui se soldera par la réussite. Ce guide vous offre des conseils étape par étape et des idées pratiques pour motiver, inspirer, bâtir un esprit d'équipe et organiser vos efforts de campagne de manière efficace. Vous y trouverez aussi ce qu'il faut pour mettre en œuvre des stratégies de campagne adaptées à votre milieu de travail.

Appui de la CCMTGC

Le gestionnaire de la CCMTGC:

Le gestionnaire de la CCMTGC est un membre du personnel de Centraide/United Way dont le mandat premier est d'aider le chef de campagne à planifier et à exécuter la campagne de son ministère. Il importe de rencontrer régulièrement votre gestionnaire de la CCMTGC, car il peut fournir une continuité à votre campagne en étant un point de référence. Il partagera son savoir-faire en levée de fonds en participant aux réunions de votre comité. Il peut animer votre séance de planification stratégique (SPS), apporter un point de vue externe (médiateur), agir à titre d'expert-conseil et former l'équipe.

Le représentant délégué:

Un représentant délégué (RD) est un employé du secteur public ou privé qui est affecté chez Centraide pendant une période de 16 semaines. De la mi-août au début de décembre, les représentants délégués prêtent main forte aux gérants de la CCMTGC. Ces membres de l'équipe clés aident les chefs de campagne à tous les niveaux et sont souvent le premier point de contact des membres de l'équipe principale durant la campagne.

Les gestionnaires de la campagne:

Partout au Canada, la CCMTGC est gérée par le chapitre local de Centraide/United Way.

Équipe principale du ministère

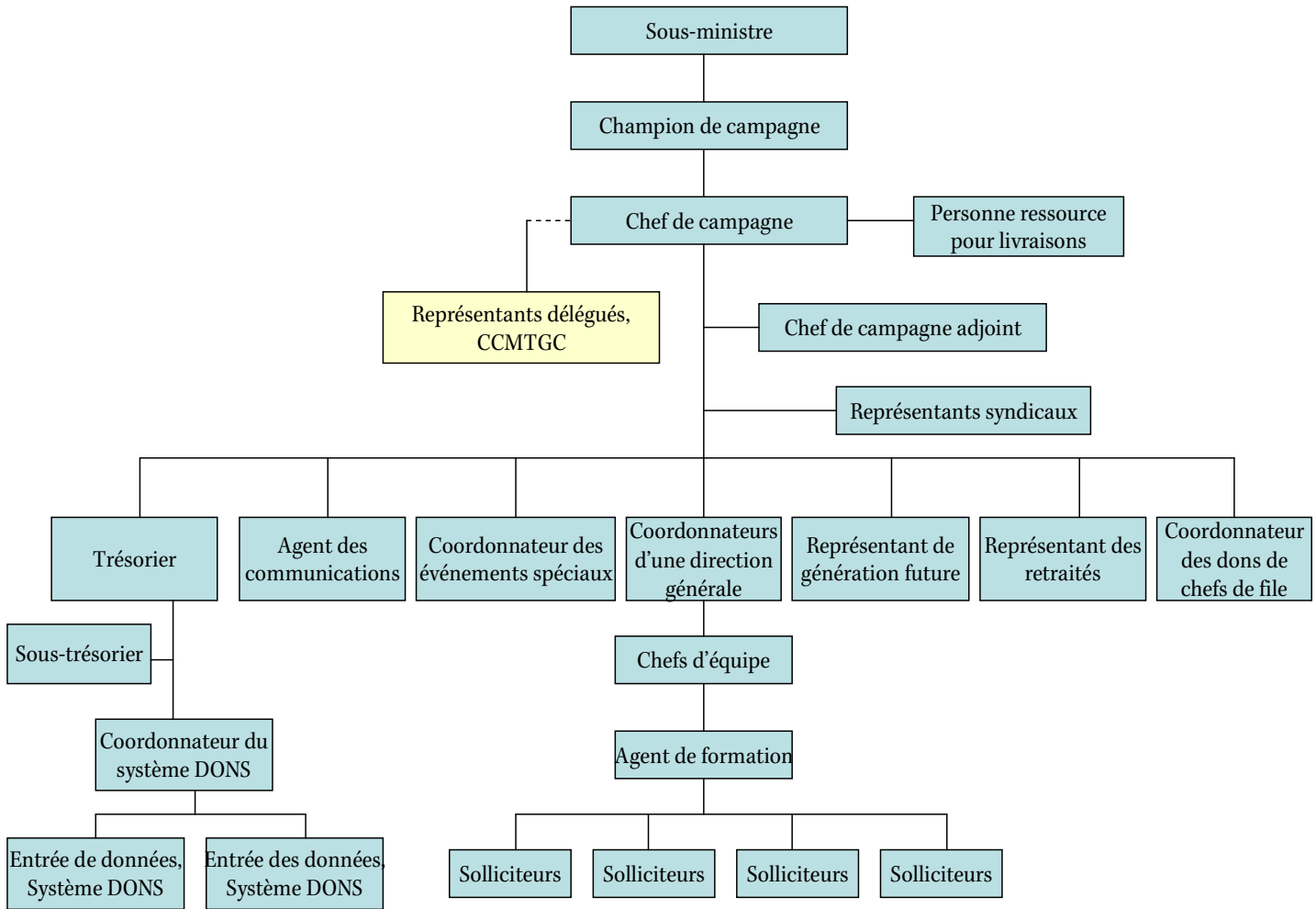
Recruter, organiser et surveiller l'équipe principale

En qualité de chef de campagne (CC), vous êtes responsable des membres de l'équipe principale de la campagne. Il vous appartient :

- de recruter les membres de l'équipe principale (voir l'organigramme de la CCMTGC);
- d'organiser votre groupe diversifié de bénévoles de manière à obtenir une équipe enthousiaste et motivée qui vise un objectif commun;
- de surveiller les activités des membres de l'équipe et d'assurer l'établissement de rapports efficaces et opportuns.

Organigramme

Organigramme pour l'équipe centrale de la CCMTGC



Choisir les membres de l'équipe principale

Choisir un groupe de personnes dévouées, motivées et diversifiées qui travaillera avec vous pour la campagne comporte des défis, mais cette démarche est très importante. Tous les ministères et agences ont des besoins uniques en raison de leur taille, de leur structure et de leur culture. Votre équipe principale devrait donc refléter votre ministère ou agence. Dans les plus petits ministères ou agences, un membre de l'équipe principale peut assumer plus d'un rôle. Il faut alors choisir une personne qui représentera tous les membres clés. Consultez les rôles et les responsabilités des membres de l'équipe principale ci-après pour vous faciliter la tâche.

Champion de campagne:

Cette personne assume la responsabilité de la campagne et choisit le chef de campagne. Le président assure la disponibilité des ressources humaines et financières et appuie ouvertement la campagne de son ministère ou organisme. Le président examinera les stratégies de la campagne de l'année précédente et aidera à fixer un objectif approprié en compagnie du comité de la campagne et du gestionnaire de la CCMTGC.

Chef de campagne:

Cette personne dirige la campagne, rassemble les ressources nécessaires et contribue à la réussite de la campagne. Le chef de campagne est enthousiaste, débrouillard, créateur et motivé. Il est un leader et appuie les objectifs de la CCMTGC. Outre les responsabilités décrites ci-dessous, la CCMTGC invite les chefs de campagne à participer à des événements et à saisir toutes les occasions possibles de se renseigner sur Centraide/United Way et Partenairesanté, ainsi que leurs agences et organisations. Un gestionnaire de la CCMTGC vient appuyer le chef de campagne.

ANALYSE

- Avec l'aide du gestionnaire de la CCMTGC, passez en revue et analysez le rendement antérieur de votre ministère/organisme en matière de dons avec votre sous-ministre/chef d'agence.

ORGANISATION

- Recrutez un comité représentatif de tous les secteurs d'activités de votre ministère/organisme.
- Planifiez et présidez toutes les rencontres et fournissez l'horaire de vos rencontres à votre gestionnaire de la CCMTGC pour qu'il puisse y participer.
- Obtenez le soutien de la direction pour la campagne et faites-en la promotion.

ORIENTATION ET FORMATION

- Assistez à la séance d'orientation des chefs de campagne du bureau de la CCMTGC.
- Recrutez et formez des sollicitateurs

PLANIFICATION DES OBJECTIFS

- Après avoir passé en revue la campagne de l'année dernière, développez la campagne de cette année.
- Fixez les dates de la campagne, les objectifs monétaires et de participation ainsi que la méthode de sollicitation avec votre gestionnaire de la CCMTGC.
- Planifiez le lancement de la campagne.
- Obtenez la documentation du bureau de la CCMTGC.
- Participez aux rencontres de chefs de campagne qu'organise la CCMTGC durant la campagne. (Ces rencontres permettent d'échanger des idées et de l'information, ainsi que d'obtenir un appui.)

CONTRÔLE

- Mettez au point un système d'établissement de rapports avec les membres de votre comité.
- Suivez les progrès de votre campagne et repérez les secteurs à problèmes.
- Élaborez des plans et des solutions de rechange.
- Encouragez la participation des employés.
- Invitez les employés à vous faire part de leurs commentaires.
- Prévoyez un bilan de mi-campagne avec l'aide de votre gestionnaire de la CCMTGC.

RAPPORTS

- Communiquez vos résultats hebdomadaires à votre gestionnaire de la CCMTGC.
- Communiquez les résultats finals de la campagne à tous les employés.
- Remettez un rapport final au bureau de la CCMTGC à la fin de votre campagne.

ÉVALUATION

- Demandez aux membres de votre comité et aux sollicitateurs de vous faire part de leurs commentaires sur les forces et les faiblesses de votre campagne.
- Faites des recommandations pour l'année prochaine et remettez le rapport officiel au bureau de la CCMTGC.

RECONNAÎTRE ET REMERCIER LES BÉNÉVOLES

- À la fin de la campagne, reconnaissez et remerciez les membres du comité, les sollicitateurs et les donateurs de leur participation.

Chef de campagne de l'année précédente :

Cette personne peut assumer un certain nombre de responsabilités, selon les besoins du comité. Elle peut offrir des conseils utiles fondés sur l'expérience acquise lors de la campagne de l'année précédente et peut fournir des documents relatifs aux activités antérieures.

Chef de campagne adjoint :

Il est important de nommer un chef de campagne adjoint, qui sera chef de campagne l'an prochain. Pour la campagne de cette année, il peut remplacer le chef de campagne en son absence; il assiste aux réunions du comité; prend en charge des activités importantes en tant que membre du comité, et recueille des renseignements qui lui seront utiles lorsqu'il dirigera la campagne l'année suivante. La planification de la relève est essentielle pour les campagnes futures. Encouragez votre sous-ministre/président à recruter un adjoint qui prendra la relève l'an prochain.

Trésorier :

Le trésorier met en place votre système de contrôle financier dans le système informatique DONS. Il rassemble tous les dons recueillis par vos chefs d'équipes et/ou sollicitateurs, dépose les dons en espèces, achemine les formulaires de dons et les rapports des sollicitateurs au bureau de la CCMTGC dans des délais convenables.

RESPONSABILITÉS

- Superviser et assurer le bon fonctionnement des opérations financières et administratives de la campagne au sein de leur ministère/agence.
- Participer aux séances de formation obligatoires de la CCMTGC :
 - Séance de formation du trésorier (les renseignements sur les procédures et les étapes adéquates pour ceux qui utilisent le système DONS)
 - Séance de formation sur le système DONS (instrument de pistage de Campagne en ligne)
Le ministère/l'agence effectue toute la saisie des données. (pour ceux qui utilisent le système DONS)
- Participer à toutes les réunions d'équipe concernant la campagne.
- Recruter et entraîner les membres de son équipe de campagne, les sous-trésoriers(ières) ministériels(les) et/ou les préposés aux données et les sollicitateurs. (pour ceux qui utilisent le système DONS)
- Développer et diriger un processus interne pour la collection de tous les formulaires de don, des formulaires d'événements spéciaux, les sommes d'argent et les chèques afférents.
- Faire la collecte des espèces et/ou chèques et les garder sous clé jusqu'à ce qu'ils soient déposés à la banque.
- Déposer toutes les sommes d'argent et les chèques encaissables dans un compte à la banque. (pour ceux qui utilisent le système DONS)
- Veiller à ce que toutes les parties bas des formulaires de don **soient acheminées au bureau de la paye**
 - Déterminer quelle est la date limite du traitement des retenues à la source au sein du bureau de la paye de votre ministère/agence.
 - Vérifier la fréquence des retenues à la source auprès de votre bureau de la paye.
 - Acheminer toutes les copies blanches (pour les dons de retenue à la source) des employés en affectation à leur ministère/agence d'origine.
- Exécuter et/ou coordonner toute la saisie des données nécessaire dans le système DONS. (pour

ceux qui utilisent le système DONS)

Pour ceux qui utilisent le système DONS

- Maintenir/modifier la structure ministérielle, si nécessaire, pour refléter la structure ministérielle courante.
 - Éliminer la duplication d'individus dans le système DONS avant de procéder à la saisie des données.
 - Créer et/ou activer les différents rôles des sous-trésoriers(ières) ministériels(les) et/ou des préposés aux données et des solliciteurs dans le système DONS et distribuer les numéros d'identification aux solliciteurs (I.D. des solliciteurs).
 - Faire la saisie des séries, des formulaires de don, des formulaires d'événements spéciaux, des bordereaux de dépôts et des enveloppes dans le système DONS.
- (Veillez noter qu'il y a un maximum de 50 formulaires de don par enveloppe)**
- Acheminer rapidement les enveloppes complétées au bureau de la CCMTGC durant la campagne. Pendant la campagne, vous devriez communiquer avec votre gestionnaire de la CCMTGC pour organiser le ramassage de vos enveloppes.
 - Établir différents rapports, selon les besoins.
 - Contrôle hebdomadaire des résultats de campagne; taux de participation, les chefs de file, les amis, le pourcentage de la cible, etc.
 - Communiquer les résultats au chef de campagne et à l'équipe principale.

Coordonnateur de direction générale et/ou chef d'équipe :

Dans les grands ministères/organismes, le coordonnateur de direction générale est le lien entre le chef de campagne et/ou le chef d'équipe. Cette personne gère la campagne au sein de son secteur/direction générale et rend compte au comité de campagne.

Les chefs d'équipe ont un rôle primordial à jouer dans le succès de la campagne. Ils sont le lien entre les solliciteurs et le chef de campagne. Ils jouent un rôle de premier plan dans la cueillette et la dissémination de l'information (p. ex., listes de solliciteurs, employés, fournitures). Le chef d'équipe appuie le solliciteur en s'assurant que l'information et les fournitures soient disponibles et que toutes les préoccupations soient résolues dans les plus brefs délais. Le chef d'équipe élabore des plans qui traiteront de l'appui des solliciteurs, de la reconnaissance des réalisations et des sous-objectifs du secteur ou de la direction générale. Il est responsable de gérer le processus de cueillette, d'obtenir les rapports des solliciteurs et de les acheminer au trésorier sur une base quotidienne. Il se peut que le chef d'équipe soit appelé à faire la saisie de données dans le système DONS.

SENSIBILISATION

- Examiner le matériel de la CCMTGC et le plan de campagne du ministère/organisme.
- Participer à la séance de formation de la CCMTGC, à la tournée *Le voir, c'est le croire*.

MOTIVATION

- Motiver et encourager les chefs d'équipes et/ou les sollicitateurs à réussir dans leurs tâches (mobiliser les troupes!)
- Élaborer un plan qui comprendra la reconnaissance des réalisations et des sous-objectifs de secteurs ou de direction générale.
- Fournir un appui direct dans des domaines clés.

COMMUNICATION

- Obtenir et distribuer les listes, notamment une liste des chefs d'équipes, une liste de sollicitateurs, une liste d'employés, des fournitures, etc.
- Veiller à ce que les sollicitateurs soient à l'aise avec leur liste d'employés.
- Répondre aux questions et résoudre les préoccupations dès que possible, en mobilisant d'autres membres de l'équipe si nécessaire.

Chefs D'équipe/Sollicitateurs:

- Organiser les chefs d'équipes/sollicitateurs.
- Remettre le matériel aux chefs d'équipes/sollicitateurs.
- Offrir de l'aide, au besoin.
- De concert avec le chef de campagne, les chefs d'équipes et/ou l'agent de formation, former les chefs d'équipes/sollicitateurs.

CONTRÔLE DE LA SOLLICITATION ET RAPPORT

- Faire la saisie des données dans le système (peut ne pas s'appliquer à tous les ministères/organismes).
- Acheminer des rapports au trésorier, selon l'horaire établi (c.-à-d. tous les jours, aux deux jours, etc.)
- Obtenir les formulaires de dons, les rapports et les dons en espèces/par chèque des chefs d'équipe/sollicitateurs.

ÉVALUATION

- Obtenir une rétroaction des chefs d'équipes/sollicitateurs sur les points forts et les points faibles de la campagne.
- Présenter des recommandations au chef de campagne.

Agent des communications :

L'agent des communications joue un rôle clé dans l'équipe de campagne. Il élabore une approche plus adaptée au milieu de travail, à la culture et aux priorités de l'organisation. Cette personne a de l'expérience en communication et en relations publiques, et est

responsable de la visibilité de la campagne et de sa sensibilisation par des affiches, des bulletins, des courriels, des drapeaux, des bannières, l'annonce des événements spéciaux.

ANALYSER

- Comprendre la stratégie de communication de la CCMTGC.
- Comprendre les objectifs et les stratégies de la campagne de votre ministère.

PLANIFIER

- Établir un plan de communication détaillé, avec échéancier, objectifs, auditoire ciblé, message(s), moyens de communication, activités et dates, mise en œuvre, suivi et évaluation.

COMMUNIQUER

- Démontrer, dans vos messages, l'impact des dons sur la collectivité et comment ils changent des vies (se reporter à la section Le pouvoir de votre don et au Guide des communications).

MESURER

- Évaluer les résultats de votre plan et de vos activités.

DIRIGER

- Rédiger les propositions de prix avec l'équipe de la campagne.

Agent de formation :

Cette personne organise et dispense les séances de formation destinées à vos sollicitateurs. Votre gestionnaire de la CCMTGC vous offrira une orientation sur la manière de former les sollicitateurs.

COMPRÉHENSION

- Se sensibiliser aux stratégies de sollicitation de la CCMTGC, aux trois étapes d'une sollicitation réussie et aux énoncés d'impact (Le pouvoir de votre don).

PRÉPARATION

- Offrir des séances de formation en français et en anglais.
- Offrir une mise à jour aux sollicitateurs expérimentés.
- Adapter les séances de formation à la culture du ministère.

COMMUNICATION

- Expliquer le formulaire de don et le rapport du solliciteur.

ÉVALUATION

- Faire un suivi auprès des solliciteurs et des capitaines d'équipe pour obtenir une rétroaction sur la formation et sa contribution aux résultats de la campagne.

Quelques Tuyaux

L'équipe de sollicitation idéale comprend des nouveaux solliciteurs et des solliciteurs expérimentés. Ces derniers contribuent leur expérience alors que les nouveaux offrent de l'enthousiasme et de nouvelles idées. Vous voudrez peut-être demander à d'anciens solliciteurs d'en recruter de nouveaux. Ils pourront partager leur expérience et encourager les nouveaux à faire partie de l'équipe. Les solliciteurs expérimentés sont disposés à répondre aux questions des nouvelles recrues potentielles quant à leur expérience.

NOMBRE DE SOLLICITEURS

Un solliciteur ne devrait pas solliciter plus de 10 à 15 personnes, le ratio idéal étant de 1 :10. Assurez-vous d'attribuer un groupe gérable, sinon ils peuvent se décourager.

SOLLICITATION DE PAIRS

Demander à des pairs de solliciter des pairs. Cette méthode s'est révélée très efficace au fil des ans. Tenez compte de cet aspect lorsque vous recrutez. Ayez, par exemple, suffisamment de cadres supérieurs sur votre équipe pour qu'ils puissent solliciter d'autres cadres. Demandez à des administrateurs de solliciter leurs collègues, et ainsi de suite. Assurez-vous également que tous les solliciteurs soient confortables avec la liste que vous leur attribuez. Des motifs personnels peuvent faire en sorte qu'une personne ne peut solliciter une autre personne. Soyez réceptif à ces facteurs et soyez disposé à modifier ou à échanger sa liste.

FORMATION

Votre plan d'action devrait comporter des séances de formation (et des dates) pour les solliciteurs. N'oubliez pas de publier ces dates à l'avance (par courriel, des affiches ou des lettres) pour que tous les solliciteurs puissent y participer. Lorsque la date approche, faites un suivi téléphonique pour leur rappeler la date de la formation et les encourager à y participer. La formation veille à ce que les solliciteurs se connaissent, comprennent la campagne, ses programmes et les services qu'elle appuie, et puissent répondre aux questions et dissiper les préoccupations. Assurez-vous de souligner l'importance de la séance de formation au moment du recrutement.

Agent des événements spéciaux :

Afin de permettre aux autres membres du comité de se concentrer sur la campagne des employés, l'agent des événements spéciaux prend en charge la coordination des événements spéciaux qui viennent compléter vos activités de sollicitation. Cette personne aura besoin d'un groupe de bénévoles pour assurer le succès des événements spéciaux.

L'agent des événements spéciaux planifie et coordonne tous les événements spéciaux du ministère. Les événements peuvent mobiliser des fonds, sensibiliser, motiver, créer de l'esprit de corps et encourager une concurrence amicale.

ANALYSE

- Examiner les événements spéciaux des campagnes antérieures; conserver les événements réussis et éliminer les autres.
- Déterminer s'il faut obtenir des licences et des permis.
- Établir le calendrier des événements spéciaux; veiller à ce qu'ils se déroulent après la campagne de sollicitation éclair et qu'ils soient étalés.

IDENTIFICATION

- Fixer l'objectif de chaque événement; la responsabilité des événements doit être confiée à des personnes différentes (un responsable par événement).
- Déterminer la logistique (disponibilité de salles et de ressources).
- Faire participer les cadres supérieurs.

COMMUNICATION

- Collaborer avec l'agent des communications pour faire la promotion des événements auprès des employés.

ÉVALUATION

- Comparer les résultats des événements aux objectifs. Est-ce qu'il vaut la peine de répéter cet événement? Si oui, faut-il y apporter des changements?

Coordonnateur des dons de chefs de file :

Le coordonnateur des dons de chefs de file est un bénévole de l'équipe de campagne qui donne au niveau de chef de file. Cette personne est un leader qui, de concert avec l'équipe de campagne et le gestionnaire de la CCMTGC, aidera à dresser un plan pour solliciter les donateurs chefs de file actuels ou potentiels.

ANALYSE

- Étudier les tendances des dons chefs de file du ministère ou de l'agence

ORGANISATION

- Recruter et former un groupe de collègues, au niveau chef de file, qui représente tous les services et vous aidera à solliciter les donateurs.
- Organiser et présider un événement spécial pour souligner les contributions de tous les chefs de file et amis.
- Travailler en étroite collaboration avec le gestionnaire de la CCMTGC.

ORIENTATION

Participer à un groupe de discussion de la CCMTGC pour les coordonnateurs de dons de chefs de file

PLANIFICATION DES OBJECTIFS/STRATÉGIES

- Examiner la campagne des dons de chefs de file de l'année précédente et mettre au point la campagne de cette année.
- Participer à la séance de planification stratégique du ministère ou de l'agence
- Fixer vos objectifs de campagne
- Planifier le lancement de la campagne des dons de chefs de file.

CONTRÔLE

- Organiser un système de rapports
- Surveiller les résultats.
- Établir des plans de rechange
- Planifier une révision de mi-campagne.

RAPPORTS

- Faites rapport de vos résultats hebdomadaires à votre chef de campagne.
- Remettre un rapport final au chef de campagne.

ÉVALUATION

- Demander aux membres de votre comité de vous faire part de leurs commentaires sur les forces et les faiblesses de la campagne.
- Faites des recommandations pour l'année prochaine.

Représentant de la Génération future:

Ce poste a pour but d'impliquer les jeunes (de 20-29 et 30-39 ans) à la CCMTGC. Le représentant de la Génération future cherche à identifier des occasions et des défis au sein des 20 à 40 ans en vue de hausser la sensibilisation et leur participation à la campagne de la CCMTGC.

RESPONSABILITÉS

- Promouvoir les responsabilités entreprises par les jeunes durant la campagne.
- Trouver des moyens de mobiliser l'énergie et la créativité des jeunes employés fédéraux.
- Mobiliser les jeunes de manière stratégique au sein du gouvernement du Canada.
- Promouvoir la prise de conscience communautaire.
- Élaborer des stratégies efficaces afin de faire participer les jeunes employés à la CCMTGC.
- Inculquer un sens des responsabilités et un sentiment d'appartenance pour le mieux-être de notre collectivité.
- Identifier les besoins, les problèmes et des solutions.
- Démontrer qu'ils peuvent faire une différence dans la société.
- Comment s'associer à la génération future.

Représentant des retraités :

Ce poste vise à développer de meilleurs rapports avec le nombre croissant de retraités fédéraux. Compte tenu de la démographie de la fonction publique, nous demandons aux équipes de campagne de recruter une personne qui fera la promotion de la campagne des retraités de la CCMTGC auprès des retraités futurs.

Représentants syndicaux :

Un appui manifeste des syndicats contribue beaucoup au succès de la campagne. Le représentant syndical peut remplir un certain nombre de rôles. Il peut :

obtenir l'approbation des syndicats locaux;

proposer des stratégies de levée de fonds qui sont attrayantes pour les syndicats;

choisir des sollicitateurs syndicaux;

s'adresser à des groupes dont les membres sont syndiqués.

Il importe que les employés des syndicats soient reconnus dès le début de la campagne comme des partenaires à part entière de l'ensemble des activités du comité.

Maintenant que votre équipe est en place...

Rapports

Vous serez la personne-ressource entre votre ministère/agence et la CCMTGC. Vous devez donc connaître les progrès de la campagne de votre ministère/agence, et faire rapport de vos activités, de vos totaux et de vos résultats à l'équipe principale. Vous les tiendrez ainsi au courant des progrès et aiderez à cibler les secteurs où des efforts supplémentaires sont nécessaires pour que la campagne reste sur la bonne voie.

L'échange d'information entre le chef de campagne, l'équipe principale et l'équipe de la CCMTGC est essentiel au succès de la campagne. Vous êtes l'intermédiaire qui permet à tous de demeurer au fait.

Formation

Tous les membres de l'équipe doivent participer aux séances de formation de la CCMTGC. En qualité de chef de campagne, il vous appartient de communiquer les dates de la formation aux membres de l'équipe principale et de veiller à ce que tous les membres y participent. Durant les séances de formation, ils se sensibiliseront davantage à leur rôle et à leurs responsabilités, ils obtiendront des outils qui leur faciliteront la tâche et rencontreront des bénévoles d'autres ministères/agences qui occupent des rôles similaires.

Bâtir un esprit d'équipe

Bien qu'il soit important d'assurer un suivi administratif auprès des membres de l'équipe principale, vous devrez aussi les motiver et les inspirer! Votre leadership fera en sorte que les membres de votre équipe collaborent, s'épaulent et poursuivent un but commun. Vous devrez également les garder sur le droit chemin et leur rappeler que leur travail est important pour la communauté.

Un leadership efficace

Si vous êtes engagé et croyez à la valeur de la campagne, il vous sera facile de transmettre votre enthousiasme aux membres de l'équipe. Si certains aspects ont besoin d'attention, il vous appartiendra, en tant que leader, d'identifier ces défis et de proposer des solutions. Si la solution vous échappe, adressez-vous à votre chef de campagne ou à votre gestionnaire de la CCMTGC.

À titre de leader, vous apprendrez à connaître les membres de votre équipe et vous les aiderez à être à l'aise et à bien travailler ensemble. Vous devrez aussi les écouter pour connaître leurs attentes. Soyez disposé à apprendre de leurs expériences. Une partie importante de votre rôle consistera à faire en sorte que les bénévoles se sentent tous importants et appréciés, et à créer un milieu où ils peuvent parler de leurs préoccupations et mettre en commun leurs expériences et les leçons apprises.

Trois compétences indispensables

1. Sens de l'organisation

Pour être un bon chef d'équipe, vous devez avoir un bon sens de l'organisation, que vous mettrez à l'épreuve lors :

- de la préparation de la campagne;
- des activités de recrutement;
- des communications entre la CCMTGC et l'équipe principale;
- de la mise sur pied de systèmes de suivi et de communication de rapports;
- la mise en place de systèmes efficaces de soutien pour les membres de l'équipe principale.

2. Aptitude à communiquer

Une excellente aptitude à communiquer constitue la pierre angulaire du succès de votre campagne. Plus vos communications avec les membres de votre équipe seront efficaces et plus l'information échangée sera pertinente, mieux votre campagne se déroulera. La motivation de tous dépendra de votre capacité à transmettre l'information appropriée aux bonnes personnes au moment voulu. Ne sous-estimez pas la nécessité de communiquer de façon efficace et en temps opportun.

3. Gestion du temps

Les campagnes les plus fructueuses sont celles qui se déroulent sans heurts, pour lesquelles un calendrier ou un chemin critique est établi à l'avance et où chaque membre de l'équipe est conscient des étapes et des échéanciers. Un tel calendrier est particulièrement important pour que les solliciteurs ne prennent pas de retard dans leurs visites. Comme il est facile de remettre les choses au lendemain, les échéanciers contribuent à ce que tous soient à la page et assument leurs responsabilités.

Cheminement critique de la CCMTGC

Nous vous incitons à suivre le cheminement critique pour préparer votre Campagne de charité en milieu de travail du gouvernement du Canada.

Mars

- Rencontrer votre gestionnaire de la CCMTGC pour échanger des renseignements, discuter des stratégies de la campagne, établir des objectifs et déterminer les prochaines étapes
- Mobiliser la haute direction; veiller à ce que votre gestionnaire et les cadres supérieurs vous secondent (en mars et durant toute la campagne)
- Structurer l'équipe principale et commencer à en recruter les membres
- Fournir les noms, adresse, numéro de téléphone/télécopieur et courriel des membres du comité de la campagne au gestionnaire de la CCMTGC
- Organiser une séance de planification stratégique (SPS) avec votre gestionnaire de la CCMTGC et votre comité de la campagne, au plus tard le 1er juin; un gestionnaire de la CCMTGC animera la SPS; au terme de la SPS, confirmer l'objectif et les stratégies de campagne à vos cadres supérieurs
- Fournir à votre gestionnaire de la CCMTGC le nom et les coordonnées de votre point de contact pour la livraison du matériel de la campagne de la CCMTGC (c.-à-d. formulaires de don, dépliants, etc.)

Avril

- Participer à la séance de formation des chefs de campagne/Coordonateur des employés de la CCMTGC
- Établir un calendrier de rencontres régulières avec votre gestionnaire de la CCMTGC (une fois par semaine, aux deux semaines ou une fois par mois)
- Examiner et analyser les résultats de la campagne de l'année dernière en compagnie du chef de campagne sortant
- Continuer à recruter l'équipe principale de la campagne
- Organiser une séance de planification stratégique (SPS) si vous n'avez pu le faire en mars
- Consulter votre gestionnaire de la CCMTGC pour organiser la visite du sous-ministre/président d'agence
- Établir un système interne de contrôle des dons pour que les membres du comité de la campagne puissent surveiller l'évolution de la campagne (consulter votre gestionnaire de la CCMTGC qui pourra vous fournir des modèles)
- Commencer à faire la promotion du programme des représentants délégués (RD) auprès de vos pairs et de la direction

Mai

- Organiser une séance de planification stratégique (SPS) si vous n'avez pu le faire en mars ou en avril
- Continuer les rencontres hebdomadaires, bimestrielles ou mensuelles avec votre gestionnaire de la CCMTGC
- Visiter le sous-ministre/président d'agence avec votre gestionnaire de la CCMTGC
- Terminer le recrutement des coordonnateurs de direction générale, des capitaines d'équipes et débiter le recrutement des sollicitateurs
- Confirmer que tous les membres de l'équipe principale participent à leur séance formation de la CCMTGC (agent des communications, coordonnateur des événements spéciaux, coordonnateurs de direction générale et capitaines d'équipes, agents de formation, trésoriers et préposés à la saisie de données du système DONS – si applicable) et faire le suivi avec votre gestionnaire de la CCMTGC
- Mobiliser la participation du syndicat
- Élaborer des plans de travail individuels pour le coordonnateur des dons de chefs de file, l'agent des communications, le coordonnateur des événements spéciaux, les coordonnateurs de direction générale et chefs d'équipes, le représentant de la génération future, le représentant des retraités, les agents de formation et le trésorier
- Mettre au point une méthode pour assurer une sollicitation à 100 p. 100 : faire participer les chefs d'équipe et confirmer le nombre de sollicitateurs (mettre l'accent sur les campagnes éclairs, soit la formule d'une journée soit celle de deux ou trois semaines)
- Établir un calendrier de formation pour les sollicitateurs et en remettre un exemplaire à votre gestionnaire de la CCMTGC
- Planifier les licences, permis, incitatifs, prix
- Continuer à faire la promotion du programme des représentants délégués (RD) auprès de vos pairs et de la direction
- Fournir à votre gestionnaire de la CCMTGC le nom et les coordonnées de votre point de contact pour la livraison du matériel de la campagne de la CCMTGC (c.-à-d. formulaires de don, dépliants, etc.)

Juin

- Veiller à ce que tous les membres du comité participent à leur séance de formation respective de la CCMTGC
- Terminer le recrutement des sollicitateurs
- Communiquer le nombre d'employés de votre ministère à votre gestionnaire de la CCMTGC
- Établir un calendrier de formation pour les sollicitateurs et en fournir un exemplaire à votre gestionnaire de la CCMTGC
- Réserver une Coche Santé
- Continuer les rencontres régulières avec votre gestionnaire de la CCMTGC
- Finaliser les stratégies (réserver des conférenciers, obtenir du matériel de campagne)

Juillet

- Reposez-vous bien!

Août

- Livraison du matériel de campagne de la CCMTGC à la personne-ressource de votre ministère. Vérifier le contenu des envois. Distribuer le matériel de campagne de la CCMTGC aux membres du comité
- Confirmer tous les plans et les dates de campagne (lancement, campagne éclair, dons de chefs de file, événements spéciaux)
- Dresser une liste d'événements spéciaux et élaborer un plan médiatique en compagnie du gestionnaire de la CCMTGC
- Préparer une liste d'employés à solliciter pour les solliciteurs (s'assurer d'y inclure les employés à temps plein, les employés à temps partiel, les employés nommés pour une période déterminée, les étudiants et les consultants)
- Réserver des conférenciers auprès du gestionnaire de la CCMTGC (Bureau des conférenciers) pour vos séances de formation des solliciteurs
- Débuter la formation des solliciteurs
- Veiller à ce que des membres de votre équipe participent à la formation des trésoriers et du système DONS (si applicable)
- Veiller à ce que le logiciel DONS soit installé dans votre ministère ou agence et établir votre structure dans le système DONS (consulter votre gestionnaire de la CCMTGC)
- Établir des mécanismes de rapport hebdomadaire (dollars, taux de participation, chefs de file et amis, % de sollicitation en regard de la population)
- Communiquer le mécanisme de rapport convenu aux membres de l'équipe
- Solliciter la haute direction et les bénévoles de la campagne avant le lancement interne (donner le ton)
- Informer les membres du comité de campagne de la date du lancement de la CCMTGC et les encourager à participer
- Rédiger un rapport d'étape sur l'évolution de la campagne pour la haute direction du ministère/de l'agence, et en envoyer un exemplaire à votre gestionnaire de la CCMTGC
- Vérifier les préparatifs liés au lancement de votre campagne et veiller à ce que le sous-ministre/président de l'agence et des cadres supérieurs y participent

Septembre

- Organiser une présentation sur les dons de chefs de file
- Participer au lancement de la CCMTGC avec votre équipe et les solliciteurs
- Promouvoir la CCMTGC par le biais de bulletins, de courriels, de vidéos, etc.
- Finaliser les préparatifs de la campagne éclair... Solliciter la haute direction (sous-ministre/président d'agence et tous les cadres supérieurs) avant la campagne éclair

- Solliciter
- Surveiller le déroulement de la campagne
- Communiquer les résultats de la campagne à votre gestionnaire de la CCMTGC toutes les semaines (selon les formulaires de dons reçus à ce moment-là)
- Veiller à ce que le trésorier ait en main tous les documents nécessaires pour les dépôts
- Veiller à ce que le trésorier achemine, toutes les semaines par l'entremise du gestionnaire de la CCMTGC et du RD, les formulaires de don complétés et vérifiés, les rapports de sollicitation et les bordereaux de dépôt au bureau de la CCMTGC

Octobre

- Continuer à surveiller les progrès de la sollicitation
- Veiller à ce que les solliciteurs approchent tout le monde
- Organiser vos événements spéciaux lorsque la sollicitation est terminée
- Prévoir une date pour l'analyse de mi-campagne avec les membres de votre comité de campagne et votre gestionnaire de la CCMTGC
- Compiler une liste de tous les bénévoles de la campagne afin de pouvoir préparer des certificats de reconnaissance

Novembre

- Donner un dernier coup de cœur (c.-à-d. mettre en œuvre les stratégies de la révision de mi-campagne)
- Terminer la saisie des données dans le système DONS et remettre les enveloppes au gestionnaire de la CCMTGC et au RD (Pour ceux qui utilisent le système DONS)
- Présenter vos mises en candidature pour les prix de la CCMTGC (si il existe au Centraide local)
- Organiser votre propre événement de clôture avant la cérémonie de clôture de la CCMTGC pour annoncer et célébrer vos résultats (si il existe au Centraide local)
- Remercier tous les bénévoles en leur remettant un certificat lors d'un événement de clôture. Demander à un cadre supérieur de les distribuer
- Participer à la cérémonie de remise des prix de la CCMTGC (si il existe au Centraide local)

Décembre

- Effectuer un post-mortem de la campagne – faire une évaluation de la campagne et remettre un rapport final de la campagne à la haute direction, au chef de campagne de l'an prochain (si vous le connaissez, p. ex. le sous-chef de campagne actuel) et à votre gestionnaire de la CCMTGC

Les étapes clés d'une campagne réussie

En tant que chef de campagne, vous avez été choisi par votre sous-ministre/président d'agence pour coordonner la Campagne de charité en milieu de travail du gouvernement du Canada (CCMTGC) de votre ministère/organisme. À ce titre, vous recruterez une équipe, organiserez la campagne, recruterez des sollicitateurs, organiserez des événements spéciaux et ferez rapport des activités à votre sous-ministre/président d'agence. Tout au long de votre campagne, un gestionnaire de la CCMTGC vous prêtera main forte.

1. Choisissez votre équipe principale de campagne

- Choisissez les membres en fonction des besoins de votre ministère et de la campagne
- Établissez les rôles et les responsabilités de chacun des membres de l'équipe
- Veillez à ce que chacun des membres participe aux séances de formation de la CCMTGC
- Planifiez des réunions régulières avec l'équipe principale et votre gestionnaire de la CCMTGC

2. Analysez et planifiez votre campagne

- Organisez une séance de planification stratégique (SPS) avec votre équipe principale et votre gestionnaire
 - Sollicitation (ratio 1 :10, visite personnalisée)
 - Communications (Pourquoi participer à la CCMTGC? Messages clés, méthode)
 - Promouvoir la facilité des dons (retenues à la source, consolidation des dons)
- Déterminez et planifiez vos événements clés (lancement, période de sollicitation/campagne éclair, événements spéciaux, revue de mi-campagne, cérémonie de clôture)
- Fixez votre objectif ministériel

3. Faites participer la haute direction

- Faites participer votre sous-ministre/président d'agence tôt
- Engagement et présence des cadres supérieurs durant toute la campagne

4. Surveillez et faites rapport

- Communiquez les résultats toutes les semaines à l'équipe et à votre gestionnaire de la CCMTGC
- Rapport sur les dons recueillis, le nombre d'amis et de chefs de file à ce jour, taux de participation
- Révision de mi-campagne
- Saisie des données à ce jour dans le système DONS (Pour ceux qui utilisent le système DONS)

5. Présentez des candidatures, félicitez et évaluez

- Votre saisie de données dans le système DONS est à jour; il est temps de présenter votre mise en candidature pour la Remise des prix de la CCMTGC de la mi-novembre
- Remerciez vos bénévoles et tous les donateurs
- En collaboration avec votre équipe de campagne, documentez les points saillants et vos recommandations pour le chef de campagne de l'an prochain

ÉTAPE 1 • CHOISISSEZ LES MEMBRES DE VOTRE ÉQUIPE DE CAMPAGNE

Votre comité sera chargé de planifier et de mettre en place l'ensemble de votre campagne. Pour réussir, il est essentiel de choisir les bonnes personnes pour votre équipe. La taille de votre ministère/agence déterminera le nombre de personnes qui feront partie de l'équipe et ce que seront leurs fonctions.

Choisissez les membres de votre comité

- Choisissez des personnes qui sont appuyent réellement la philosophie et les objectifs d'une campagne de charité en milieu de travail.
- Veillez à ce que tous les secteurs d'activités de votre ministère/agence soient représentés, y compris le syndicat, le cas échéant.
- Songez à recruter des personnes qui ont participé à des campagnes antérieures.
- Choisissez des personnes qui travaillent fort, sont appréciées par les autres et sont enthousiastes.
- Choisissez des personnes qui ont de l'expérience dans les domaines recherchés (p. ex., communications, finances, etc.)
- Assurez-vous que certains membres de votre comité acceptent un mandat de deux ans afin d'assurer une continuité pour votre ministère/agence.
- Demandez aux membres de votre comité de manifester leur engagement à la campagne en étant les premiers à faire leur don.
- Précisez les rôles et responsabilités des membres de l'équipe
- Veillez à ce que chacun des membres de l'équipe suivent la formation pertinente de la CCMTGC
- Organisez des réunions régulières avec les membres de votre équipe de campagne et votre gestionnaire de la CCMTGC

Formation de l'équipe

L'équipe de la CCMTGC offrira plusieurs séances de formation aux membres de votre équipe de campagne, notamment aux **chefs de campagne** (et **chefs de campagne adjoints**), aux **agents de formation**, aux **agents des communications**, aux **coordonnateurs de direction générale** et/ou **chefs d'équipe**, aux **coordonnateurs d'événements spéciaux** et aux **trésoriers**, en sus de la formation particulière pour le système DONS.

Il est essentiel que tous les membres de votre équipe de campagne participent aux séances de formation et il appartient au chef de campagne de les motiver à le faire. Des manuels de formation à jour seront fournis.

La formation se déroulera du mois d'avril au mois de septembre. Nous vous prions donc de recruter les membres de votre équipe à temps. Communiquez avec votre gestionnaire de la CCMTGC pour obtenir les coordonnées exactes.

ÉTAPE 2 • ANALYSEZ ET PLANIFIEZ VOTRE CAMPAGNE

La formule d'une campagne gagnante : 80 p. 100 de planification et 20 p. 100 de mise en oeuvre. Commencez par examiner les résultats des campagnes antérieures de votre ministère/agence, surtout celle de l'année dernière, avec l'aide du chef de campagne de l'an dernier. Identifiez ensuite vos points forts et les facteurs d'amélioration, en tenant compte de tout changement survenu au sein du ministère ou de l'agence, notamment un changement dans le nombre d'employés ou de nouveaux bureaux.

Organisez une séance de planification stratégique (SPS)

Une bonne façon de garantir le succès d'une campagne en milieu de travail est d'organiser une séance de planification stratégique (SPS). C'est un outil de planification clé pour les campagnes en milieu de travail. Cette analyse consiste en une séance d'une durée de deux heures qui rassemble le chef de campagne, les membres de l'équipe de campagne et votre gestionnaire de la CCMTGC.

En participant à une SPS, vous développez des compétences professionnelles, notamment des techniques d'analyse, que vous pouvez ensuite transposer dans votre milieu de travail. Notre séance servira à :

- établir un profil détaillé de l'historique et des tendances de votre campagne;
- cibler les domaines de votre campagne qui présentent le plus grand potentiel;
- faire ressortir les points forts de la campagne afin de les mettre en valeur;
- élaborer des stratégies et un plan de travail destinés à augmenter le nombre de donateurs et la valeur des dons;
- améliorer la capacité des membres du comité de campagne à collaborer et à gérer une campagne de calibre.

La SPS a pour but de fournir un aperçu de la campagne des employés. En équipe, nous analysons diverses données, notamment les dons des employés, les événements spéciaux et les dons de chefs de file. Nous examinons la ventilation des résultats par secteur, direction générale ou étage et suggérons des améliorations possibles.

Une fois la SPS terminée, vous et votre équipe de campagne bénéficierez d'un enthousiasme et d'un engagement renouvelés qui vous viendront de savoir que vous êtes sur la bonne voie!

La CCMTGC est prête à vous aider à planifier votre campagne. Vous organiserez votre SPS avec votre gestionnaire de la CCMTGC.

Fixez vos objectifs et établissez vos stratégies de campagne

- Déterminez et planifiez vos événements clés (lancement, période de sollicitation/campagne éclair, événements spéciaux, revue de mi-campagne, cérémonie de clôture)

Toutes les campagnes de la CCMTGC ont les objectifs suivants en commun :

- solliciter 100 p. 100 des employés;
- accroître le taux de participation des employés;
- accroître le nombre et la valeur des retenues à la source;
- accroître le nombre de chefs de file et d'amis;
- augmenter le don moyen par employé.

Les ministères/agences de taille plus grande peuvent étudier les tendances sur cinq ans de la participation des employés et quantifier le nombre de dons qui ont augmenté ou diminué, ainsi que d'autres facteurs. Quels que soient vos objectifs, ils devraient mener à un objectif financier réaliste et réalisable, qui représente un défi.

Quelques stratégies pour atteindre vos objectifs de campagne

- Amusez-vous!
- Recrutez des bénévoles compétents et dévoués.
- Participez aux séances de formation de la CCMTGC.
- Faites participer le syndicat de votre organisme et assurez-vous du soutien actif et de la pleine participation de la direction.
- Formez vos sollicitateurs adéquatement; ils sont la pierre angulaire de la campagne.
- Tenez votre campagne le plus tôt possible et gardez-la courte et intense; plutôt que longue et ardue.
- La sollicitation se fait avant les événements spéciaux.
- Organisez des événements spéciaux pour votre lancement afin de créer de la visibilité pour la campagne et susciter de l'enthousiasme.
- Invitez des conférenciers, présentez des vidéos et organisez d'autres types de présentations pour sensibiliser vos employés à la CCMTGC (consultez votre gestionnaire de la CCMTGC pour connaître les documents et les conférenciers qui sont à votre disposition).
- Mettez en place un processus de sollicitation adapté à votre ministère/agence (p. ex., choisissez la sollicitation personnalisée, la sollicitation de groupe ou une combinaison des deux, selon la taille de votre ministère/agence).
- Effectuez une sollicitation intégrale de vos employés, sans oublier ceux qui travaillent par quarts, à temps partiel ou à l'extérieur de vos locaux, ainsi que vos employés à contrat.
- Encouragez les dons par retenues à la source.
- Faites la promotion des dons de chefs de file.
- Envisagez la possibilité de mettre en place un programme de « juste part », aux termes duquel les employés donnent un pourcentage de leur salaire par retenues à la source (p. ex., l'équivalent d'une pause-café par période de paye).

ÉTAPE 3 • FAITES PARTICIPER LES CADRES SUPÉRIEURS

Pour réussir, les cadres supérieurs du ministère/agence doivent appuyer la campagne. En acceptant qu'une campagne soit organisée, votre sous-ministre/président a déjà indiqué qu'il est intéressé à appuyer la CCMTGC et notre communauté. Il importe donc que vous encouragiez votre sous-ministre/président à manifester son appui aux employés en l'encourageant à jouer un rôle actif dans la campagne.

Faites participer votre sous-ministre/président

Demandez à votre sous-ministre/président :

- de vous donner suffisamment de temps pour assumer vos fonctions de chef de campagne;
- de garder un contact étroit avec l'équipe de la campagne et d'approuver les objectifs de campagne des employés;
- d'autoriser un budget adéquat (si un existe) et de laisser suffisamment de temps libre aux membres de l'équipe de la campagne pour leurs activités;
- d'accorder du temps pour la formation des sollicitateurs et les événements spéciaux des employés;
- d'endosser la campagne en participant au lancement du ministère ou de l'agence, à la première réunion de l'équipe de la campagne ainsi qu'à d'autres réunions d'employés pour la campagne;
- d'être la première personne sollicitée;
- d'envoyer une lettre à tout le personnel pour leur demander d'appuyer la campagne;
- d'organiser une rencontre spéciale de sollicitation des cadres supérieurs et de participer à une présentation sur les dons de chefs de file au tout début de la campagne;
- d'organiser ou d'animer une activité de clôture pour tous les bénévoles (par exemple, une réception beignes et café ou un vin et fromage); et de remercier tous les bénévoles, avec le chef de campagne.

Quelques idées amusantes

Voici quelques idées d'activités qui ont déjà été utilisées par des organismes afin de faire participer les cadres supérieurs :

- Lors d'un événement spécial de la campagne, plusieurs cadres supérieurs, coiffés d'une toque de chef et portant un tablier, avaient préparé un « festin de roi » pour les employés.
- Des cadres supérieurs pourraient livrer des pâtisseries aux employés à leur bureau sous le thème « Cuisine supérieure »
- Dans le foyer principal de leur édifice, deux sous-ministres ont participé à un « Défi de huards » afin de créer de la synergie et de permettre aux employés de s'amuser.

ÉTAPE 4 • SUIVEZ LA CAMPAGNE DE PRÈS ET FAITES-EN RAPPORT

Suivre de près les résultats correspondant à chaque étape de la campagne est essentiel à sa réussite.

Suivez votre campagne de près

- Consultez vos sollicitateurs et coordonnateurs de direction générale/chefs d'équipes, surtout si vous constatez que les résultats sont faibles.
- Enregistrez et analysez chaque jour les résultats de votre campagne afin de dépister les secteurs problèmes.
- Tenez la direction au courant des progrès et des problèmes de la campagne.
- Faites un rapport hebdomadaire de vos résultats à votre sous-ministre/président, ainsi qu'à votre contact de la CCMTGC.
- Gardez un niveau élevé d'enthousiasme durant la campagne en diffusant régulièrement les résultats aux employés et aux sollicitateurs.
- Veillez à ce que les dons de chefs de file soient signalés au bureau de la CCMTGC pour qu'ils soient reconnus adéquatement.
- Planifiez une analyse de mi-campagne.
- Communiquez les résultats finals de la campagne à votre sous-ministre/président et au représentant du syndicat.

Rapports

- Établissez une structure de rapport complète et détaillée.
- Communiquez les dons recueillis, le nombre d'amis et de chefs de file, le taux de participation, le pourcentage réalisé en regard de l'objectif, etc.
- Veillez à ce que la saisie des formulaires de don se fasse rapidement dans le système DONS. (Pour ceux qui utilisent le système GIFTS).

ÉTAPE 5 • FAITES DES MISES EN CANDIDATURE, FÉLICITEZ ET ÉVALUEZ

Le succès de la CCMTGC repose sur le travail de milliers de bénévoles qui donnent de leur temps et de leur talent à la campagne. Il est extrêmement important que leur contribution soit reconnue.

Présentez des mises en candidature

Lors de la Cérémonie de remise des prix de la CCMTGC (local), plusieurs ministères reçoivent des prix. Consultez notre site Web au www.ccmtgc.org pour obtenir une liste des prix, les critères afférents et le processus de mise en candidature.

Dites merci!

- Envoyez à chaque membre de votre équipe une lettre de bienvenue les remerciant de leur volonté de participer à la campagne. Mentionnez le fait que chaque membre de l'équipe sera appelé à consacrer quelques heures de travail à s'acquitter de ses responsabilités.
- Organisez un déjeuner de lancement pour votre équipe. Vous voudrez peut-être y inviter vos sollicitateurs.
- Achetez de petits cadeaux de remerciement comme des tee-shirts, des épinglettes, etc.
- Publiez un mot de remerciement spécial dans le bulletin d'information de votre ministère/agence ou faites votre propre dépliant.
- Organisez un événement spécial pour remercier les bénévoles et les donateurs. N'oubliez pas de remercier les sollicitateurs et de reconnaître publiquement leurs efforts.
- Remettez des certificats ou des plaques gravées reconnaissant le travail de vos bénévoles. Le bureau de la CCMTGC vous remettra un certificat pour chacun de vos bénévoles.
- Demandez à votre sous-ministre/président d'envoyer une lettre de remerciement aux membres de votre équipe ainsi qu'aux sollicitateurs à la fin de votre campagne.

Évaluez votre campagne

Il importe d'évaluer votre campagne afin de déterminer si vous avez atteint vos objectifs et si vos stratégies ont porté fruit. Repérez les aspects de votre campagne qui ont été positifs et ceux qui ne l'ont pas été. Documentez les résultats pour l'équipe de l'an prochain et faites des recommandations pour les campagnes futures.

LES COMMUNICATIONS

Au début de votre campagne, vous et votre agent des communications voudrez planifier votre stratégie de communication. Voici quelques tuyaux qui sont repris du Guide de l'agent des communications pour vous aider à mieux coordonner les efforts.

Déterminez les moyens de communication

Décidez quand et comment vous communiquerez avec l'équipe de campagne et les sollicitateurs. Certaines équipes préfèrent être informées par courrier électronique, alors que d'autres trouvent plus simple de transmettre l'information par téléphone ou en personne. Une liste d'envoi électronique fonctionne bien dans beaucoup de bureaux, mais libre à vous de déterminer ce qui est le plus efficace dans votre milieu de travail. Quel que soit le moyen de communication que vous choisissiez, il faut s'assurer que tous reçoivent l'information exacte au bon moment.

Sachez où aller chercher les réponses

Lorsque vos sollicitateurs vous posent des questions ou ont besoin de renseignements supplémentaires, vous devez savoir où trouver rapidement l'information recherchée. Le site Web de la CCMTGC est un bon endroit pour y trouver ces renseignements; pour y accéder rapidement, ajoutez-le à vos signets. Votre gestionnaire de la CCMTGC peut aussi vous fournir l'information pertinente.

Transmettez les résultats en temps opportun

Il est important que votre équipe de sollicitation garde l'objectif en vue. Elle doit donc connaître les résultats progressifs et savoir si elle est sur la bonne voie pour atteindre son objectif final avant la date butoir. Présentez régulièrement, c'est-à-dire toutes les semaines, des mises à jour sur les dons recueillis et le total réalisé.

Assistez aux réunions de votre chef de campagne

Il vous incombe, à titre de chef de campagne, d'assister aux réunions et de tenir tous les membres de l'équipe de sollicitation informés. Ces réunions vous fourniront non seulement des renseignements importants, mais elles seront une source de motivation et d'inspiration que vous pourrez à votre tour transmettre aux sollicitateurs.

Faites la promotion de la campagne!

Dites à tous vos collègues que la campagne est en cours. Si elle est visible, elle attirera l'attention de tous et suscitera des discussions! Pour en accroître la visibilité, vous pouvez afficher des thermomètres; ils représentent un rappel visuel des progrès réalisés dans la poursuite de votre objectif.

LES SEPT ÉTAPES D'UNE SOLLICITATION RÉUSSIE

En qualité d'ambassadeurs de la CCMTGC, les sollicitateurs sont la pierre angulaire de la réussite de la campagne. Voici les étapes à suivre pour assurer le succès de la sollicitation.

À faire	Pourquoi	Fait?	
1. Participer à une séance de formation de la CCMTGC pour les sollicitateurs	Pour se renseigner : la CCMTGC c'est quoi? Comment et quand solliciter de manière efficace? Pourquoi notre communauté a-t-elle besoin de contributions et quels sont les impacts? Comment consigner les contributions? Quel rapport le sollicitateur doit-il présenter?	OUI	NON
		Date :	
2. Planifier la stratégie de sollicitation avec votre équipe	La sollicitation devrait toujours se faire <u>avant</u> les événements spéciaux. Déterminer qui sera sollicité et quand (de 10 à 15 employés par sollicitateur). La meilleure méthode est la « sollicitation des pairs ». Parler à votre chef de campagne de votre stratégie des chefs de file car elle peut influencer sur votre stratégie de sollicitation.	OUI	NON
		Date :	
3. Faire son don en premier	Démontrer son dévouement et donner l'exemple en donnant en premier. Cela donnera plus de confiance en soi lorsque vient le temps d'approcher ses collègues.	OUI	NON
		Date :	
4. Informer vos collègues de votre rôle et de vos intentions	Se présenter formellement (voir lettre/courriel spécimen) comme sollicitateur de la CCMTGC au groupe de personnes à solliciter. Exprimer vos intentions et demander une rencontre face-à-face (bien que cela puisse sembler formel, elle confirme vos intentions et l'importance de votre sollicitation.)	OUI	NON
		Date :	
5. Bâtir sa confiance en soi	Commencer par solliciter des donateurs habituels. Quelques réussites rapides donnent de la confiance et un coup de pouce au reste de votre sollicitation.	OUI	NON
		Date :	
6. Solliciter	Solliciter tous les employés attribués, en personne. Expliquer les avantages de la CCMTGC et la raison pour laquelle vous appuyer votre communauté. Expliquer les avantages des retenues à la source. Aider à remplir le formulaire de don et s'ils sont indécis, laisser le formulaire et revenir plus tard. Remercier tout le monde, que les gens donnent ou non.	OUI	NON
		Date :	
7. Faire un rapport et évaluer	Remplir le Rapport du sollicitateur tous les jours et le remettre. Évaluer vos activités de sollicitation avec votre chef d'équipe ou de campagne.	OUI	NON
		Date :	

FOIRE AUX QUESTIONS

Q La Campagne de charité en milieu de travail du gouvernement du Canada (CCMTGC), c'est quoi?

R La CCMTGC est une occasion pour les employés et les retraités fédéraux d'appuyer des organismes de bienfaisance canadiens de manière consolidée et efficace sur le plan des coûts. Cette campagne de charité unifiée a trois grands bénéficiaires, soit Partenairesanté, votre chapitre local Centraide/United Way ainsi que les organismes de bienfaisance enregistrés canadiens.

Q Quels sont les avantages de contribuer par l'entremise de la CCMTGC?

R En contribuant par l'entremise de la CCMTGC, vous et les personnes que vous aidez bénéficiez de plusieurs avantages :

- ✓ Commodité – un seul don peut couvrir plusieurs agences et organismes appuyés
- ✓ Option des retenues à la source – des versements égaux étalés sur un an facilitent les dons
- ✓ Flexibilité – vous précisez l'organisme que vous souhaitez appuyer. À vous de décider!
- ✓

Q Pourquoi donner?

R Il y a de fortes chances que vous ou quelqu'un que vous connaissez bénéficierez d'un des milliers de services qu'offrent Partenairesanté et Centraide. En fait, environ un Canadien sur trois se prévaudra de leur aide à un moment donné.

Q Qu'arrive-t-il à ma contribution une fois que j'ai donné?

R À vous de décider. Vous pouvez diriger votre don à un chapitre local ou national de Centraide/United Way, à Partenairesanté ou à un ou plusieurs des organismes de bienfaisance enregistrés canadiens.

Partenairesanté finance de la recherche médicale, des programmes de promotion de la santé et de services aux patients; Centraide/United Way finance des programmes locaux particuliers qu'offrent des agences de services sociaux et communautaires.

Q Combien devrais-je donner?

R Cette décision est personnelle. La meilleure réponse est de parler d'impact et de suggérer des paramètres.

- Considérer avec le prospect ce que son don peut faire. Reportez-vous au « Pouvoir de votre don » au www.ccmtgc.org et parlez d'impact.
- Envisagez un don de chef de file.
- Le Centre canadien de la philanthropie suggère que les Canadiens donnent un pour cent de leur salaire annuel à des œuvres de bienfaisance.
- Donnez une heure de paye par mois (se calcule en multipliant son salaire annuel par 0,00065).

- Donnez l'équivalent (ou plus) du don moyen de votre ministère/agence.
- Augmentez votre don de l'an dernier de quelques dollars ou d'une somme équivalente à votre augmentation de salaire ou au coût de la vie.
-

Q J'aimerais contribuer, mais je ne peux pas me le permettre.

R Même de petits dons font une différence.

Saviez-vous que si vous donnez seulement **4 \$ par paye**, vous fournirez quatre heures de counselling à des victimes de violence sexuelle?

En donnant **5 \$ par paye**, vous fournirez de la documentation pour deux ateliers éducatifs destinés aux enfants dont un proche est atteint de sclérose en plaques.

Q Pourquoi mon don à la CCMTGC est-il si important pour la communauté?

R Parce beaucoup de gens dépendent de la générosité des fonctionnaires.

Q Puis-je faire un seul don pour couvrir tous les organismes et organisations?

R Bien sûr. Il s'agit là d'une des forces de la CCMTGC. Suivez les directives qui se trouvent sur le formulaire de don et vous pourrez attribuer votre don où bon vous semble.

Q Quelle proposition de ma contribution est attribuée aux frais de levée de fonds?

R Soyez rassuré : votre investissement dans la CCMTGC est traité judicieusement. Comme les frais d'exploitation sont les plus faibles en Amérique du Nord les Centraides/United Way locaux et national (qui gèrent) la CCMTGC maximisent l'impact de votre don.

Q Pourquoi certains membres de Partenairesanté et agences appuyées par Centraide/United Way organisent-ils leur propre campagne de levée de fonds?

R Les organismes et les agences qu'appuie la CCMTGC, qui sont affiliés à Partenairesanté et à Centraide/United Way, peuvent ne pas recevoir suffisamment de fonds pour leurs activités. Ils doivent alors trouver d'autres sources de financement.

Q Est-ce que les détails de mon don et mes renseignements personnels sont confidentiels?

R Oui. Tous les renseignements qui vous touchent et ceux relatifs à votre don sont confidentiels et sont conservés par la CCMTGC.

Q Que faire si je change d'idée pour mon don?

R Vous pouvez modifier votre don en communiquant, par écrit, avec votre service de paye.

Q Que se produit-il si je prends ma retraite? (Prière de noter que votre don par l'entremise des retenues à la source cessera. Veuillez nous communiquer au 1-877-379-6070. Il nous fera plaisir de vous donner plus d'information).

R Vous pouvez procéder de deux façons pour continuer votre appui communautaire :

- Vous pouvez régler le solde en un montant forfaitaire OU
- Vous pouvez convertir votre don en retenues sur votre chèque de pension. Consultez votre bureau de paye à cet égard.

Consultez le www.ccmtgc.org pour un complément d'information sur le programme des retraités.

Q Que se produit-il si je change d'emploi?

R Vous pouvez régler le solde en un montant forfaitaire ou renouveler votre dans votre nouveau milieu de travail. Si vous changez de ministère (fédéral), consultez votre bureau de paye pour veiller à ce que les retenues continuent comme d'habitude.

Q Le programme des représentants délégués, c'est quoi?

R Le programme des représentants délégués est une opportunité de perfectionnement professionnel auprès de Centraide, dans le cadre de laquelle des employés fédéraux sont affectés au bureau de la campagne pendant une période de 16 semaines. Pour un complément d'information sur ce programme, visitez le www.ccmtgc.org.

Pour d'autres messages qui vous aideront à répondre aux questions, visitez le www.gcwcc.org et cliquez sur FAQ.

Le formulaire de don

Le formulaire de don de la CCMTGC a été conçu de manière à offrir des options de don claires et précises.

- Partie principale (haut) Doit être cheminée aux bureaux de la CCMTGC
- Partie détachable (bas) Service de la paye (**pour les retenues à la source seulement**)
Le donateur peut la conserver s'il ne choisit pas les retenues à la source.

LE FORMULAIRE DE DON COMPREND QUATRE GRANDES SECTIONS :

1. Nom, adresse et autres renseignements

Inscrire l'identification pour la paye, adresse au domicile (exigence de l'Agence du revenu du Canada). Le sollicitateur ajoutera son numéro, le cas échéant.

2. Montant du don et méthode de paiement

Tout d'abord, le donateur doit inscrire le montant total de son don et cocher le mode de paiement choisi. Le donateur peut choisir plusieurs méthodes de paiement, mais elles doivent être clairement identifiées.

- Retenues à la source :** le donateur doit indiquer le montant de son don par période de paye. Veiller à ce que le montant du don soit divisible par le nombre de périodes de paye (p. ex. 1 014 \$ / 26 = 39,00 \$ par paye).
- Chèque :** libeller le chèque à l'ordre de « Campagne de charité en milieu de travail du Gouvernement du Canada » et le joindre au formulaire de don.
- Chèque(s) postdaté(s) :** libeller le/les chèque(s) à l'ordre de « Centraide — Campagne de charité en milieu de travail du Gouvernement du Canada » et le(s) joindre au formulaire de don.
- Espèces :** joindre l'argent dans une enveloppe au formulaire de don.
- Carte de crédit :**
Indiquer le type de carte de crédit, le nom du détenteur, le numéro, et la date d'expiration de la carte de crédit et le numéro de téléphone.
Les donateurs peuvent choisir un paiement forfaitaire ou 12 mensualités. Si un montant forfaitaire est choisi, il sera traité dès que Centraide/United Way l'aura reçu. Si 12 mensualités sont choisies, les mensualités débiteront le 15^e jour de chaque mois à partir du mois de janvier de l'année suivante.

3. Signature du donateur

La signature du donateur et la date sont obligatoires pour tout le monde.

4. Choix du donateur

Le donateur doit indiquer à qui il souhaite diriger son don : Centraide/United Way, Partenairesanté ou d'autres organismes de bienfaisance canadiens enregistrés ou une combinaison de ces organismes.

LA CASE A - Centraide/United Way

Le donateur peut diriger son don vers un ou plusieurs programmes d'impact Centraide/United Way au Canada. Le code approprié se trouve à l'endos du formulaire de don.

Le donateur peut aussi choisir de :

- laisser Centraide le distribuer là où les besoins sont les plus grands afin de fournir l'appui le plus large et d'aider le plus grand nombre de personnes possibles (Fonds communautaire);
- venir en aide à un ou plusieurs secteurs de services (enfants et jeunes; victimes de mauvais traitements; services visant à soulager la pauvreté; aînés; familles);
- Si le donateur choisit de donner à plus d'un bureau Centraide/United Way, il doit remplir un formulaire par bureau Centraide/United Way choisi.

LA CASE B - Partenairesanté

- Diriger le don au Fonds Partenairesanté qui le distribuera à tous ses membres.

OU

Diriger le don à un ou plusieurs organismes membres de Partenairesanté. (Pour la liste d'organismes, se reporter à la brochure de la CCMTGC.)

LA CASE C - Autres organismes de bienfaisance canadiens enregistrés

- Diriger le don directement vers un ou plusieurs des organismes de bienfaisance canadiens enregistrés de son choix. Il faut indiquer le nom exact et l'adresse complète de l'organisme, puisque les noms se ressemblent et que certains organismes ont plusieurs bureaux.
- Ces organismes doivent être enregistrés auprès de l'Agence du revenu du Canada et vous devez indiquer le numéro d'enregistrement (que vous pouvez obtenir en composant 1-888-892-5667 ou en visitant son site Web au www.cra-arc.gc.ca).
- Un don minimal par organisme est requis pour que la CCMTGC puisse accepter le don. Veuillez consulter votre Centraide local.

S'assurer que les montants reportés au haut du formulaire de don reflètent les dons des cases A, B et C. Les formulaires de don non utilisés doivent être retournés à votre chef d'équipe ou au chef de campagne.

Une personne a été sollicitée lorsqu'elle a contribué ou qu'elle a formellement refusé de ne pas contribuer.

Le pouvoir des retenues à la source

Le programme des retenues à la source présente des avantages certains pour la campagne et le donateur. Elles sont simples et surtout très efficaces. Les retenues à la source gagnent en popularité.

Comment fonctionnent-elles?

Il faut tout simplement s'assurer que le donateur inscrive le montant de sa contribution sur le formulaire de don, coche la case des retenues à la source, remplisse le numéro de feuille de paye, inscrive son adresse postale et signe le formulaire. Les retenues se font ensuite automatiquement, de janvier à décembre l'année suivante.

Le bureau de paye traite les retenues à la source de la même manière que les autres retenues de l'employé, notamment l'assurance-emploi et les cotisations de pension.

Comment et quand dois-je faire la promotion des retenues à la source?

Le meilleur moment de faire la promotion des retenues à la source est lorsque vous rencontrez un prospect pour la première fois et que vous expliquez les méthodes de paiement mentionnées sur le formulaire de don. Assurez-vous de démontrer qu'elles sont vraiment la méthode de choix et cela sera beaucoup plus facile.

Soulignez les avantages suivants :

1. Les retenues à la source ont une incidence minime sur la planification budgétaire puisque les versements sont étalés sur une période d'un an.
2. Les contributions figurent sur le relevé T4, donc il n'est pas nécessaire de se soucier de reçus supplémentaires.
3. La consolidation des dons : un formulaire, une fois par année.

Rappelez-vous que les gens ont tendance à être plus généreux lorsqu'ils réalisent que leur contribution totale est étalée sur une année entière. Les retenues à la source sont excellentes pour tout le monde.

Pour les **donateurs**, elles ont peu d'impact sur le budget. Les paiements se font par versements et le don figure sur le relevé T4.

Pour les **solliciteurs**, les retenues à la source facilitent les rapports et les suivis, et éliminent le comptant et les chèques personnels.

Pour l'**employeur**, les retenues à la source témoignent d'un engagement concret envers la campagne.

Pour **Partenairesanté et Centraide/United Way**, des dons plus élevés signifient qu'ils auront davantage d'argent à consacrer à des programmes et à des services.

Les dons de chefs de file

Les chefs de file sont des donateurs qui donnent à la campagne au niveau de chef de file dans une même année. Leur générosité est également une source de leadership et d'inspiration. Ils peuvent influencer et guider des pairs pour qu'eux aussi aient un impact important dans leur communauté. Puisque les chefs de file se retrouvent dans différents groupes (postes et salaires), ils font souvent partie de la stratégie de sollicitation. Pour connaître ce que sont vos stratégies de chefs de file, consultez votre chef de campagne.

Un de vos grands rôles est d'inciter les donateurs à devenir des chefs de file. Vous pouvez le faire en soulignant certains des avantages :

- Avantages fiscaux : grâce aux avantages fiscaux des retenues à la source, les donateurs peuvent penser que les dons de chef de file ne sont pas aussi élevés qu'ils le semblent. En fait, le coût total d'un don de chef de file est réduit de façon significative lorsqu'on tient compte des avantages fiscaux et de la province de résidence. Un don de 1 000 \$ pourrait coûter aussi peu que 635 \$, soit 24 \$ par paye.
- Impact important : un don de 1 000 \$ par année permet à trois enfants de 8 à 12 ans dont un parent est toxicomane de recevoir du counselling et un soutien.

Le rapport du solliciteur

Le rapport du solliciteur est un document clé utilisé pour le contrôle interne des contributions et pour les consultations futures. Ce rapport fournit de l'information sur le nombre de donateurs par rapport au nombre de personnes sollicitées, des données utiles pour les résultats progressifs de la campagne et pour l'analyse ultérieure des résultats de la campagne.

Vous devrez remplir un rapport tous les jours et le remettre à votre chef d'équipe ou chef de campagne, accompagné des formulaires, du comptant et/ou des chèques que vous aurez recueillis. Une fois approuvé et signé, conservez-en une copie pour vos dossiers.

Reçus d'impôt

L'émission de reçus d'impôt dépend du type de contribution. Pour les retenues à la source, le montant total du don sera inscrit automatiquement sur le relevé T4, ce qui signifie que la CCMTGC n'émet pas de reçu pour fins d'impôt.

Pour le comptant, les chèques, les chèques postdatés et les paiements forfaitaires par carte de crédit, des reçus sont émis pour tous les dons supérieurs à 20 \$. (Veuillez consulter votre Centraide local pour obtenir plus d'information auprès de leurs directives). Il faut s'assurer que les donateurs inscrivent leur adresse personnelle (domicile) sur le formulaire de don pour qu'ils puissent recevoir leur reçu d'impôt.

Outils de la campagne

Bureau des conférenciers

La CCMTGC offre des conférenciers bénévoles de Centraide/United Way et de Partenairesanté, francophones comme anglophones. Tous possèdent une expérience de première main au niveau des services précieux qu'offrent Centraide/United Way et Partenairesanté à la population de la RCN. Plusieurs de nos conférenciers bénévoles ont directement bénéficié des services d'agences membres de Centraide/United Way ou d'organisations membres de Partenairesanté – et ils parlent du fond de leur cœur.

Les conférenciers sont disponibles tout au long de l'année. Nous recommandons de réserver leurs services le plus longtemps possible à l'avance, afin de nous permettre de trouver un conférencier qui répondra le mieux possible à vos besoins. Les sujets de présentation les plus populaires comprennent notamment les besoins des jeunes ou des personnes âgées, le counseling et la défense des droits, les programmes qui répondent à des besoins spéciaux, les programmes de recherche médicale et d'éducation en matière de santé. Des renseignements complets sont disponibles en ligne www.ccmtgc.org.

Bureau des conférenciers pour les chefs de file

Le bureau des conférenciers pour les chefs de file offre une variété de conférenciers qui peuvent faire un discours à une réunion du personnel, à une rencontre pour la haute-gestion ou à un événement qui souligne les chefs de file de votre ministère ou agence. Ces conférenciers sont eux-mêmes des chefs de file et peuvent promouvoir la capacité de donner à un plus haut niveau. Ces conférenciers connaissent très bien les éléments positifs de devenir chef de file, ainsi que les besoins communautaires. Ils sont donc en mesure de promouvoir le programme des chefs de file et de motiver les employés à vouloir faire une contribution à la campagne.

Tournées « Le voir, c'est le croire » (Consultez votre gestionnaire de la CCMTGC)

Les tournées Le voir, c'est le croire (LVCLC) sont d'excellentes occasions de rendre visite à des agences et organisations subventionnées par Centraide/United Way et Partenairesanté, et de constater sur place comment vos dons aident des gens de notre communauté. Veuillez consulter votre gestionnaire de la CCMTGC pour vous procurer les dates et les emplacements des prochaines tournées.

Plusieurs ministères organisent également leurs propres tournées Le voir, c'est le croire à l'intention de leurs bénévoles de campagne. Ces tournées peuvent parfois se faire à pied en visitant des agences des environs, permettant ainsi d'économiser temps et argent.

Nous vous encourageons fortement, ainsi que les bénévoles de campagne de votre ministère ou de votre agence, à vous inscrire à des tournées Le voir, c'est le croire et, comme le nombre de sièges est limité, de le faire dès que possible.

Journée d'entraide (Consultez votre gestionnaire de la CCMTGC)

Une autre expérience enrichissante, pour les bénévoles de campagne ou le personnel d'un ministère, est de participer à la Journée d'entraide (JDE). La JDE réunit des équipes de personnes provenant de plusieurs milieux de travail du secteur public et privé, et les assigne à une agence spécifique ou à un projet communautaire que ces équipes vont aider pendant une journée. Comme les participants sont regroupés en équipes, cette journée

constitue une excellente occasion de constituer un esprit de corps pour les équipes de campagne ou les employés d'un même milieu de travail. Les participants individuels et les petits groupes de personnes peuvent aussi être intégrés à d'autres participants pour former une équipe complète.

Les participants se rencontrent le matin, rencontrent les autres équipes, déjeunent, reçoivent leur assignation et y reviennent en fin de journée pour partager leurs expériences.

Nous vous recommandons chaudement cette activité, et vous invitons à vous y inscrire dès que possible afin de réserver les places de vos équipes. Veuillez consulter en ligne la liste des événements pour obtenir les dates finales, ou communiquer avec votre gérant de la CCMTGC pour vous procurer plus de renseignements.

Prix de la CCMTGC

La CCMTGC possède un certain nombre de prix et de programmes de reconnaissance qui ont pour but d'attirer l'attention sur les contributions exceptionnelles d'employés et de retraités fédéraux envers leurs communautés. Ces outils peuvent servir à motiver et encourager les dons de bienfaisance, ainsi que les engagements envers la campagne et envers la communauté. Les agents des communications peuvent faire la promotion de ces prix et des personnes honorées à l'occasion d'événements, dans les bulletins et dans d'autres véhicules de communication. On les encourage à soumettre les noms de candidats possibles à l'équipe de la CCMTGC. Voici les prix et les programmes de reconnaissance qui existent présentement:

Prix de reconnaissance communautaire de la CCMTGC (PRC)

Bien que l'on associe souvent la CCMTGC à la levée de fonds, il est bien évident que l'argent ne suffit pas à créer des communautés fortes, saines et en santé.

Les employés et retraités fédéraux comptent parmi les bénévoles et supporteurs communautaires les plus actifs et les plus engagés de la RCN. En 2004, la CCMTGC a lancé un nouveau programme de prix qui honore les « héros méconnus » parmi nous. Le Prix de reconnaissance communautaire (PRC) est remis à des employés et retraités fédéraux ayant servi les autres et leur communauté au-delà de toute attente.

Généralement, les PRC sont remis au cours de présentations surprises qui ont lieu dans le milieu de travail ou à l'organisation bénévole du récipiendaire. Le personnel de la CCMTGC travaille avec ses collègues, sa famille et ses amis pour veiller à ce que la présentation d'avère bien spéciale pour la personne honorée. Des bénévoles séniors de la CCMTGC participent souvent à ces présentations, au cours desquelles le récipiendaire reçoit une plaque.

Connaissez-vous des employés ou retraités fédéraux qui, selon vous, sont dignes de recevoir un PRC? (Veuillez consulter votre gestionnaire de la CCMTGC)

Le Prix Mitchell Sharp pour service méritoire de la CCMTGC

Le Prix Mitchell Sharp pour service méritoire de la CCMTGC rend hommage à un retraité fédéral dont la vie entière de service envers la communauté et le pays constitue un exemple édifiant de détermination, de générosité et d'engagement envers les autres. Ce prix a été créé à la mémoire de feu Mitchell Sharp, un des fonctionnaires les plus connus de notre pays qui, même une fois à la retraite, a continué de se consacrer à notre pays et au bien-être de sa population. (Consultez votre gestionnaire de la CCMTGC)

Prix de réalisations de campagne

À la fin de chaque campagne, on rend hommage aux ministères et aux agences qui ont contribué de façon exceptionnelle à la CCMTGC. Pendant la Soirée de clôture, une série de prix sont présentés dans différentes catégories. Veuillez consulter la section « Prix » du site www.ccmtgc.org pour la liste complète des prix disponibles, ainsi que des façons dont votre agence ou ministère pourrait se qualifier.

Coche-santé

Le programme Coche-santé de Partenairesanté est un programme éducatif gratuit, conçu pour aider les gens à prendre conscience de leur santé et leur montrer comment de simples changements à leurs habitudes de vie peuvent faire une différence importante. Coche-santé est offert aux employés du gouvernement du Canada, dans leur milieu de travail, et ne nécessite que 20 minutes. Les gens sont invités à participer en visitant un kiosque Coche-santé, là où ils trouveront de tout au sujet de leur santé, depuis leur pression sanguine jusqu'à des conseils en nutrition. D'autres renseignements en matière de santé sont également offerts pour les aider à mieux se renseigner sur des modes de vie sains.

Pour réserver l'installation d'un kiosque Coche-santé à votre bureau, veuillez communiquer avec Partenairesanté en composant le (613) 562-1469 ou en expédiant un courriel à info@PARTENAIRESANTE.ca. Comme les kiosques sont disponibles sur la base du premier arrivé, premier servi, faites vos réservations dès que possible!

CCMTGC.org

Pour tout autre information, ainsi que des mises à jour pour la campagne, veuillez visitez le site Web pour la CCMTGC : www.ccmtgc.org

Profil des organismes récipiendaires

Partenairesanté/Healthpartners

www.Healthpartners.ca



La santé nous touche tous

Mères. Pères. Fils. Filles. Amis. Collègues. Tous sont touchés personnellement et directement par leurs propres problèmes de santé ou par ceux des êtres qui leur sont chers. Ce phénomène n'est pas lié à l'âge. Que ce soit des personnes d'une vingtaine d'années dans les enfants souffrent de maladies infantiles ou des retraités souffrant de maladies liées au vieillissement, les problèmes de santé nous touchent tous.

Partenairesanté/Healthpartners offre aux employés et aux retraités fédéraux l'occasion d'investir dans des recherches de pointe, des programmes locaux et des services critiques basés dans la communauté, par le biais de son partenariat unique de 16 des organismes de bienfaisance du domaine de la santé les mieux connus au Canada.

Choisissez la santé. Quand vous choisissez Partenairesanté/Healthpartners, vous avez une chance unique de faire une différence. Partenairesanté/Healthpartners vous permet d'investir dans votre santé, la santé de ceux que vous aimez et la santé de tous les Canadiens et Canadiennes.

Merci de votre appui!

Nos membres

L'Association canadienne du diabète, L'Association pulmonaire, Dystrophie musculaire Canada, La Fondation canadienne de la fibrose kystique, La Fondation canadienne des maladies inflammatoires de l'intestin, La Fondation canadienne du foie, La fondation canadienne du rein, La Fondation des maladies du cœur du Canada, La Société Alzheimer du Canada, La Société canadienne de l'hémophilie, La Société canadienne de la sclérose en plaques, La Société canadienne de la SLA, La Société canadienne du cancer, La Société d'arthrite, La Société Huntington du Canada, La Société Parkinson Canada

PROFIL DES ORGANISMES MEMBRES DE PARTENAIRESANTÉ

La population vieillissante d'aujourd'hui signifie qu'un nombre croissant de Canadiens souffre de maladies liées au vieillissement. Par contre, de nombreuses maladies sont indifférentes à l'âge.

L'**Association canadienne du diabète** fait la promotion de la santé des Canadiens par la recherche sur le diabète, des initiatives de sensibilisation, des services et la défense des droits. Reconnue à l'échelle internationale comme une autorité sur le diabète, l'Association offre aux Canadiens l'appui dont ils ont besoin, investit dans la recherche et cherche à empêcher que le diabète ne surcharge notre système de santé. Nos réussites comprennent de nouveaux programmes, de meilleurs partenariats, une plus grande sensibilisation et plus de ressources pour les professionnels de la santé. Renseignements : 1-800-BANTING (226-8464) ou www.diabetes.ca

L'**Association pulmonaire** s'emploie, depuis plus de 100 ans, à promouvoir et à améliorer la santé pulmonaire des Canadiens. Les dons du public appuient la recherche sur la santé pulmonaire, la sensibilisation, la prévention et la représentation dans ce domaine. Nous mettons l'accent sur l'asthme, l'emphysème, la bronchite, l'apnée du sommeil, la tuberculose, la grippe etc. Renseignements : 1-888-566-LUNG ou www.poumon.ca

Dystrophie musculaire Canada vient en aide aux Canadiens atteints de l'une des plus de 100 maladies neuromusculaires connues, dont la dystrophie musculaire et l'amyotrophie spinale. L'Association vise essentiellement à éliminer les maladies neuromusculaires par le truchement de la recherche, les services à la clientèle et la sensibilisation du public. Renseignements : 1-800-567-2873 ou www.acdm.ca

La **Fondation canadienne de la fibrose kystique (FCFK)** est vouée à trouver un moyen de guérir ou de maîtriser la fibrose kystique (FK), une maladie héréditaire mortelle qui touche le système digestif et les appareils respiratoire et reproducteur. Les programmes de la FCFK ont contribué à une augmentation marquée de l'âge médian de survie des Canadiens atteints de FK (de 4 ans en 1960 à plus de 35 ans aujourd'hui). Information : 1-800-378-2233 ou www.fibrosekystique.ca

La **Fondation canadienne des maladies inflammatoires de l'intestin** est fermement engagée à trouver un traitement curatif pour la maladie de Crohn et la colite ulcéreuse, deux maladies chroniques du système digestif qui affectent l'intestin grêle et le côlon et qu'on désigne aussi sous le nom de maladies inflammatoires de l'intestin. Environ 170 000 Canadiens et Canadiennes de tout âge sont atteints de ces maladies. Renseignements : 1-800-387-1479 ou www.ccfc.ca

La **Fondation canadienne du foie** a été la première organisation au monde à appuyer la recherche et à l'éducation sur les causes, les diagnostics, la prévention et le traitement des maladies du foie. On estime qu'au Canada, une personne sur 10 souffre d'une des plus de 100 formes de maladie hépatique. Renseignements : 1-800-563-5483 ou www.liver.ca

La **fondation canadienne du rein** est l'organisme national bénévole dont l'objectif est d'alléger le fardeau que représente les maladies rénales pour les personnes atteintes, leurs familles et la société en général, en finançant et en favorisant des recherches innovatrices; en offrant des programmes éducatifs et de soutien; en facilitant l'accès à des soins de santé de haute qualité; en sensibilisant le public à l'importance de maintenir les reins en bonne santé et de consentir au don d'organes. Renseignements : 1-800-361-7494 ou <http://www.rein.ca/>

La **Fondation des maladies du cœur du Canada** est la principale source de financement pour la recherche sur les maladies du cœur du Canada. La Fondation s'est donnée pour mission de réduire l'incidence des incapacités et des décès causés par les maladies cardiovasculaires et les accidents vasculaires cérébraux en favorisant la recherche, la promotion de la santé et les représentations en faveur de la santé. Renseignements: 1-888-HSF-INFO ou www.fmcoeur.ca

La **Société Alzheimer du Canada** établit, élabore et soutient les priorités nationales qui permettent à ses membres d'alléger efficacement les conséquences personnelles et sociales de la maladie d'Alzheimer et des affections connexes, favorise la recherche et joue un rôle de premier plan pour trouver une guérison. Renseignements : 1-800-616-8816 ou www.alzheimer.ca

La **Société canadienne de l'hémophilie (SCH)** travaille à améliorer l'état de santé et la qualité de vie de toutes les personnes atteintes de troubles héréditaires de la coagulation et à trouver un remède définitif à ces maladies. La SCH s'engage à sensibiliser davantage la population à la prévalence des troubles de coagulation, à fournir de l'information et un soutien, à veiller à que des diagnostics et des traitements convenables soient disponibles, à financer la recherche pour améliorer la qualité de vie des personnes atteintes de troubles de la coagulation et de trouver éventuellement un remède définitif. Renseignements : 1-800-668-2686 ou www.hemophilia.ca

La **Société canadienne de la sclérose en plaques (SCSP)** offre des services aux quelque 50 000 personnes atteintes de SP au Canada ainsi qu'à leur famille. Elle finance également de la recherche médicale afin d'identifier les causes de la sclérose en plaques et de trouver des moyens de prévention, des traitements et des solutions définitives à la maladie. La Société déploie également des programmes de relations gouvernementales et d'éducation populaire. Renseignements : 1-800-268-7582 ou www.mssoc.ca

La **Société canadienne de la SLA** est vouée à découvrir un moyen de guérir ou de traiter efficacement cette affection, également connue sous le nom de maladie de Lou Gehrig. La Société subventionne la recherche sur les causes et les traitements de la maladie, mène des activités d'éducation et de sensibilisation et apporte son soutien aux patients ainsi qu'à leur famille et leurs soignants. Renseignements : 1-800-267-4257 ou www.als.ca

La **Société canadienne du cancer** est un organisme bénévole national, à caractère communautaire, dont la mission est l'éradication du cancer et l'amélioration de la qualité de vie des personnes touchées par le cancer. La Société canadienne du cancer poursuit sa mission en finançant la recherche, la diffusion d'information, les services offerts aux patients et les pressions qu'elle exerce auprès des gouvernements. Deux Canadiens sur cinq souffriront d'une forme quelconque de cancer au cours de leur vie. Renseignements : 1-888-939-3333 ou www.cancer.ca

La **Société d'arthrite** offre des programmes de sensibilisation sur l'arthrite, un soutien communautaire et des solutions basées sur la recherche à plus de quatre millions de Canadiens arthritiques, et en fait la promotion. Depuis sa création en 1948, La Société a contribué quelque 140 millions \$ à la recherche sur l'arthrite afin de trouver de meilleurs traitements et, éventuellement, trouver une solution définitive à cette maladie débilante. Renseignements : 1-800-321-1433 ou www.arthritis.ca

La **Société Huntington du Canada** s'emploie à trouver un moyen de traiter et de guérir les personnes atteintes de la maladie de Huntington, en misant sur la recherche, les services et l'éducation. La maladie de Huntington est un trouble neurologique héréditaire et fatal, qui s'accompagne de symptômes allant de mouvements incontrôlables à l'affaiblissement intellectuel. Cette maladie touche une personne sur mille au Canada. Renseignements : 1-800-998-7398 ou www.hsc-ca.org

La **Société Parkinson Canada** est le porte-parole de près de 100 000 Canadiens et Canadiennes atteints de la maladie de Parkinson. Son objectif est de favoriser la recherche et l'éducation dans le secteur, de défendre les intérêts de ces personnes, et de leur fournir un appui sous forme de services et autres. La maladie de Parkinson est une affection dégénérative causée par un manque de dopamine dans le cerveau. La dopamine, une substance chimique libérée par l'organisme, permet la transmission de messages entre les cellules nerveuses puis aux muscles, afin de faciliter le mouvement. Renseignements : 1(800) 565-3000 ou www.parkinson.ca

Rôles et responsabilités de Partenairesanté/Healthpartners en qualité de bénéficiaire

Les membres de Partenairesanté/Healthpartners appuient la campagne annuelle par l'entremise de coordonnateurs locaux. Ils sont encouragés à nouer des liens avec les gestionnaires locaux de la CCMTGC afin d'assurer leur participation aux événements et activités de la campagne. Ils sont une personne-ressource des 16 organismes membres et coordonnent toutes les demandes liées aux événements de campagne, au bureau des conférenciers, aux kiosques et aux COCHE SANTÉ. Ils sont responsables de recruter, former, organiser et coordonner les bénévoles de Partenairesanté/Healthpartners.

Coordonnateurs Partenairesanté/Healthpartners :

- Représenter les intérêts des 16 organismes membres de Partenairesanté/Healthpartners auprès de la CCMTGC locale
- Collaborer efficacement avec les gestionnaires Centraide de la CCMTGC durant la campagne
- Fournir des conférenciers Partenairesanté/Healthpartners lors de la formation des sollicitateurs
- Fournir de l'information et du matériel Partenairesanté/Healthpartners aux gestionnaires de la CCMTGC, aux employés fédéraux et aux bénévoles
- Gérer le Bureau des conférenciers de Partenairesanté/Healthpartners, y compris trouver des conférenciers
- Organiser les kiosques et les COCHE SANTÉ

Dans certaines régions, les membres de Partenairesanté/Healthpartners peuvent aussi des organismes membres de Centraide/United Way ou obtenir un financement de programme de la part de Centraide/United Way (p. ex. La Société d'arthrite et la Société canadienne de la sclérose en plaques). Les désignations directes par les donateurs sont permises, mais elles ne peuvent pas recevoir une partie des fonds non désignés de Partenairesanté/Healthpartners. Dans de tels cas, le financement ne sera disponible que d'une seule source, soit les affectations de Centraide/United Way soit celles de Partenairesanté/Healthpartners (mais pas les deux).

Bureau des conférenciers

Partenairesanté/Healthpartners offre également un programme dans le cadre duquel des conférenciers bénévoles se rendent dans les milieux de travail pour parler de leur expérience personnelle. Certains de ces conférenciers ont eux-mêmes connu la maladie, et d'autres ont un membre de leur famille ou des amis qui bénéficient de nouveaux traitements ou de services de soutien d'un de nos organismes membres.

En partageant ainsi leur expérience, nos conférenciers donnent un visage humain à l'idée qu'on se fait de la maladie. Ces personnes sont bien placées pour parler des difficultés réelles qu'entraîne la maladie et de l'aide que leur fournissent les organismes membres de Partenairesanté/Healthpartners.

Le Bureau des conférenciers appuie également les activités de souscription en milieu de travail et contribue à renseigner les Canadiens sur les questions de santé. Durant la campagne, il est possible d'inviter des conférenciers à prendre la parole devant des groupes d'employés, des donateurs, des sollicitateurs et des personnes travaillant pour la campagne, ou devant tout autre groupe.

Pour réserver un conférencier, veuillez contacter votre gestionnaire local Centraide/United Way.

COCHE SANTÉ

Partenairesanté/Healthpartners fait la promotion active de la santé dans les milieux de travail canadiens en employant une méthode unique et amusante. Notre santé est un de nos actifs les plus précieux et nous tenons à maintenir le bien-être de tous les Canadiens et Canadiennes.

L'outil COCHE SANTÉ est un programme éducatif gratuit qui permet aux gens d'être plus conscients de leur santé et de démontrer que des changements simples à son mode de vie peuvent faire une vraie différence. Il s'agit de kiosques interactifs qui fournissent de l'information sur les activités physiques, la gestion du stress et les choix alimentaires. Nos bénévoles dispensent le programme dans votre milieu de travail.

Durant la campagne, les COCHE SANTÉ sont offertes aux employés fédéraux, dans leur milieu de travail. Pour réserver une COCHE SANTÉ, veuillez contacter gestionnaire Centraide/United Way local.



United Way Centraide

Centraide/United Way s'emploie à bâtir des communautés fortes, saines et sécuritaires pour tous. Grâce à votre appui et à l'aide de milliers de bénévoles, nous réunissons les gens pour trouver des solutions aux besoins à court et à long terme de votre communauté.

Lorsque vous faites un don à Centraide/United Way, vous aurez la certitude que votre don sera investi là où le besoin est le plus grand et où il aura le plus grand impact dans votre communauté.

Pour un complément d'information sur les programmes, projets, initiatives et partenariats que nous offrons chez vous, veuillez contacter votre Centraide/United Way local.

ROLES ET RESPONSABILITES DES GESTIONNAIRES DE LA CCMTGC (BUREAUX LOCAUX CENTRAIDE/UNITED WAY)

1) Respecter les principes concernant les droits des donateurs

- La *Déclaration de principes concernant les droits des donateurs* a été approuvée par les membres de Centraide Canada - United Way of Canada lors de son assemblée générale annuelle de mars 1998. Les bureaux membres de Centraide/United Way doivent aussi l'observer. Voir l'annexe 1.
- Ce document stipule clairement que le donateur a « *Le droit de s'attendre à ce que l'organisme n'échange ni ne vende la liste d'adresses sur laquelle apparaît son nom, sans qu'une possibilité de s'y opposer ne lui soit offerte.* » Les listes de donateurs ne peuvent donc ni être vendues ni être données à quelque organisme que ce soit, y compris à Centraide/United Way et à Partenairesanté/Healthpartners. **Si Partenairesanté/Healthpartners désire envoyer une lettre de remerciement à ses donateurs, il doit s'organiser avec le gestionnaire de la campagne de la CCMTGC pour coordonner le tout.**

2) Planifier, organiser et gérer votre campagne locale de la CCMTGC

- Nommer un responsable de levée de fonds de Centraide/United Way qui prendra en charge les

campagnes ministérielles de la CCMTGC.

- Sensibiliser les employés fédéraux au concept de la CCMTGC.
- Gérer le Bureau des conférenciers (conférenciers de Centraide/United Way et de Partenairesanté/Healthpartners).

3) Entretenir des relations avec les coordonnateurs provinciaux de Partenairesanté/Healthpartners

- Initier et entretenir des relations avec les coordonnateurs provinciaux de Partenairesanté/Healthpartners.
- S'assurer que les représentants de Partenairesanté/Healthpartners sont invités à participer à des séances de formation et à des événements spéciaux importants durant la CCMTGC.
- Tenir des relevés exacts de toutes les communications avec les représentants de Partenairesanté/Healthpartners.
- Tous les printemps, le bureau national de Partenairesanté/Healthpartners fournira au Bureau national de la CCMTGC des listes à jour de ses représentants provinciaux et locaux. Cette liste sera ensuite acheminée aux gestionnaires de la CCMTGC. En qualité de gestionnaire de campagne, Centraide/United Way doit être proactive et initier les contacts avec ses représentants locaux de Partenairesanté/Healthpartners, et entretenir de bonnes relations avec eux.
- Partenairesanté/Healthpartners est un bénéficiaire désigné. Ses membres fournissent d'importants services en matière de santé à nos communautés. En adoptant une approche de collaboration, nous (Centraide/United Way et Partenairesanté/Healthpartners) augmentons nos chances de recueillir davantage de fonds et d'améliorer la qualité de vie de nos communautés.

4) Communiquer les résultats

- Produire et remettre au Bureau national de la CCMTGC un **rapport final exact** des résultats de votre CCMTGC locale au plus tard le **31 janvier** de chaque année. Veuillez consulter le modèle de rapport que vous a remis le Bureau national de la CCMTGC. Ces rapports sont importants pour calculer la partie des dépenses qui vous est attribuée proportionnellement aux revenus (voir annexes 3 et 4) et pour rendre compte des résultats au Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada.
- Remettre tous les fonds de Partenairesanté/Healthpartners au Bureau national de la CCMTGC en temps opportun.
- Suivre toutes les exigences exposées dans la section portant sur les procédures financières (désignations.)

5) Entretenir des relations avec la communauté locale des retraités

- Pour un complément d'information, reportez-vous à la section sur la campagne des retraités fédéraux

6) Résoudre les problèmes

- Les gestionnaires de la CCMTGC devraient tenter de résoudre les conflits dans un esprit de collaboration. Si un problème nécessite l'intervention du bureau national de la CCMTGC, veuillez en informer immédiatement le directeur principal ou le gestionnaire de campagne, CCMTGC nationale, qui effectuera un suivi.

Conclusion

Une partie du mandat de Centraide/United Way consiste à gérer la campagne fédérale de manière professionnelle. Tous les gestionnaires de la CCMTGC sont redevables des fonds recueillis, des frais de levée de fonds ainsi que de la portée et de la gestion de la campagne au Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada, aux donateurs et aux bénéficiaires.

La sollicitation en milieu de travail fédéral est un privilège conféré par le Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada, l'employeur. Les gestionnaires de la CCMTGC doivent donc veiller à ce que la CCMTGC soit administrée de façon professionnelle.