



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

Guide du Coordonnateur D'une Direction Générale



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	2
Organigramme.....	4
Coordonnateur de direction générale et/ou chef d'équipe	5
La formation d'une équipe dynamique	6
Le coordonnateur de direction générale	7
Liste de contrôle du coordonnateur de direction générale – les étapes de la réussite	8
Le chef d'équipe.....	9
Établissement d'un plan d'action en cinq étapes	10
Étape 1 Recruter les sollicitateurs	10
Étape 2 Fixer vos objectifs et établir vos stratégies de campagne.....	11
Étape 3 La sollicitation	13
Étape 4 Suivez la campagne de près et faites-en rapport.....	14
Étape 5 Dites merci et évaluez.....	15
Après la campagne	16
Les sept étapes d'une sollicitation réussie	17
Foire aux questions	18
Le formulaire de don	21
Outils de la campagne	23
Profil des organismes récipiendaires	24
Partenairesanté/Healthpartners.....	24
Centraide/United Way Canada	27

L'information sur Partenairesanté, et 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 :

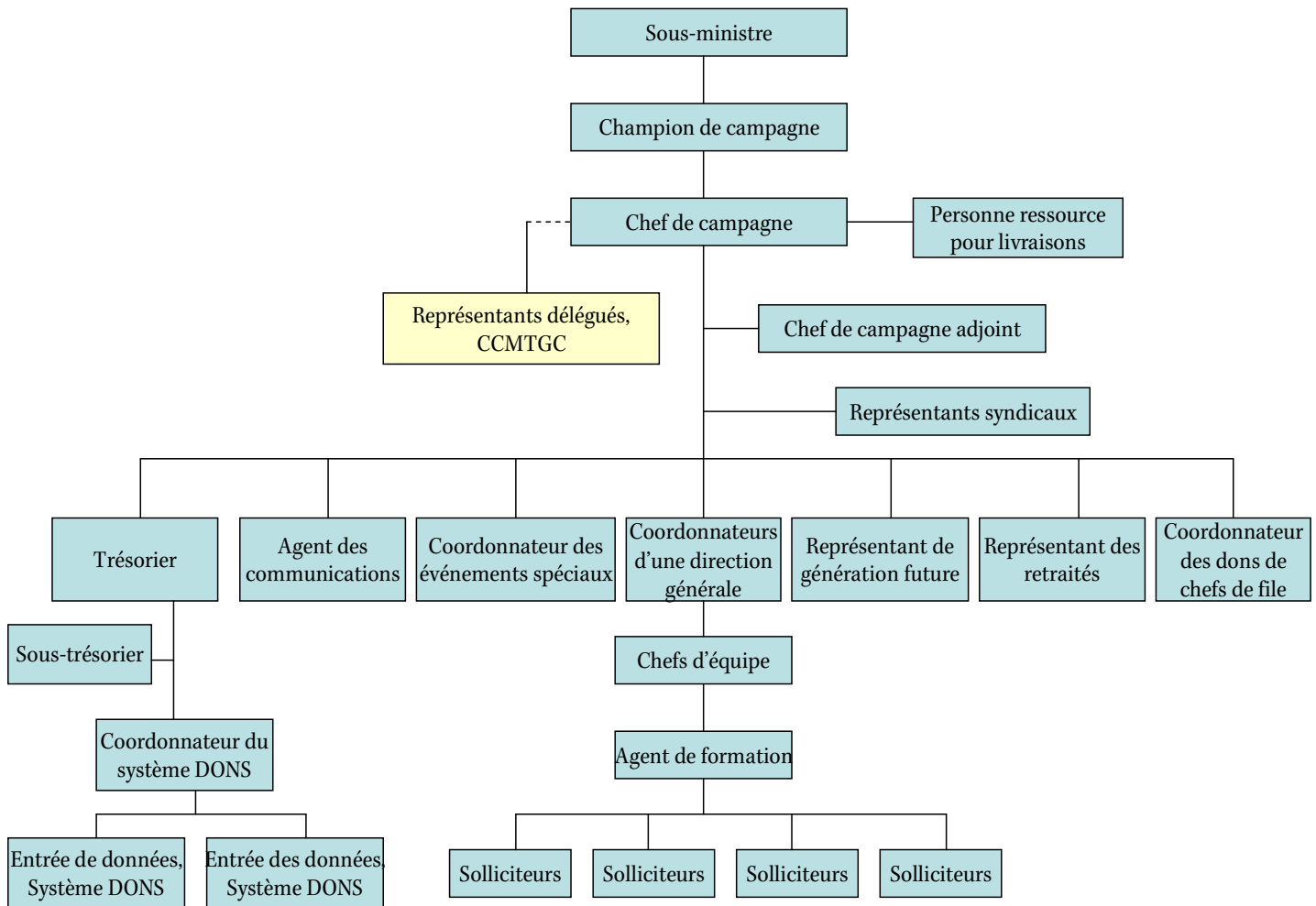
- la tradition de générosité et l'esprit d'engagement communautaire des employés et des retraités fédéraux;
- la sollicitation personnalisée (des pairs sollicitent des pairs);
- une approche de « sollicitation intégrale » (solliciter tous les employés en face à face);
- faciliter les dons par les retenues 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 **essentiels**.

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.

Organigramme

Organigramme pour l'équipe centrale de la CCMTGC



Coordonnateur de direction générale et/ou chef d'équipe (Coordonnateur des employés de la CCMTGC)

Quelle est la différence?

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. Le coordonnateur joue un rôle prépondérant dans l'établissement des stratégies et la motivation des chefs d'équipe.

Les **chefs d'équipe** sont le lien entre les sollicitateurs (un sollicitateur par 10 employés) et le coordonnateur de direction générale. Ils jouent un rôle de premier plan dans la cueillette et la dissémination de l'information (p. ex., listes de sollicitateurs, employés, fournitures). Le chef d'équipe appuie le sollicitateur en s'assurant que l'information et les fournitures sont disponibles et que toutes les préoccupations sont résolues dans les plus brefs délais. Le chef d'équipe élabore un plan stratégique, aide les sollicitateurs, fixe les objectifs de chaque secteur/direction générale et reconnaît les réalisations. Il est responsable de gérer le processus de cueillette des Formulaires de don, d'obtenir les rapports des sollicitateurs et de les acheminer au trésorier sur une base quotidienne. Le chef d'équipe peut aussi être appelé à faire la saisie de données dans le système DONS (si applicable).

La vue d'ensemble

Rappelez-vous que votre rôle déborde du cadre de votre équipe. Votre leadership contribuera à changer la vie de nombreuses personnes, jeunes et moins jeunes. Les programmes et les services qu'appuieront les dons que vous aurez contribués à recueillir touchent des milliers de gens. Ce sont peut-être vos collègues, vos voisins, vos parents ou vos amis.

Vous connaissez peut-être un enfant qui a besoin de soutien et de compagnie et qui peut aspirer à un avenir meilleur grâce à la CCMTGC. Vous avez peut-être un voisin âgé qui bénéficie des services d'une auxiliaire familiale ou de visites amicales financés par la campagne. Un membre de votre famille est peut-être atteint du cancer ou d'un handicap et jouit d'une meilleure qualité de vie grâce à des services soutenus par des dons faits à la CCMTGC. Une personne de votre connaissance souffre peut-être d'une maladie chronique ou est en phase terminale. La campagne contribue aussi à la recherche médicale qui permettra de sauver des vies.

De toutes ces manières, et de bien d'autres encore, votre temps et vos efforts seront un gage d'espoir, de meilleure santé et d'un avenir meilleur pour les membres de votre collectivité. Si vous vous découragez, prenez du recul et tentez de voir la situation dans son ensemble. Rappelez-vous que vous êtes source d'espoir et de vies nouvelles! Merci d'accepter de relever ce défi!

La formation d'une équipe dynamique

1. Organisez une réunion de présentation.

En amorçant votre campagne de sollicitation de manière agréable, vous aiderez les membres de votre équipe à apprendre à se connaître et à mieux travailler ensemble. Préparez des jeux ou des activités pour rompre la glace et stimuler l'esprit d'équipe.

2. Tenez régulièrement des réunions.

Donnez une rétroaction à vos solliciteurs et encouragez-les en organisant régulièrement des réunions tout au long de la campagne. Veillez à ce qu'elles soient intéressantes, informatives et aussi brèves que possible afin qu'un nombre maximal de personnes y assistent. Saisissez l'occasion pour remercier chaque personne de ses efforts.

3. Soutenez vos solliciteurs.

Cet appui peut prendre la forme de courts contrôles en personne, comme « Bonjour! Comment va votre sollicitation? Avez-vous des questions ou des inquiétudes? » Vous pouvez aussi envoyer régulièrement à vos solliciteurs des courriels, dans lesquels vous incluez par exemple un message d'encouragement ou une citation intéressante pour leur rappeler que leur travail est précieux.

4. Faites connaître les réussites.

Si un solliciteur a vécu une bonne expérience, demandez-lui de la partager. Son succès entraînera d'autres réussites et donnera aux autres la confiance nécessaire pour solliciter des dons! Mentionnez ces exemples de réussite pendant vos réunions, vos contrôles ou dans les mises à jour électroniques.

5. Amusez-vous!

Il est vrai que votre sollicitation a des répercussions importantes dans votre communauté, mais cela n'empêche pas que votre engagement dans la campagne puisse être agréable, renforcer le moral dans le milieu de travail et aider les gens à se connaître. Assurez-vous d'inspirer à vos solliciteurs un enthousiasme et un optimisme débordants. Vous ferez ainsi en sorte que les membres de votre équipe soient heureux d'en faire partie et travaillent fort pour atteindre l'objectif de la campagne.

Formation de votre équipe de la CCMTGC

Dans votre plan d'action, vous devriez prévoir des séances de formation pour les solliciteurs (votre agent de formation s'en chargera). N'oubliez pas de faire connaître les dates de ces activités suffisamment à l'avance (au moyen d'un courriel, d'affiches ou d'une lettre) afin que tous puissent réserver du temps pour ces séances et y être présents. Peu avant celles-ci, téléphonez aux solliciteurs pour leur rappeler l'activité et encouragez-les à y assister. La formation permettra aux solliciteurs d'apprendre à bien se connaître, de comprendre la campagne ainsi que les programmes et services qu'elle soutient, et de se préparer à répondre aux questions et aux inquiétudes. Lorsque vous recrutez les bénévoles, insistez sur l'importance de la séance de formation.

Le coordonnateur de direction générale

Tous les bénévoles de la 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 sollicitateurs, les motiver pour réaliser un but commun et les garder motivés, même en présence de défis et d'obstacles.

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 gérant 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.

Bâtir un esprit d'équipe

Bien qu'il soit important d'assurer un suivi administratif auprès des sollicitateurs, 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 collectivité.

Faire des rapports

Vous devrez également recueillir les formulaires de dons auprès des sollicitateurs et les soumettre. Vous serez également appelé à rédiger des comptes rendus de vos activités, de vos totaux et de vos résultats au chef de campagne/Coordonnateur des employés de la CCMTGC, et à l'équipe de sollicitation. 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 et l'équipe de sollicitation est essentiel au succès de la campagne. Vous êtes l'intermédiaire qui permet à tous de demeurer au fait.

Recruter, organiser, former et contrôler

En qualité de coordonnateur de direction générale, vous êtes responsable des chefs d'équipe, et partant des sollicitateurs, dont la participation est essentielle à la réussite de la campagne. Il vous revient :

- de recruter des chefs d'équipe nouveaux et expérimentés;
- d'organiser et de motiver les chefs d'équipe de manière à ce qu'ils visent un même objectif;
- de participer à la « séance de formation des formateurs des sollicitateurs » et ensuite de former les chefs d'équipe et les équipes de sollicitation;
- de superviser les activités des chefs d'équipe et des sollicitateurs.

En devenant membre de l'équipe de campagne de cette année, vous adhérez à une longue et magnifique tradition de générosité envers la communauté. Consultez le www.ccmgtc.org pour un complément d'information.

Liste de contrôle du coordonnateur de direction générale – les étapes de la réussite

- Obtenir une liste détaillée et exacte des personnes de votre secteur pour la sollicitation et répartissez la liste selon votre stratégie.
- Fixer les objectifs du secteur/de la direction générale avec votre équipe.
- Veiller à ce que les chefs d'équipe recrutent leur équipe de sollicitation en observant un ratio de 1 :10 ou 15 employés.
- Former l'équipe de sollicitation, la motiver et la responsabiliser. Dire à l'équipe comment obtenir un complément d'information sur la CCMTGC (www.ccmtgc.org)
- Remettre le matériel de campagne et les formulaires de don aux solliciteurs.
- Harmoniser le calendrier de sollicitation avec les objectifs du ministère.
- Communiquer clairement les échéances et les attentes aux solliciteurs.
- Obtenir des rapports d'étape des chefs d'équipe.
- Communiquer ces résultats à l'équipe de la campagne :
 - Nombre de dollars recueillis
 - Taux de participation
 - Nombre de donateurs
 - Nombre de chefs de file et d'amis
 - Nombre de personnes sollicitées
 - Nombre de refus
 - Nombre de personnes à solliciter
- Continuer d'être engagé et de soutenir les chefs d'équipe et les équipes de sollicitation.
- Veiller à remercier et à reconnaître tous les bénévoles.

Le chef d'équipe

Un leadership efficace

À titre de chef d'équipe, vous apprendrez à connaître les membres de votre équipe et vous les aiderez à être à l'aise pour 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.

Bâtir un esprit d'équipe

Bien qu'il soit important d'assurer un suivi administratif auprès des sollicitateurs, 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.

Faire des rapports

Vous devrez également recueillir les formulaires de dons auprès des sollicitateurs et les soumettre. Vous serez également appelé à rédiger des comptes rendus de vos activités, de vos totaux et de vos résultats au coordonnateur de direction générale. Vous le 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 et l'équipe de sollicitation est essentiel au succès de la campagne. Vous êtes l'intermédiaire entre les sollicitateurs et le coordonnateur de direction générale, et vous garder tout le monde au courant des progrès réalisés.

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 sollicitateurs 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.

Recruter, organiser, former et contrôler

En qualité de chef d'équipe, vous êtes responsable des bénévoles de première ligne, c.-à-d. des sollicitateurs, dont la participation est essentielle à la réussite de la campagne. Il vous revient :

- de recruter des sollicitateurs nouveaux et expérimentés (un sollicitateur pour 10 employés);
- d'organiser votre équipe de sollicitateurs pour qu'elle soit enthousiaste, motivée et vise un même objectif;
- de superviser les activités des sollicitateurs et de l'équipe.

Établissement d'un plan d'action en cinq étapes

Un plan d'action vous aidera à vous acquitter de vos responsabilités de chef d'équipe et à déployer une campagne efficace. N'hésitez pas à développer ce plan avec votre chef de campagne, puisqu'il possède une vue d'ensemble des activités de la campagne et peut offrir des perspectives importantes.

Les étapes suivantes vous aideront à élaborer un plan d'action efficace. Elles ne sont toutefois qu'un point de départ: vous pourrez y ajouter une foule de bonnes idées pour que votre plan soit le plus possible adapté à votre milieu de travail.

Établir le calendrier de la campagne

Fixez d'abord les dates de début et de fin de la campagne, et déterminez ensuite la date de chacune des activités. Ajoutez à votre calendrier les dates suivantes : les séances de formation, le lancement de la campagne, les événements spéciaux, le début et la fin de la campagne éclair, les échéances pour les rapports, etc.

Une fois ce calendrier général établi, décomposez chaque date et fixez les étapes importantes qui précéderont chaque activité. Par exemple, écrivez d'abord les objectifs ou les événements liés à chaque date; précisez ce qu'il faut faire pour atteindre l'objectif ou organiser l'événement et nommez des personnes responsables. Ensuite, partez de la date clé et déterminez le moment où les responsables devront amorcer les préparatifs de chaque activité.

Étape 1 • Recruter les sollicitateurs

En qualité d'ambassadeurs de la CCMTGC, vos sollicitateurs en sont la clé de la réussite. Une de vos tâches les plus importantes est d'insuffler de l'enthousiasme et de l'engagement chez vos sollicitateurs. Une poignée de sollicitateurs vraiment dévoués peut faire un bien meilleur travail que plusieurs sollicitateurs qui ne font que ce qu'ils ont à faire.

Les clés du recrutement et de la formation des sollicitateurs

- Les sollicitateurs doivent être recrutés par leurs pairs : les membres du syndicat recrutent des sollicitateurs pour le syndicat, la direction recrute ses propres sollicitateurs.
- Choisir des collègues qui sont bien vus.
- Penser à choisir des collègues qui sont déjà bénévoles dans leur communauté.
- Veiller à ce que les sollicitateurs aient suffisamment de temps pour faire la sollicitation.
- Attribuer tout au plus 10 à 15 employés à chacun des sollicitateurs.
- Prévoir une séance de formation avec votre agent de formation et votre gérante de la CCMTGC.
- Demander aux sollicitateurs de faire leur propre don avant de commencer la sollicitation.

Étape 2 • Fixer vos objectifs et établir vos stratégies de campagne

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 a 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

- Recrutez des bénévoles compétents et dévoués.
- Participez aux séances de formation de la CCMTGC.
- Faites participer le syndicat de votre organisation 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.
- 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 gérant de la CCMTGC pour connaître les documents et les conférenciers qui sont à votre disposition).
- 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. Un employé a été sollicité lorsque son don est reçu ou qu'il refuse de faire un don.
- Encouragez les dons par retenues à la source.

La stratégie de la campagne éclair d'une journée

Croyez-le ou non, mais vous pouvez organiser une campagne efficace qui ne durera qu'un seul jour! Voici comment procéder :

- choisissez le jour de votre campagne éclair et fixez votre objectif;
- établissez votre plan et votre stratégie, et planifiez un événement spécial;
- planifiez une stratégie de suivi.

Les communications sont essentielles!

Avant le début de votre campagne, faites connaître vos plans de campagne aux employés. Distribuez des brochures, envoyez des courriels et faites des annonces lors de réunions internes. N'oubliez pas d'annoncer la date de la

campagne éclair, la date de vos événements spéciaux et vos objectifs de campagne.

Organisez ensuite une réunion de groupe où vous inviterez un conférencier de la CCMTGC et/ou montrerez un vidéo. Offrez du café, des beignes et du jus pour encourager la participation des employés. Remettez un formulaire de don à tout le personnel et **offrez des incitatifs** pour l'encourager à remettre leur formulaire rempli avant la fin de la journée. Effectuez un suivi individuel pour récupérer tous les formulaires qui n'ont pas été remis.

À la fin de la journée, annoncez les résultats de votre campagne. Vous pouvez le faire lors d'un événement spécial prévu à cet effet, comme un barbecue, une vente aux enchères silencieuse ou une autre activité amusante. Prenez aussi le temps de remercier tous vos bénévoles.

Vous serez étonné de voir comment les efforts que vous aurez déployés à organiser une campagne éclair porteront fruit. Si vous êtes à court de temps et de ressources, n'hésitez pas à envisager ce type de mini-campagne. Elle fait une vraie différence pour nos communautés.

La stratégie de sollicitation deux semaines

Les moyens et grands ministères/agences peuvent parfois organiser une campagne qui durera deux semaines. Pour se préparer à une campagne de cette durée, le chef de campagne/Coordonateur des employés de la CCMTGC devrait assister à une séance de formation de la CCMTGC et passer en revue l'historique de dons de son organisation.

Au cours de la première semaine de campagne, affichez un dépliant ou une affiche bien en vue. Pensez à utiliser des énoncés de type « Le saviez-vous? » que vous trouverez à la section Le pouvoir de votre don du présent guide (visiter www.ccmgtc.org pour un complément d'information). Organisez ensuite des présentations de groupe. Elles pourraient coïncider avec des réunions régulières de votre ministère/agence. Si possible, invitez un conférencier de la CCMTGC.

Vous pouvez distribuer des formulaires de don lors de cette rencontre ou les remettre en mains propres à chaque employé avant la réunion. Après avoir distribué les formulaires de don, affichez les progrès réalisés. Inscrivez-y des détails sur la participation des employés et les sommes recueillies à ce jour. Faites rapport des résultats de votre première semaine de campagne à votre gérant de la CCMTGC.

Au cours de la deuxième semaine, affichez « Ce que votre don peut accomplir. » (Vous pouvez monter cette affiche en utilisant les énoncés d'impact communautaires qui figurent également à la section *Le pouvoir de votre don.*) Le moment est maintenant venu d'effectuer votre premier suivi. Demandez aux sollicitateurs, aux chefs d'équipes, aux coordonnateurs de direction générale et/ou aux autres membres du comité de visiter chacun des employés pour demander un don.

Après le suivi, mettez à jour vos progrès à ce jour. Organisez un événement spécial pour accroître le dynamisme et encourager des donateurs retardataires. Faites rapport de vos résultats provisoires à votre personne-ressource de la CCMTGC.

Enfin, le moment est venu de conclure votre campagne. Faites un deuxième et dernier suivi auprès des personnes qui n'ont pas encore retourné leur formulaire de don (en mentionnant qu'il n'est « jamais trop tard pour faire un don! »). Remettez les dons que vous avez recueillis à la CCMTGC et affichez vos résultats finals. Appliquez un autocollant disant « merci » sur votre affiche et soulignez les montants recueillis auprès des employés et lors des événements spéciaux. Pensez à tenir une activité de clôture pour annoncer vos résultats et remercier publiquement vos bénévoles.

Étape 3 • La sollicitation

À la CCMTGC, nous croyons qu'il faut donner à tous la possibilité de prendre une décision éclairée pour ce qui est de faire un don ou non à Centraide/United Way, à Partenairesanté ou à tout autre organisme de bienfaisance canadien enregistré. Nos recherches révèlent que la raison la plus fréquente pour laquelle les gens ne donnent pas est que, tout simplement, *personne ne leur a demandé*.

La **première étape d'une sollicitation réussie** est de demander aux solliciteurs de faire leur don en premier. Le solliciteur sera alors à l'aise de demander à ses collègues de contribuer à la campagne.

La **deuxième étape** est de trouver une méthode efficace de véhiculer le message de la CCMTGC à tous vos employés, y compris ceux qui travaillent par quarts ou à temps partiel, et ceux qui travaillent à l'extérieur de vos locaux et à contrat.

Avant que les solliciteurs ne commencent à demander des dons, passez en revue l'échéancier de la campagne ainsi que les objectifs monétaires et de participation avec chacun d'eux. Prenez le temps de personnaliser les formulaires de don, si possible. Veillez à ce que chaque employé ait l'occasion de faire un don.

Pensez à organiser des tirages pour inciter les employés à retourner leur formulaire de don. C'est un bon moyen d'encourager les gens à s'engager via-à-vis de la campagne et à retourner leur formulaire de don rapidement. Maintenant que le plan est en place, vous pouvez commencer la sollicitation.

Incitatifs

Une autre bonne façon de stimuler la participation est d'offrir des incitatifs aux employés. Ils peuvent être remis aux employés qui retournent leurs formulaires avant une date précise, aux solliciteurs qui recueillent le plus de fonds ou qui obtiennent la meilleure participation, ou à toute personne qui obtient un résultat exceptionnel dans sa collecte de fonds. Exemples d'incitatifs pour les employés :

- l'utilisation de la place de stationnement du sous-ministre/président pendant une certaine période;
- des produits du ministère/de l'organisme (donnés par le ministère/l'agence);
- une journée ou un déjeuner en compagnie du sous-ministre/président.

En vertu des directives de l'Agence du revenu du Canada, tous les employés doivent avoir la possibilité de gagner ces prix, qu'ils fassent un don ou non. Une façon de faire est d'offrir un incitatif à toute personne qui retourne rapidement son formulaire de don, qu'un don soit fait ou non.

Événements spéciaux

Les événements spéciaux peuvent être amusants, sensibiliser les employés à la campagne et permettre de recueillir plus de dons. Par contre, ils prennent du temps et coûtent de l'argent. Lorsque vous planifiez un événement spécial, n'oubliez pas de prévoir suffisamment de temps pour obtenir les autorisations, permis ou licences nécessaires. (Reportez-vous au Guide des événements spéciaux.)

Sollicitation en personne

Au fil des ans, l'expérience a démontré que la sollicitation en personne est la plus efficace. Cela est particulièrement vrai pour la « sollicitation par les pairs » : les solliciteurs devraient solliciter uniquement des personnes avec lesquelles ils travaillent normalement. Par exemple, les cadres supérieurs devraient solliciter d'autres cadres supérieurs, et les employés syndiqués devraient solliciter d'autres employés syndiqués. Il est tout à fait normal qu'un

employé non cadre se sente mal à l'aise de solliciter un cadre supérieur. L'inverse est également vrai : un gestionnaire peut se sentir déplacé de solliciter des employés qui ne sont pas des cadres.

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. Un système de suivi efficace vous aidera à prendre connaissance du travail de vos sollicitateurs. Il vous permettra de discerner quand votre aide sera nécessaire et vous donnera une raison de faire régulièrement un contrôle auprès de vos sollicitateurs – par courriel ou par téléphone – et de vous enquêter de leurs progrès. Au cours de vos contrôles, adoptez toujours une attitude amicale et optimiste et rappelez aux sollicitateurs l'importance de leurs efforts et de leur travail.

Établissement d'un système de suivi – surveillez les résultats

Le système de suivi est également l'outil idéal pour tenir un compte des dons recueillis à ce jour (que vous pouvez aussi présenter sur des thermomètres). Vous aurez ainsi une idée du peu qui manque à votre secteur pour atteindre son objectif!

Il est important de connaître où en sont les sollicitateurs, le nombre de formulaires qu'on vous a remis, le nombre de formulaires qui ont été envoyés au trésorier et où vous vous trouvez par rapport à votre objectif.

Suivez votre campagne de près

- Consultez vos sollicitateurs et directions générales/secteurs, surtout si vous constatez que les résultats sont faibles.
- Établissez un système de suivi pour enregistrer et analyser 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.

Remise quotidienne des formulaires

Servez-vous du système de suivi pour consigner les formulaires de don des sollicitateurs. Vous devriez faire parvenir ces formulaires chaque jour au trésorier de la campagne.

Vérification

Il vous incombe de vérifier tous les formulaires de don remis par les sollicitateurs. Prenez le temps de les revoir et de vous assurer qu'ils ont été bien remplis. Sinon, demandez au sollicitateur de les rapporter aux donateurs. Réservez un espace dans votre système de suivi pour indiquer quels formulaires ont été envoyés au trésorier et quels formulaires ont été remis aux donateurs et nécessitent un suivi.

Rapports

Vous devrez mettre en place un système permettant la présentation régulière de rapports. Vous devriez fournir chaque semaine à votre chef de campagne/Coordonateur des employés de la CCMTGC et aux membres de votre équipe de sollicitation des rapports d'étapes écrits contenant le pourcentage de l'objectif qui a été atteint, le nombre d'employés sollicités et à solliciter, des exemples de réussite et les réalisations importantes.

Étape 5 • Dites merci 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.

- 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. Visitez le www.ccmtgc.org pour obtenir des certificats qui peuvent être personnalisés.
- 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.

Après la campagne

La sollicitation est terminée, mais votre travail ne l'est pas tout à fait! Il vous reste à organiser, sur l'heure du midi, une séance avec vos solliciteurs pour discuter des réussites et mettre en commun des idées pour améliorer la campagne de l'année suivante. Tous les bénévoles sauront ainsi que leurs opinions et leurs expériences comptent et la réunion permettra de mettre fin à la campagne.

N'oubliez pas de prendre des notes pendant la réunion et d'expliquer aux participants que leurs commentaires serviront à faire du travail de sollicitation de l'année suivante une expérience encore meilleure. Saisissez l'occasion de les remercier à nouveau, et souvenez-vous qu'on ne dit jamais trop souvent « merci ». Après la séance, écrivez tous les renseignements, les histoires et les idées fournis par les solliciteurs et incluez-les dans votre rapport final au gérant de campagne.

Votre rapport final

Comme nous en avons parlé à la rubrique « Suivi et rapports », vous devriez présenter régulièrement des rapports d'étapes à votre chef de campagne/Coordonateur des employés de la CCMTGC et à votre équipe de sollicitation. À la fin de la campagne, vous devrez faire la synthèse de ces rapports dans un rapport final que vous soumettrez à votre chef de campagne. Le rapport devrait comporter les éléments suivants :

- votre objectif;
- le pourcentage de l'objectif atteint;
- le taux de participation;
- ce qui a bien fonctionné;
- ce qui pourrait être amélioré;
- les points saillants de la campagne;
- les histoires de réussite;
- le nom de tous les solliciteurs.

Matériel non utilisé

Veillez remettre tout le matériel et tous les formulaires de don non utilisés à votre chef de campagne/Coordonateur des employés de la CCMTGC.

NE PAS UTILIZER LE MATÉRIEL DE CAMPAGNE DES ANNÉES PRÉCÉDENTES.

Les sept étapes d'une sollicitation réussie

En qualité d'ambassadeurs de la CCMTGC, les solliciteurs 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 solliciteurs	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 solliciteur 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 solliciteur). La meilleure méthode est la « sollicitation des pairs ». Parler à votre chef de campagne/Coordonateur des employés de la CCMTGC 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 solliciteur 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. Bâter 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 solliciteur 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 prévaut 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.ccmtgc.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 solliciteur 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.

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.

Prix et programmes de reconnaissance

La CCMTGC a plusieurs prix et programmes de reconnaissance qui visent à souligner les contributions des employés et retraités fédéraux au sein de leur collectivité. Ces outils peuvent servir à encourager les dons de charité, le dévouement pour la campagne et l'engagement communautaire. Les agents des communications peuvent faire la promotion de ces prix et reconnaître les récipiendaires lors d'événements, dans des bulletins et autres médias. Nous les encourageons à présenter des candidatures à l'équipe de la CCMTGC. Nous offrons actuellement les prix et programmes de reconnaissance suivants (voir le site Web au www.ccmtgc.org).

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.

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.cfcf.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

Centraide/United Way Canada

www.unitedway.ca



**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 appuyons chez vous, veuillez contacter votre Centraide/United Way local.