



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

Manuel de formation : 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.

SECTION I : À PROPOS DE LA CCMTGC	4
Une tradition de fierté	4
Pourquoi les employés fédéraux attachent-ils de la valeur à la campagne?	4
Les clés de la réussite de la CCMTGC.....	5
SECTION II : PROFIL DES ORGANISMES BÉNÉFICIAIRES	5
Centraide Outaouais.....	5
Healthpartners/Partenairesanté/Healthpartners.....	6
Centraide/United Way Ottawa.....	6
SECTION III : LE RÔLE DU CHEF DE CAMPAGNE	7
Un leadership essentiel.....	7
De l'aide pour diriger votre équipe.....	7
Appui de la CCMTGC.....	7
SECTION IV : FONCTIONNEMENT DE LA CCMTGC	9
Choisir les membres de l'équipe principale	9
Maintenant que votre équipe est en place.	20
Trois compétences indispensables.....	21
SECTION V: CHEMINEMENT CRITIQUE DE LA CCMTGC.....	21
Mars.....	22
Avril.....	22
Mai.....	22
Juin	23
Juillet.....	24
Août.....	24
Septembre.....	25
Octobre.....	26

Novembre.....	26
Décembre.....	27
Janvier.....	27
SECTION VI: LES ÉTAPES CLÉS D'UNE CAMPAGNE RÉUSSIE	28
Étape 1 • Choisissez les membres de votre équipe de campagne.....	29
Étape 2 • Analysez et planifiez votre campagne.....	30
Étape 3 • Faites participer les cadres supérieurs.....	32
Étape 4 • Suivez la campagne de près et faites-en rapport.....	33
Étape 5 • Faites des mises en candidature, félicitez et évaluez.....	34
SECTION VII: LES COMMUNICATIONS	35
Déterminez les moyens de communication.....	35
Sachez où aller chercher les réponses.....	35
Transmettez les résultats en temps opportun.....	35
Assistez aux réunions de votre chef de campagne.....	36
Faites régulièrement rapport au chef de campagne.....	36
Faites la promotion de la campagne!	36
Remise quotidienne des formulaires.....	36
Vérification	36
Rapports.....	36
Les sept étapes d'une sollicitation réussie.....	36
SECTION VIII: GIFT FORMS.....	38
SECTION IX: OUTILS DE LA CAMPAGNE	40
Bureau des conférenciers.....	40
Bureau des conférenciers chefs de file.....	40
Tournées Le voir, c'est le croire.....	40

Journée d'entraide.....	41
Prix de la CCMTGC.....	41
Prix communautaire de la CCMTGC (Prix PC).....	41
Prix Mitchell Sharp pour service méritoire.....	42
Prix de la campagne.....	42
Articles promotionnels.....	42
Coche Santé.....	43
Le site Web de la CCMTGC.....	43
Foire aux questions.....	43

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

Bienvenue

Bienvenue et merci de participer à la campagne de charité en milieu de travail du gouvernement du Canada (CCMTGC). Votre rôle de bénévole est essentiel à la réussite de notre campagne. L'équipe de la CCMTGC vous remercie de votre leadership et de votre participation.

Section I : À propos de la CCMTGC

La Campagne de charité en milieu de travail du gouvernement du Canada (CCMTGC) est une campagne de bienfaisance réservée aux employés et aux retraités fédéraux canadiens. Gérée par les différents bureaux Centraide/United Way du Canada, la CCMTGC aide les employés fédéraux à bâtir des communautés plus fortes et plus saines grâce à des dons de bienfaisance. La campagne appuie Centraide, Partenairesanté/Healthpartners et d'autres organismes de bienfaisance enregistrés canadiens.

Une tradition de fierté

Les employés et les retraités fédéraux ont une longue tradition de contribution à leur communauté. Leur générosité et leur compassion sont bien connues de tous.

Entre 1990 et 1996, Centraide/United Way et Partenairesanté/Healthpartners ont participé à près de 80 campagnes fédérales au Canada. En 1997, le Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada a élargi la campagne afin de permettre aux donateurs d'appuyer tout autre organisme de bienfaisance canadien enregistré de leur choix et lui a donné le nom de Campagne de charité en milieu de travail du gouvernement du Canada (CCMTGC).

En collaboration avec des milliers de bénévoles du pays tout entier, le bureau de la CCMTGC organise, gère et fait la promotion de la campagne fédérale, à l'échelle nationale. Depuis sa création, la CCMTGC est devenue une des plus importantes campagnes de charité en milieu de travail au Canada, et c'est l'une de celles qui connaît le plus de succès. En 2008, les employés et les retraités fédéraux ont aidé à améliorer la qualité de vie des Canadiens en mobilisant plus de 36,1 millions de dollars (dont 20,1 millions de dollars dans la RCN, ce qui représente 56 % du montant total recueilli à l'échelle nationale) pour appuyer leurs communautés.

Pourquoi les employés fédéraux attachent-ils de la valeur à la campagne?

1. Elle est efficace – Grâce à un processus administratif centralisé et simplifié, la CCMTGC peut traiter les dons de manière plus efficace que la plupart des organismes de bienfaisance. Cela veut dire qu'une plus grande partie de votre don est acheminée là où on en a le plus besoin. (pour un complément d'information sur les frais de levée de fonds, visitez le www.gcwcc.org).
2. Donner est facile – En participant à la CCMTGC, les donateurs peuvent consolider leurs dons de bienfaisance annuels : une seule transaction et un seul formulaire. Ils peuvent également faire un don par retenues à la source, ce qui permet d'étaler le don sur une période d'un an et de minimiser les frais d'administration de la campagne. À la fin de l'année, le montant du don figure directement sur le relevé T4. Le donateur n'a donc pas à faire un suivi sur les reçus.

3. Choix du donateur – Les donateurs peuvent appuyer une très grande gamme d’organismes sociaux, de santé et communautaires de tailles diverses, qui dispensent des services essentiels dans nos communautés.

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’engagement communautaire des employés et des retraités fédéraux
- la sollicitation personnalisée intégrale (des pairs sollicitent des pairs)
- 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
- des communications soutenues avec les donateurs, les bénévoles et les gestionnaires

Section II : Profil des Organismes bénéficiaires

Centraide Outaouais



Centraide
Outaouais

Pour un complément d’information sur Centraide Outaouais, visitez :

www.centraide-outaouais.qc.ca

Investir dans **Centraide Outaouais**, c’est investir dans votre communauté!

La mission de Centraide Outaouais consiste à mobiliser les gens et rassembler les ressources pour améliorer la qualité de vie de personnes plus vulnérables et contribuer au développement de collectivités solidaires. Forte de ses 63 années d’expérience et de connaissance des besoins, le rôle de Centraide Outaouais s’élargit pour servir de bâtisseur communautaire. À ce titre, elle identifie les besoins les plus urgents, empêche les enjeux de s’aggraver et finance les solutions innovatrices.

Une contribution à Centraide Outaouais est une contribution directe à de meilleures conditions de vie dans votre collectivité, que ce soit à Gatineau ou dans les municipalités régionales/district du Pontiac, des Collines-de-l’Outaouais ou de Papineau. Centraide Outaouais dessert une population de 226 000 personnes.

Grâce à un contrôle rigoureux des dépenses, à ses nombreux commanditaires et au travail des

bénévoles, Centraide Outaouais veille à ce que les dépenses de campagne soient maintenues à un niveau le plus bas possible.

Healthpartners/Partenairesanté/Healthpartners



Healthpartners
Partenairesanté
CHOOSE HEALTH • CHOISISSEZ LA SANTÉ

Pour un complément d'information sur
Partenairesanté/Healthpartners et ses membres,
visitez :

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.

Centraide/United Way Ottawa



United Way
Centraide
Ottawa

Pour un complément d'information sur
Centraide/United Way Ottawa, visitez :

www.unitedwayottawa.ca

La mission de Centraide/United Way Ottawa est de réunir gens et ressources en vue de bâtir une communauté forte, saine et sécuritaire pour tous et toutes. Nous promettons aux donateurs que « les dons que nous recevons sont dirigés là où les besoins se font le plus sentir et où ils auront le plus grand impact. »

Pour ce faire, nous appuyons des centaines de programmes et de services d'agence essentiels. Nous dirigeons le développement de solutions à long terme à des enjeux complexes de notre communauté, dont le vieillissement de la population d'Ottawa ou les nouveaux Canadiens à la

recherche d'emplois, ou y jouons un rôle prépondérant.

Nos priorités sont bien définies. Nous investissons dans des programmes, projets et partenariats qui font une différence dans les six domaines d'impact suivants :

- Promotion du développement sain des enfants et des jeunes
- Réduction de l'isolement et accroissement de la qualité de vie des aînés
- Réduction des obstacles et augmentation de la participation des personnes handicapées
- Renforcement des individus et des familles en temps de besoin et de crise
- Réduction des obstacles et augmentation de l'implication des immigrants
- Augmentation de la capacité des organismes, des quartiers et de la communauté

L'indicateur de notre réussite est simple : l'amélioration de la qualité de vie

Section III : 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, et couronné de succès. 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 Ottawa 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 une personne-ressource. Il partagera son savoir-faire en levée de fonds en participant aux réunions de votre comité de campagne. Il peut animer votre séance de planification stratégique (SPS), 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 directeurs divisionnaires. 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.

Le Cabinet de la campagne de la RCN

Tous les ans, un cabinet de campagne de la RCN est créé et est constitué de cadres supérieurs du gouvernement, de retraités, de jeunes employés fédéraux et de représentants syndicaux. Ces personnes se rassemblent pour élaborer et surveiller les stratégies de la campagne, et donner leur appui pour assurer la réussite de la campagne. Pour connaître les membres du Cabinet de la RCN de cette année, visitez le site Web de la CCMTGC au www.gcwcc.org.

Les gestionnaires de la campagne

Partout au Canada, la CCMTGC est gérée par le chapitre local Centraide/United Way. Dans la RCN, Centraide/United Way Ottawa et Centraide Outaouais co-gèrent la campagne.

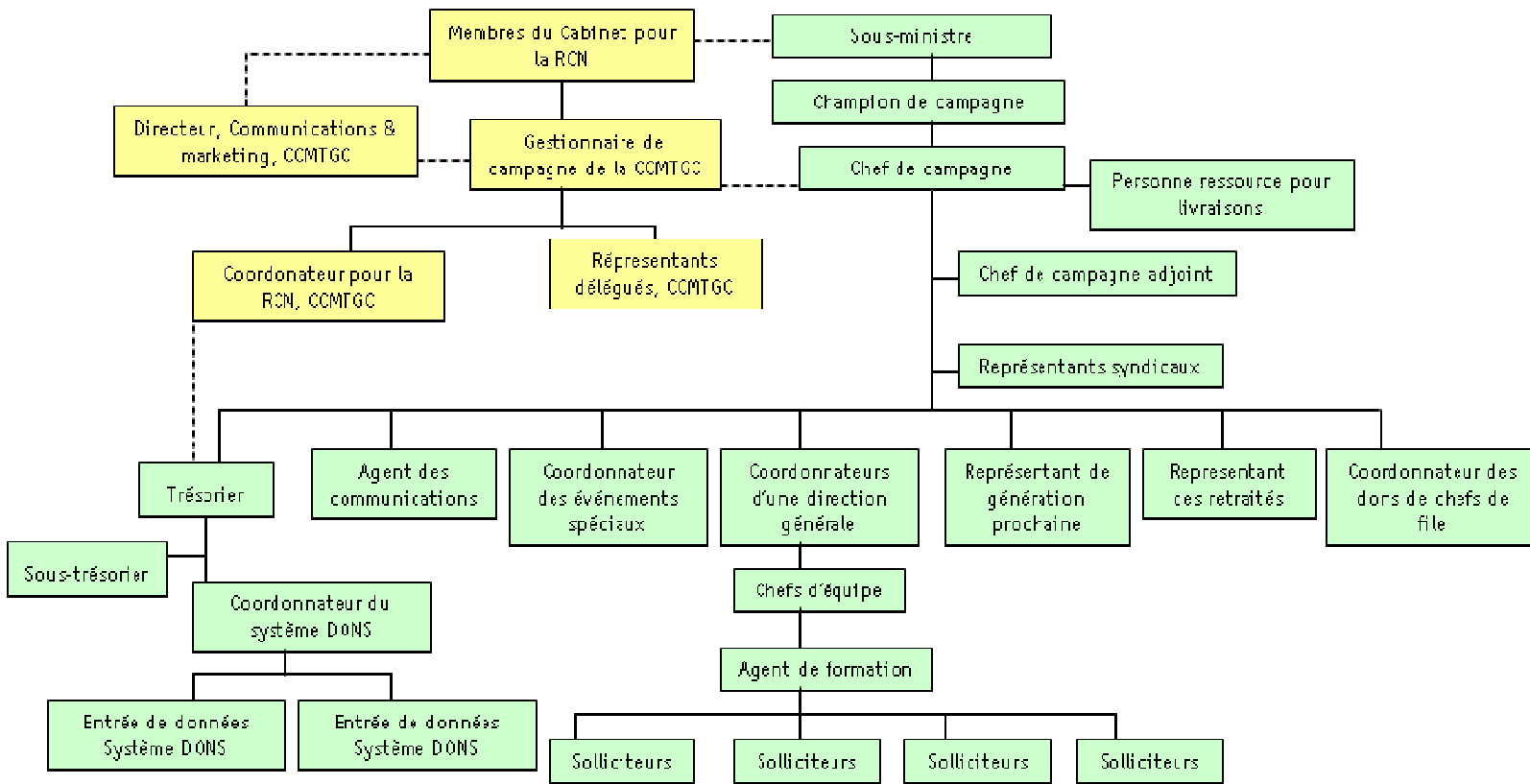
Équipe principale du ministère

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

Section IV : Fonctionnement 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 organismes 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 organisme. Dans les plus petits ministères ou organismes, un membre de l'équipe principale peut assumer plus d'un rôle. Pour assurer la réussite de la campagne, 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 champion de la campagne assure la disponibilité des ressources humaines et financières et appuie ouvertement la campagne de son ministère ou organisme. Il examinera les stratégies de la campagne de l'année précédente et aidera à fixer/appuyer un objectif approprié en collaboration avec le comité de la campagne et le gestionnaire de la CCMTGC.

Chef de campagne :

Cette personne dirige la campagne, rassemble les ressources nécessaires et la dirige de manière

à en assurer la réussite. 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 encourage 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/Healthpartners, ainsi que leurs agences et organisations. Un gestionnaire de la CCMTGC vient appuyer le chef de campagne.

ANALYSE

- Avec l'aide 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 de formation des chefs de campagne de la CCMTGC
- Recrutez et formez des sollicitateurs (votre gestionnaire de la CCMTGC peut vous fournir un modèle de présentation pour les former)

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
- 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 équipe

- 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 aux cadres supérieurs de votre ministère et 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 solliciteurs de vous faire part de leurs commentaires sur les forces et les faiblesses de la campagne
- Présentez des recommandations pour l'année prochaine et remettez le rapport officiel au bureau de la CCMTGC par l'entremise de votre gestionnaire

RECONNAÎTRE ET REMERCIER LES BÉNÉVOLES

- À la fin de la campagne, reconnaissez et remerciez les membres du comité, les solliciteurs 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 de l'équipe principale. Elle peut offrir des conseils utiles fondés sur l'expérience acquise lors de la campagne de l'année précédente et fournir des documents sur les activités antérieures.

Sous-chef de campagne :

Il est important de nommer un sous-chef de campagne, 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 approuver un sous-chef de campagne 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 capitaines d'équipes et/ou solliciteurs, dépose les dons en espèces, achemine les formulaires de dons et les rapports des solliciteurs 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 son ministère/organisme
- Participer aux séances de formation obligatoires de la CCMTGC
 - Séance de formation des trésoriers (information détaillée sur les procédures et les étapes appropriées)
 - Séance de formation sur le système DONS (instrument de pistage de campagne en ligne)
 - Le ministère/l'organisme effectue toute la saisie des données
- Participer à toutes les réunions de l'équipe principale concernant la campagne
- Recruter et former les membres de son équipe de campagne, les sous-trésoriers(ières) ministériels(les) et/ou les préposés aux données et les solliciteurs
- Développer et piloter un processus interne pour la collecte de tous les formulaires de don, des formulaires d'événements spéciaux, des sommes d'argent et des chèques afférents
- Faire la collecte des fonds et les garder sous clé jusqu'à ce qu'ils soient déposés
- Déposer toutes les sommes d'argent et les chèques encaissables dans le compte de la CCMTGC à la Banque Scotia
- Veiller à ce que toutes les copies blanches 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/organisme
 - Vérifier la fréquence des retenues à la source auprès de votre bureau de la paye
 - Acheminer toutes les copies blanches (des dons effectués au moyen de retenues à la source) des employés en affectation à leur ministère/organisme d'origine
- Exécuter et/ou coordonner toute la saisie des données dans le système DONS
- Maintenir/modifier la structure ministérielle, si nécessaire, pour refléter la structure ministérielle courante
 - Éliminer les doubles d'individus dans le système DONS avant de procéder à la saisie des

données

- Créer et/ou activer les différents rôles (sous-trésoriers ministériels et/ou préposés aux données et solliciteurs) dans le système DONS et distribuer les numéros d'identité aux solliciteurs (n° du solliciteur)
- Faire la saisie des séries, formulaires de don, formulaires d'événements spéciaux, bordereaux de dépôts et enveloppes dans le système DONS

(Veuillez noter qu'il y a un maximum de 50 formulaires de don par enveloppe)

- Acheminer promptement les enveloppes complétées au bureau de la CCMTGC durant la campagne. **Durant la campagne, vous devriez communiquer avec votre gestionnaire de la CCMTGC ou votre représentant délégué pour organiser le ramassage de vos enveloppes.**
- Établir différents rapports, sur demande.
 - 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 coordonnateurs de directeur générales jouent un rôle prépondérant dans la motivation des capitaines d'équipe.

Les capitaines d'équipe sont des acteurs clés 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 collecte et la dissémination de l'information (c.-à-d. listes de solliciteurs, employés, fournitures, etc.) 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 collecte, d'obtenir les rapports des solliciteurs et de les acheminer, accompagnés des fonds, 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 capitaines d'équipes et/ou les solliciteurs à réussir dans leurs tâches (mobiliser les troupes!)
- Élaborer un plan qui comprendra la reconnaissance des réalisations et des sous-objectifs de secteur ou de direction générale
- Fournir un appui direct dans des domaines clés

COMMUNICATION

- Obtenir et distribuer les listes, notamment une liste des capitaines d'équipes, une liste de solliciteurs, une liste d'employés, des fournitures, etc
- Veiller à ce que les solliciteurs 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

CAPITAINES D'ÉQUIPE/ SOLLICITEURS

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

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 réguliers 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 capitaines d'équipe/solliciteurs

ÉVALUATION

- Obtenir une rétroaction des capitaines d'équipes/solliciteurs 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 du présent guide 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 guidera à cet égard et vous fournira des modèles.

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 TRUCS

Recrutement

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 ainsi partager leur expérience et encourager les nouveaux à faire partie de l'équipe. Les solliciteurs expérimentés peuvent aussi 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 les solliciteurs risquent de 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 à l'aise 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, les programmes et 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.

Coordonnateur des événements spéciaux :

Afin de permettre aux autres membres du comité de se pencher sur la campagne des employés, le coordonnateur 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.

Le coordonnateur des événements spéciaux planifie et coordonne tous les événements spéciaux du ministère. Les événements peuvent mobiliser des fonds, sensibiliser, motiver, favoriser 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 fait un don personnel annuel de 1 000 \$ ou plus. Cette personne est un leader naturel qui, en étroite collaboration avec l'équipe de campagne et le gestionnaire de la CCMTGC, aidera à dresser un plan stratégique 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'organisme
- 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

- Rendre compte des 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

- Présenter des recommandations pour l'année prochaine

Représentant de la Génération future:

Ce poste a pour but d'impliquer les jeunes professionnels (de 20 à 40 ans) à la CCMTGC. Un nouveau poste a été créé au sein du Cabinet de campagne de la RCN de la CCMTGC afin de représenter le volet de la prochaine génération de jeunes professionnels de la fonction publique. Le représentant de la Génération future cherche à repérer des occasions et des défis au sein des 20 à 40 ans, en vue d'accroître la sensibilisation et leur participation à la campagne de la CCMTGC.

RESPONSABILITÉS

- Encourager les jeunes à prendre des responsabilités durant la campagne
- Trouver des moyens de mobiliser l'énergie et la créativité des jeunes employés fédéraux
- Mobiliser les jeunes professionnels de manière stratégique au sein du gouvernement du Canada
- Promouvoir la prise de conscience communautaire
- Élaborer des stratégies efficaces afin de faire participer les employés plus jeunes à la CCMTGC
- Inculquer un sens des responsabilités et un sentiment d'appartenance pour le mieux-être de notre communauté
- Déterminer 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'endossement des syndicats locaux
- aider à élaborer 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 syndiqués 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/organisme et la CCMTGC. Vous devez donc connaître les progrès de la campagne de votre ministère/organisme, 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 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 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.

Section V: 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 épaulent (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 siège social 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 1^{er} 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

Avril

- Participer à la séance de formation des chefs de campagne
- Établir un calendrier de rencontres régulières avec votre DD (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 SPS si vous n'avez pu le faire en mars
- Consulter votre DD pour organiser la visite du sous-ministre/président de l'organisme
- 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 DD 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
- Participer à la première réception de la CCMTGC

Mai

- Organiser une séance de planification stratégique (SPS) si ce n'est pas encore fait

- Continuer les rencontres régulières avec votre gestionnaire de la CCMTGC
- Visiter le sous-ministre/président d'organisme 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 DONNS) 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 capitaines d'équipes, le représentant prochaine génération, 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 capitaines 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)
- 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.)
- Participer au petit déjeuner organisé par le membre du cabinet de la RCN de la CCMTGC
- Participer à la rencontre de bon voisinage
- Participer à la réception de la CCMTGC

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
- 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 appropriés du comité
- Réserver une Coche Santé
- Continuer les rencontres régulières avec votre gestionnaire de la CCMTGC
- Finaliser les stratégies de campagne (réserver des conférenciers, obtenir du matériel de campagne)
- Participer à la tournée *Le voir c'est le croire* de la CCMTGC; encourager les membres de l'équipe principale à y participer
- Participer à la réception de la CCMTGC

Juillet

- Reposez-vous bien!

Août

- Confirmer tous les plans et les dates de la 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 sollicitateurs (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 siège social de la CCMTGC (Bureau des conférenciers) pour vos séances de formation des sollicitateurs
- Débuter la formation des sollicitateurs
- Veiller à ce que des membres de votre équipe participent à la formation des trésoriers et du système DONS
- Veiller à ce que le logiciel DONS soit installé dans votre ministère ou organisme 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'organisme, 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'organisme et des cadres supérieurs y participent
- Participer à la réception de la CCMTGC

Septembre

- Organiser une présentation sur les dons de chefs de file (donner le ton)
- Participer au lancement de la CCMTGC pour la région de la capitale nationale, avec votre équipe et les sollicitateurs
- Lancer votre campagne après le lancement de la RCN. Veiller à ce que les affiches de la campagne et les tableaux d'objectifs soient installés bien en vue dans les aires publiques de vos bureaux/immeubles
- 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'organisme 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

- Participer à la tournée *Le voir c'est le croire* de la CCMTGC; encourager les sollicitateurs à y participer
- Faire la promotion de la *Journée d'entraide* et recruter une équipe
- Participer à la réception de la CCMTGC

Octobre

- Continuer à surveiller les progrès de la sollicitation
- Veiller à ce que les sollicitateurs 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
- Participer à la *Journée d'entraide*
- Participer au petit déjeuner organisé par le membre du cabinet de la RCN de la CCMTGC
- Participer à la réception de la CCMTGC

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 ou au RD
- Présenter vos mises en candidature pour les prix de la CCMTGC (l'échéance est à la mi-novembre)
- Organiser votre propre événement de clôture avant la cérémonie de clôture de la CCMTGC pour annoncer et célébrer vos résultats
- 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
- Participer au dernier petit déjeuner du membre du cabinet de la RCN de la CCMTGC
- Faire la promotion de l'événement *Dimanche extraordinaire* pour les chefs de file

- Participer à la réception de la CCMTGC

Décembre

- Effectuer un post-mortem de la campagne
- Remettre un rapport final de la campagne à la haute direction
- Remettre un rapport final de la campagne à votre gestionnaire de la CCMTGC

Janvier

- Livrer les reçus d'impôt
- Donner un compte rendu au nouveau chef de campagne
- Présenter les « leçons apprises » au comité de gestion et communiquer l'importance de nommer le chef de campagne tôt. Souligner que la réussite de la campagne, l'esprit d'équipe et un engagement tôt sont des gages de réussite pour la campagne et le ministère.

Section VI: Les étapes clés d'une campagne réussie

En tant que chef de campagne, vous avez été choisi par votre sous-ministre/président d'organisme 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 portera 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'organisme 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

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/organisme 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 appuient 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/organisme 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 dynamiques
- 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/organisme
- 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 (voir Glossaire)
- 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 **sous-chefs de campagne**), aux **agents de formation**, aux **agents des communications**, aux **coordonnateurs de direction générale** et/ou **capitaines 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 sur le site Web de la CCMTGC au www.gcwcc.org.

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 œuvre. Commencez par examiner les résultats des campagnes antérieures de votre ministère/organisme, 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'organisme, notamment un changement dans le nombre d'employés ou l'ajout 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/organismes 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/organisme (p. ex., choisissez la sollicitation personnalisée, la sollicitation de groupe ou une combinaison des deux, selon la taille de votre ministère/organisme)
- 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 contractuels
- 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 / de l'organisme 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 et visible 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 la campagne des employés
- d'autoriser un budget adéquat et de laisser suffisamment de temps aux membres de l'équipe de la campagne pour leurs activités

- d'accorder du temps pour la formation des solliciteurs et les événements spéciaux des employés
- d'endosser la campagne en participant au lancement du ministère ou de l'organisme, 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 solliciteurs et coordonnateurs de direction générale/capitaines 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 gestionnaire de la CCMTGC ou représentant délégué
- Gardez un niveau élevé d'enthousiasme durant la campagne en communiquant régulièrement les résultats aux employés et aux sollicitateurs
- Veillez à ce que les dons de chefs de file soient signalés au gestionnaire 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

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, plusieurs ministères reçoivent des prix. Consultez notre site Web au www.gcwcc.org pour obtenir une liste à jour des prix, les critères afférents, le processus de mise en candidature et la date limite de présentation des mises 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 des 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/organisme 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. Les certificats sont disponibles sur le site Web de la CCMTGC au www.gcwcc.org. Vous pouvez les personnaliser et les remettre à chacun des 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 présentez des recommandations pour les campagnes futures

Section VII: 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 vos efforts.

Déterminez les moyens de communication

Décidez quand et comment vous communiquerez avec le chef 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 trouver les réponses

Lorsque vos sollicitateurs vous posent des questions ou ont besoin de renseignements supplémentaires, vous devrez 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 chef de campagne ou 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 capitaine d'équipe, 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 solliciteurs.

Faites régulièrement rapport au chef de campagne

N'oubliez pas de tenir votre chef de campagne au courant des progrès de la sollicitation de votre équipe. Pendant la campagne éclair, présentez régulièrement des rapports d'étapes et discutez de moyens de soutenir la motivation et les efforts de tous et chacun. Signalez les problèmes et les préoccupations, demandez des conseils et discutez des solutions possibles.

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.

Remise quotidienne des formulaires

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

Vérification

Il vous appartient de vérifier tous les formulaires de don remis par les solliciteurs. Prenez le temps de les réviser et de vous assurer qu'ils ont été bien remplis. S'ils sont mal remplis, demandez au solliciteur de les rapporter aux donateurs. Réservez un espace dans votre système de suivi pour indiquer quels formulaires ont été envoyés au trésorier et lesquels ont été retournés aux donateurs pour correction.

Rapports

Vous devez mettre en place un système permettant la présentation régulière de rapports. Vous devriez fournir chaque semaine à votre chef de campagne 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. Des rapports clairs et opportuns contribueront à maintenir l'enthousiasme et la motivation de votre équipe et aideront le chef de campagne à se tenir au courant de l'évolution de la campagne.

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 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 en 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 solliciteur tous les jours et le remettre. Évaluer vos activités de sollicitation avec votre chef d'équipe ou de campagne.	OUI Non Date :



FEUILLE DE RENSEIGNEMENTS pour solliciteurs et donateurs

Vous pouvez CONSOLIDER tous vos dons de charité par l'intermédiaire de notre Campagne de charité (CCMTGC) en contribuant :

- A) à n'importe quel Centraide au Canada** [[Case A du formulaire de don](#)]
- voir au verso du calendrier de la campagne pour la liste complète des Centraides au Canada
 - voir au verso du calendrier de la campagne pour la liste complète des organismes membres de Centraide/United Way Ottawa et de Centraide Outaouais (**vous pouvez désigner votre don à un, à plusieurs, ou à tous les organismes**)
- B) à PARTENAIRESANTÉ/HEALTHPARTNERS** [[Case B](#)]
- voir au verso du calendrier de la campagne pour la liste des 16 partenaires (**vous pouvez donner à un, à plusieurs, ou aux 16 partenaires**)
- C) à n'importe quel autre des 80 000+ organismes de bienfaisance enregistrés canadiens** [[Case C](#)]
- visitez le site Web de l'Agence du revenu du Canada (ARC) au www.cra-arc.gc.ca/charities, ou appelez le (613) 954-6215 pour obtenir le numéro d'entreprise pour « autres organismes de bienfaisance enregistrés canadiens »

Méthodes de paiement :

- 1) Retenues à la source** {méthode très facile et la plus recommandée}
 - retenues étalées sur une période d'un an (de janvier à décembre) ; reçu pour l'impôt automatiquement inscrit sur le T4
- 2) Chèque ou chèques postdatés** (jusqu'au 31 décembre 2010) à l'ordre de : **Centraide CCMTGC**
- 3) Comptant**
- 4) Carte de crédit** (Visa, MasterCard, American Express) :
 - Un seul paiement, ou 12 mensualités égales (du 15 janvier au 15 décembre 2010)

Don de chefs de file – Un investissement de taille dans sa communauté

- Les **chefs de file** donnent 1 000 \$ ou plus
 - Les **amis** donnent entre 500 \$ à 999 \$
 - Les **étoiles** donnent entre 250 \$ et 499 \$
- Devenez un **chef de file** pour le prix d'un café extra large par jour (après économies d'impôt indiquées ci-dessous)
- Devenez un **ami** pour moins d'un muffin par jour (tel qu'indiqué ci-dessous)
- Devenez une **étoile** pour le prix de trois Timbits (tel qu'indiqué ci-dessous)

Avantages fiscaux (voir le guide de l'ARC RC4142 intitulé « Avantages fiscaux liés aux dons à des organismes de bienfaisance »)

En 2008, un particulier a reçu un **crédit d'impôt fédéral** de 15 % pour les premiers 200 \$ de dons de bienfaisance et 29 % sur l'excédent. [De plus:](#)

- **les résidents de l'Ontario ont reçu** un crédit d'impôt provincial de 6,05 % pour les premiers 200 \$ de dons et 11,16 % sur l'excédent ;
- **les résidents du Québec ont reçu** un crédit d'impôt provincial de 20 % pour les premiers 200 \$ de dons et 24 % sur l'excédent

Coût réel d'un don de 1 000 \$ (chef de file), 500 \$ (ami) et de 250 \$ (étoile) après l'épargne fiscale :

<i>Don de 1 000 \$</i>	<i>Coût par paie</i>	<i>Coût après l'épargne fiscale</i>	<i>Coût réel du don</i>	<i>Coût réel par jour</i>
- résidents de l'Ontario	38,47 \$	24,49 \$	636 \$	1,74 \$
- résidents du Québec	38,47 \$	19,46 \$	506 \$	1,39 \$
<i>Don de 500 \$</i>	<i>Coût par paie</i>	<i>Coût après l'épargne fiscale</i>	<i>Coût réel du don</i>	<i>Coût réel par jour</i>
- résidents de l'Ontario	19,24 \$	12,98 \$	337 \$	0,92 \$
- résidents du Québec	19,24 \$	10,42 \$	271 \$	0,74 \$
<i>Don de 250 \$</i>	<i>Coût par paie</i>	<i>Coût après l'épargne fiscale</i>	<i>Coût réel du don</i>	<i>Coût réel par jour</i>
- résidents de l'Ontario	9,62 \$	7,22 \$	188 \$	0,51 \$
- résidents du Québec	9,62 \$	5,90 \$	153,50 \$	0,42 \$

Tableau de retenues à la source (basé sur 26 paies)

par paie	annuel	par paie	annuel	par paie	annuel	par paie	annuel	par paie	annuel	par paie	annuel
2 \$	52 \$	6 \$	156 \$	10 \$	260 \$	14 \$	364 \$	18 \$	468 \$	50 \$	1 300 \$
3 \$	78 \$	7 \$	182 \$	11 \$	286 \$	15 \$	390 \$	19 \$	494 \$	60 \$	1 560 \$
4 \$	104 \$	8 \$	208 \$	12 \$	312 \$	16 \$	416 \$	20 \$	520 \$	75 \$	1 950 \$
5 \$	130 \$	9 \$	234 \$	13 \$	338 \$	17 \$	442 \$	40 \$	1 040 \$	100 \$	2 600 \$

Site Web d'EC-ACÉE-APC : <http://ccmtgc.ec.gc.ca>

Site Web de la CCMTGC : <http://www.ccmtgc.org>

Section VIII: Le formulaire de don

Veillez consulter le lien ci-dessous pour obtenir l'information la plus récente sur le formulaire de don :

http://www.gcwcc-ccmtgc.org/fr/gerer_une_campagne/how_to_use_gf_fr.php

Section IX: Outils de la campagne

Bureau des conférenciers

La CCMTGC offre des conférenciers bénévoles de Centraide/United Way et Partenairesanté/Healthpartners qui s'expriment en français et/ou en anglais. Ils ont tous fait l'expérience des grands services que Centraide/United Way et Partenairesanté/Healthpartners offrent dans la RCN. Bon nombre de nos conférenciers bénévoles ont bénéficié directement des services d'organismes membres de Centraide/ United Way ou de Partenairesanté/Healthpartners, et tous parlent du fond du coeur.

Les conférenciers sont disponibles toute l'année. Nous vous recommandons de réserver le plus tôt possible pour que nous puissions réserver un conférencier qui correspond à vos besoins. Voici des sujets de présentation populaires : les besoins des enfants et des aînés, le counselling et la défense des droits, les programmes qui répondent à des besoins spéciaux, la recherche médicale et les programmes d'éducation en matière de santé. Pour en savoir plus sur le Bureau des conférenciers, visitez le www.gcwcc.org.

Bureau des conférenciers chefs de file

Similaire au Bureau des conférenciers, le Bureau des conférenciers chefs de file offre différents conférenciers chevronnés qui peuvent participer à vos événements de chefs de file, parler lors d'une assemblée générale, participer à une réunion de la haute direction et promouvoir différents niveaux de dons. Les conférenciers chefs de file peuvent expliquer ce que sont les avantages des dons de chefs de file, décrire ce que sont les besoins de la communauté et motiver les employés à donner.

Tournées *Le voir, c'est le croire*

Les tournées *Le voir, c'est le croire* (SIB) représentent une excellente occasion de visiter les agences et organisations qui bénéficient du financement de Centraide/United Way et de Partenairesanté/Healthpartners, et de voir comment vos dons aident d'autres personnes de notre collectivité. Compte tenu du succès de cet événement, plusieurs tournées SIB de la CCMTGC sont organisées tous les ans. Veillez consulter la liste d'événements fournie au moment de la formation ou communiquer avec votre gestionnaire de la CCMTGC pour en connaître les dates et l'emplacement.

Plusieurs ministères organisent leur propre tournée SIB, qu'ils réservent à leurs bénévoles et adaptent à leur culture. Ces tournées peuvent représenter une marche de groupe lors desquelles les participants visitent des organismes du voisinage, ce qui épargne du temps et de l'argent.

Nous vous encourageons vivement à vous inscrire aux tournées SIB et de le faire dès que possible, puisque le nombre de places est limité.

Journée d'entraide

Une autre expérience valable pour les bénévoles de la campagne ou le personnel du ministère est la *Journée d'entraide*. Cet événement regroupe des équipes de quatre à cinq personnes de nombreux milieux de travail des secteurs public et privé, lors duquel elles sont affectées à un organisme particulier ou à un projet communautaire pendant une journée. Comme les participants s'inscrivent en équipe, cet événement est un excellent moyen de bâtir un esprit d'équipe pour les équipes de campagne et les employés. Les individus ou les petits groupes de deux ou trois personnes peuvent aussi être jumelés pour former une équipe.

Les participants se rendent au Parc Lansdowne tôt le matin pour rencontrer toutes les équipes, prendre un petit déjeuner, et obtenir leur affectation, et ils y retournent en fin de journée pour échanger leur expérience.

Nous vous incitons à y participer et à vous inscrire dès que possible pour réserver des places pour votre équipe. Veuillez consulter la liste d'événements en ligne (au www.gcwcc.org) pour obtenir les dates ou communiquer avec votre gestionnaire de la CCMTGC pour obtenir un complément d'information.

Prix de la CCMTGC

La CCMTGC décerne plusieurs prix et offre des programmes de reconnaissance qui visent à souligner les contributions importantes des employés et des retraités fédéraux au sein de leur communauté. Ces outils peuvent servir à motiver et à encourager les dons de bienfaisance, le dévouement à la campagne et l'engagement communautaire. Les responsables des communications peuvent faire la promotion de ces prix et des récipiendaires lors d'événements, dans des bulletins et en utilisant d'autres moyens. Ils sont encouragés à présenter des candidatures à l'équipe de la CCMTGC. Les prix et initiatives de reconnaissance couramment offerts :

Prix communautaire de la CCMTGC (Prix PC)

Bien que la CCMTGC soit synonyme de levée de fonds, il ne fait nul doute qu'il faut plus que des dollars pour créer une communauté robuste et saine.

Les employés et les retraités fédéraux sont parmi les bénévoles les plus actifs et engagés de la RCN. En 2004, la CCMTGC a lancé un nouveau programme de prix qui visait à reconnaître les « héros méconnus. » Le prix communautaire (PC) est décerné aux employés et aux retraités fédéraux qui ont démontré un engagement peu commun pour leur communauté.

Ces prix sont habituellement décernés durant des présentations surprises à des bénéficiaires méritoires, dans leur milieu de travail ou leur organisme de bénévolat. Le personnel de la CCMTGC

travaille avec des collègues, des membres de la famille et des amis pour que la présentation soit « spéciale » pour le lauréat. Plusieurs bénévoles de niveau supérieur de la CCMTGC y participent souvent pour remettre une plaque de reconnaissance à cette personne.

Connaissez-vous un employé ou un retraité fédéral qui est digne de recevoir un PC? Veuillez visiter le www.gcwcc.org pour présenter une candidature.

Prix Mitchell Sharp pour service méritoire

Le Prix Mitchell Sharp pour service méritoire rend hommage à un retraité fédéral dont le service pour la communauté et le pays représente un modèle de dévouement, de générosité et d'engagement. Ce prix a été nommé en l'honneur de feu Mitchell Sharp, un de nos employés fédéraux bien connus qui a su maintenir son dévouement pour le pays et ses habitants, même à la retraite. Ce prix est décerné lors de l'événement annuel de remise des prix de campagne de la CCMTGC. Le formulaire de candidature se trouve au www.gcwcc.org.

Prix de la campagne

À la fin de toutes les campagnes, nous soulignons les réalisations des ministères et organismes dans le cadre de la campagne de la CCMTGC. Plusieurs prix, dans diverses catégories, sont décernés pour souligner les réalisations importantes de la campagne. Veuillez consulter la section de Reconnaissance (prix) sur notre site Web au www.gcwcc.org pour connaître la liste complète des prix et comment votre ministère/organisme peut se qualifier. Consultez également le « Temple de la renommée » pour obtenir une liste d'anciens gagnants.

Articles promotionnels

Pour donner à votre campagne une image dynamique et accroître sa visibilité, la CCMTGC vous offre un certain nombre d'articles. Certains d'entre eux sont offerts gratuitement. Adressez-vous à votre gestionnaire de la CCMTGC pour vous renseigner à ce sujet.

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 de charité en milieu de travail du gouvernement du Canada (CCMTGC), les COCHE SANTÉ sont offertes aux employés fédéraux, dans leur milieu de travail. Les ministères/organismes peuvent s'en prévaloir en en faisant la demande.

Pour réserver une COCHE SANTÉ, veuillez contacter votre coordonnateur local!

Le site Web de la CCMTGC

Pour obtenir un complément d'information ou des mises à jour sur la campagne, visitez le site Web de la CCMTGC au www.gcwcc.org.

Foire aux questions

Veuillez cliquer sur le lien ci-dessous pour consulter la foire aux questions.

http://www.gcwcc-ccmtgc.org/fr/about_GCWCC/faq.php