



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

Manuel de formation : coordonnateur de 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.

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
Partenairesanté/Healthpartners.....	6
Centraide/United Way Ottawa	6
Section III : Le rôle de Coordonnateur de direction générale et/ou chef d'équipe	7
Quelle est la différence?.....	7
La vue d'ensemble	7
Section IV : Le déroulement de la CCMTGC	8
1. Organisez une réunion de présentation.....	9
2. Tenez régulièrement des réunions.....	9
3. Soutenez vos sollicitateurs.	9
4. Faites connaître les réussites.	9
5. Amusez-vous!	9
Section VI: Formation de votre équipe de la CCMTGC	9
Le coordonnateur de direction générale.....	10
Liste de contrôle du coordonnateur de direction générale – les étapes de la réussite	11
Le chef d'équipe.....	12
Section VII: Établissement d'un plan d'action en cinq étapes	13
Étape 1 • Recruter les sollicitateurs.....	13
Étape 2 • Fixer vos objectifs et établir vos stratégies de campagne	14
Étape 3 • La sollicitation	16
Étape 4 • Suivez la campagne de près et faites-en rapport.....	17
Étape 5 • Dites merci et évaluez	19
Évaluez votre campagne	19
Section VIII: Les sept étapes d'une sollicitation réussie	20
Section IX : Le formulaire de don.....	23
Section X: Outils de la campagne	23
Bureau des conférenciers	23
Tournées « Le voir, c'est le croire ».....	23
Journée d'entraide	24
Prix de la CCMTGC.....	24
Prêts d'articles.....	24
COCHE SANTÉ.....	24

www.gcwcc.org	25
Foire aux questions	25

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.

Partenairesanté/Healthpartners



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



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'emploi, 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 de Coordonnateur de direction générale et/ou chef d'équipe

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.

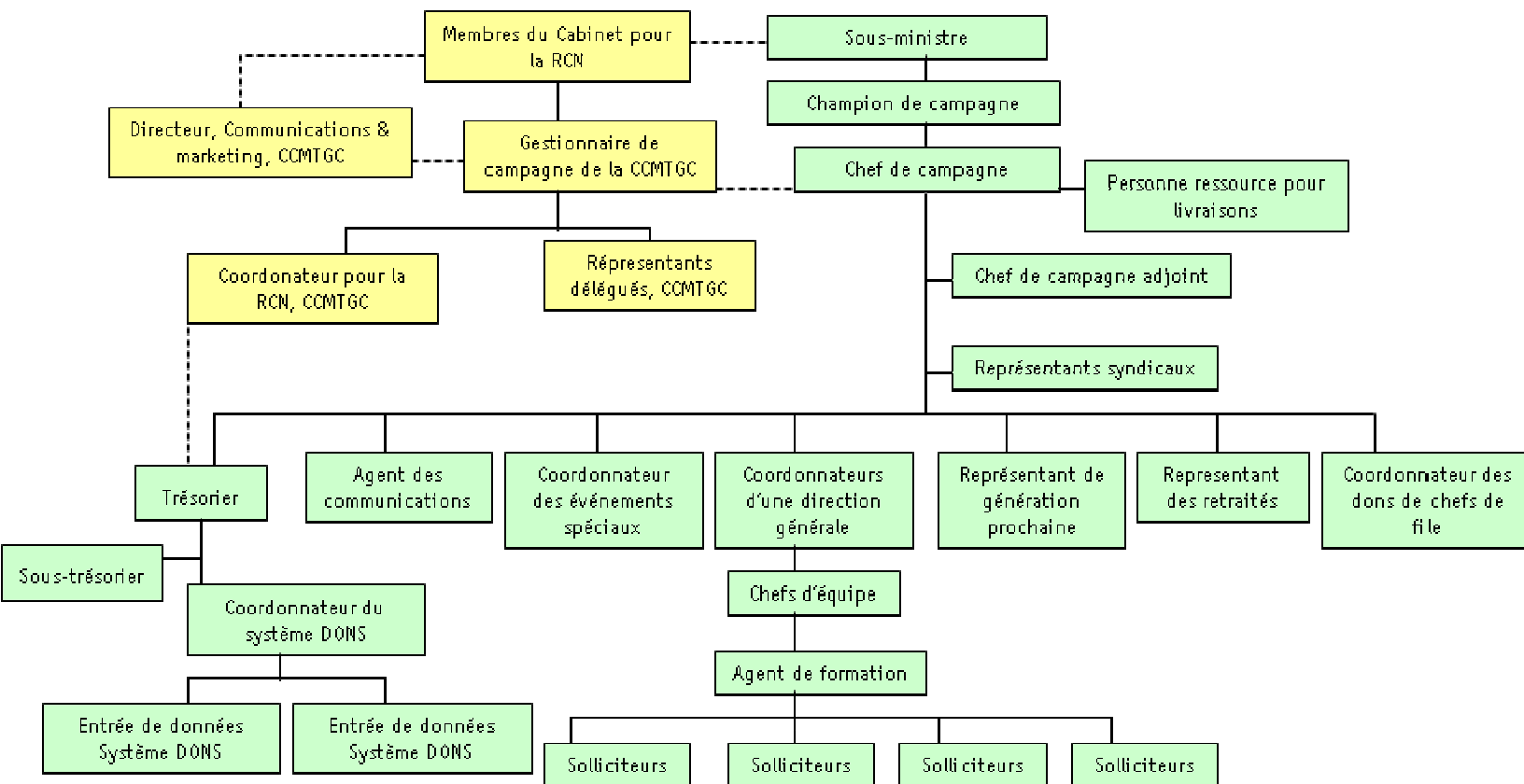
La vue d'ensemble

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!

Section IV : Le déroulement de la CCMTGC



Section V : 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 sollicitateurs 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 sollicitateurs.

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 sollicitateurs 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 sollicitateur 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 sollicitateurs 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.

Section VI: Formation de votre équipe de la CCMTGC

Dans votre plan d'action, vous devriez prévoir des séances de formation pour les sollicitateurs (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 sollicitateurs pour leur rappeler l'activité et encouragez-les à y assister. La

formation permettra aux sollicitateurs 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.

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

*Il est essentiel que tous les membres de votre comité participent aux séances de formation et il appartient au chef de campagne de les motiver à le faire. La formation se déroulera entre les mois d'avril et septembre. Consultez le site Web www.gcwcc.org pour un complément d'information.

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 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.

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 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'il 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.gcwcc.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.gcwcc.org)
- Remettre le matériel de campagne et les formulaires de don aux sollicitateurs
- Harmoniser le calendrier de sollicitation avec les objectifs du ministère
- Communiquer clairement les échéances et les attentes aux sollicitateurs
- 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 solliciteurs, dont la participation est essentielle à la réussite de la campagne. Il vous revient :

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

Section VII: 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 solliciteurs

En qualité d'ambassadeurs de la CCMTGC, vos solliciteurs 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 solliciteurs. Une poignée de solliciteurs vraiment dévoués peut faire un bien meilleur travail que plusieurs solliciteurs 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 gestionnaire de la CCMTGC
- Demander aux sollicitateurs de faire leur propre don avant de commencer la sollicitation

La CCMTGC offre un module de formation pour sollicitateurs que votre agent de formation peut utiliser pour la formation. Votre gestionnaire de la CCMTGC peut aussi aider à présenter la séance de formation.

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, d'amis et d'étoiles
- 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 gestionnaire 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 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.gcwcc.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 gestionnaire 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 solliciteurs, 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 gestionnaire ou représentant délégué 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/Healthpartners 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 vis-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 solliciteurs. 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 enquérir 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.

Si vous avez besoin d'aide dans la mise au point d'un système de suivi, adressez-vous à votre chef de campagne

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 gestionnaire ou représentant délégué 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 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 solliciteurs
- 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 solliciteurs et de reconnaître publiquement leurs efforts
- Remettez des certificats ou des plaques gravées reconnaissant le travail de vos bénévoles. Visitez le www.gcwcc.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 solliciteurs 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.

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 sollicitateurs et incluez-les dans votre rapport final au directeur 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 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 sollicitateurs

Matériel non utilisé

Veillez remettre tout le matériel et tous les formulaires de don non utilisés à votre chef de campagne.

Section VIII: Les sept étapes d'une sollicitation réussie

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

À faire	Pourquoi	Fait?
1. Participer à une séance de formation de la CCMTGC pour les sollicitateurs	Pour se renseigner : la CCMTGC c'est quoi? Quel est le rôle du sollicitateur? 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	OUI NON Date :

	solliciteur doit-il présenter?	
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 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 :



Campagne de charité en milieu de travail du Gouvernement du Canada (CCMTGC) 2009



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 \$

Section IX : 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 X: 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.

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. Veillez consulter la liste d'événements en ligne pour y trouver les dates définitives ou contacter votre gestionnaire de la CCMTGC pour obtenir un complément d'information.

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 directeur divisionnaire de la CCMTGC pour obtenir un complément d'information.

Prix de la CCMTGC

Afin de mousser l'enthousiasme et de créer de la concurrence amicale au sein de votre ministère/agence, faites la promotion de l'excellence par le truchement des prix de la CCMTGC. Ces prix encouragent la générosité et une participation élevée.

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.gcwcc.org).

Prêts d'articles

La CCMTGC offre certains articles, tout à fait gratuitement, pour vous aider à rehausser le profil de votre campagne. Consultez votre gestionnaire de la CCMTGC 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!

www.gcwcc.org

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

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

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