



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

Manuel de formation: événements spéciaux



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.....	2
Une tradition de fierté.....	2
Pourquoi les employés fédéraux attachent-ils de la valeur à la campagne?	2
Les clés de la réussite de la CCMTGC.....	3
Section II : Profil des organismes bénéficiaires	3
Centraide Outaouais	3
Healthpartners/Partenairesanté/Healthpartners.....	4
Centraide/United Way Ottawa	4
Section III : Votre rôle de coordonnateur des événements spéciaux.....	5
Ce que vous devez savoir	5
Section IV: La planification d'un événement spécial. Avant de commencer, demandez :	6
Coûts	6
Ressources.....	6
Licences et permis*	7
Émission de reçus pour les dons en espèces et en nature.....	10
Billets de loterie, tirages, tombolas et autres jeux de hasard.....	11
Vente aux enchères	11
Tournois de golf.....	11
Section V : Guide d'activités amusantes	12
Événements spéciaux de sensibilisation	12
ÉVÉNEMENTS SPÉCIAUX QUI RECUEILLENENT DES FONDS	17
D'autres idées.....	19
Section VI : Journée éclair d'une journée : une stratégie de campagne réussie	19
Section VII : Outils éducatifs et de sensibilisation.....	21
Coches santé.....	21
Bureau des conférenciers	21
Tournées « Le voir, c'est le croire »	21
Journée d'entraide	22
Liste de contrôle pour les événements spéciaux.....	23
Ressources supplémentaires	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 faire partie de l'équipe de la Campagne de charité en milieu de travail du gouvernement du Canada (CCMTGC)! Votre rôle de bénévole est essentiel à la réussite de la campagne. La CCMTGC vous remercie de votre leadership et de votre participation. Sachez que nous serons là pour vous épauler tout au long de la campagne.

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 : Votre rôle de coordonnateur des événements spéciaux

En qualité de coordonnateur des événements spéciaux, vous devez planifier et organiser des événements, de concert avec votre chef de campagne. Il existe deux types d'événements : ceux qui rehaussent la sensibilisation à la campagne et sa visibilité, et ceux qui aident à recueillir des fonds pour appuyer d'importantes initiatives communautaires.

Un événement spécial peut durer toute une journée, une semaine ou quelques heures seulement. Vous êtes le **chef de projet** de l'événement et devez tout planifier, du début à la fin, tout en vous amusant. La première étape de la planification est de vous informer. Parlez à votre chef de campagne pour déterminer quels événements ont été bien reçus dans votre ministère.

Assurez-vous de déterminer si vous aurez besoin de **permis spéciaux**, s'il y aura des **facteurs techniques** à prendre en compte et combien l'événement **coûtera** à organiser. Le présent guide est un excellent point de départ pour vous renseigner sur l'organisation d'événements visant à accroître la sensibilisation et à recueillir des fonds pour la CCMTGC.

Ce que vous devez savoir

Le choix du moment compte!

Dans la plupart des milieux de travail, les événements spéciaux représentent environ 10 % de l'objectif de la campagne. Il importe donc que les événements aient lieu **après la sollicitation des employés**, car ils ne doivent pas penser que leur contribution financière à des événements spéciaux remplace ou diminue leur don personnel. **Souvenez-vous que les événements spéciaux complètent la sollicitation et ne la remplacent pas!**

Ce sont les résultats qui comptent!

Le choix des événements doit être stratégique et il devrait y en avoir tout au plus deux ou trois. Lorsque vous planifiez un événement spécial, choisissez-en un qui s'est déjà avéré efficace (et consultez notre liste d'événements à la fin du guide). Un des objectifs les plus importants est la **participation des employés**.

Le proverbe « **planifier le travail et travailler le plan** » s'applique tout spécialement à l'organisation d'événements spéciaux. Il est essentiel de bien planifier tous les aspects de l'événement pour en assurer la réussite. Il peut être sage d'avoir un plan de rechange en cas d'éventualités (p. ex., s'il pleut lors de votre événement extérieur).

Section IV: La planification d'un événement spécial.

Avant de commencer, demandez :

Que souhaitez-vous accomplir? rehausser la sensibilisation/le profil de la campagne?
Améliorer le moral des employés? Recueillir des fonds?

Votre ministère a-t-il déjà organisé une activité semblable? Avait-elle remporté du succès?
Combien d'argent avez-vous recueilli/combien a-t-il coûté? Combien d'employés y ont participé? La haute direction y a-t-elle participé?

Combien de temps faut-il pour le planifier et l'organiser? Quelles sont vos ressources? De quel budget disposez-vous? Qui l'organisera? Qui seront vos conférenciers clés et vos invités? Qui rédigera les discours?

Avez-vous besoin d'obtenir une autorisation spéciale, un permis ou une licence?
Combien de temps faut-il pour obtenir l'autorisation, le permis ou la licence?

Avez-vous remis votre calendrier d'événements à votre gestionnaire de la CCMTGC pour qu'il puisse faire partie du plan de campagne de votre ministère?

Coûts

Les événements spéciaux peuvent coûter cher. Si cela est permis dans votre ministère/organisme, vous pourriez communiquer avec des commanditaires pour obtenir des fournitures, des services ou des prix, mais précisez clairement que cette contribution s'ajoute à celle qu'ils font habituellement à la CCMTGC. Vous pouvez utiliser la lettre spécimen fournie à la fin du guide.

Les politiques internes de certains ministères interdisent de le faire. Dans de tels cas, cherchez des incitatifs internes, tels qu'une journée de congé, un déjeuner avec votre SM ou l'utilisation d'une place de stationnement prisée. Déterminez ce qui pourrait être un prix dans votre ministère. La créativité est importante. Réfléchissez bien au montant que vous pensez pouvoir recueillir. Rien n'est plus désolant qu'une activité spéciale bien intentionnée qui ne parvient pas à atteindre son objectif financier.

Ressources

Centraide/United Way et Partenairesanté/Healthpartners offrent aussi des conférenciers anglais et français qui donnent des témoignages, toute l'année, sur les nombreux avantages des programmes de Centraide/United Way et de Partenairesanté/Healthpartners dans la région de la capitale nationale. Visitez le www.gcwcc.org pour remplir un formulaire de « Demande de conférencier. ».

Agrémentez votre événement spécial à l'aide de vidéos de la campagne, de bannières promotionnelles, d'affiches, de drapeaux et de ballons. Vous pouvez demander ces articles en visitant le www.gcwcc.org, et en remplissant le formulaire de prêt d'articles.

Licences et permis*

Pour la tenue de certains événements spéciaux, comme des **tirages, des ventes aux enchères, des soirées de casino et des bingos**, vous devrez obtenir une autorisation de la Ville d'Ottawa et une licence de la province de l'Ontario. La demande doit être remplie au nom de votre ministère/organisme et être accompagnée d'une lettre portant les signatures autorisées de Centraide/United Way et de l'autorisation municipale. La demande est alors acheminée au service provincial de délivrance de permis accompagné des droits exigés et des pièces justificatives.

***Il peut s'écouler jusqu'à six semaines avant que vous receviez votre licence.** Alors, si vous pensez avoir besoin d'une licence, communiquez avec votre bureau des licences provincial dès que possible.

Avis important

Les renseignements fournis sur les licences et reçus aux fins d'impôt sont à jour au moment de l'impression. Cependant, la province et l'Agence du revenu du Canada (ARC) peuvent établir de nouvelles directives en tout temps, ce qui pourrait avoir une incidence sur l'émission des licences et des reçus. Tous les règlements peuvent être modifiés sans préavis et Centraide/United Way, qui gère la CCMTGC, doit s'y conformer pour maintenir son statut d'organisme de bienfaisance.

Licence pour jeux de bienfaisance

Les jeux de bienfaisance sont des jeux de hasard permis par une licence remise en vertu du Code criminel (Canada). Ils comprennent généralement les bingos, les tirages au sort, les tirages 50/50 et d'autres jeux dans le cadre d'activités sociales telles qu'un casino ou une tombola. **Une licence est requise si toutes les conditions suivantes s'appliquent :**

- un prix peut être gagné (argent, biens, services, etc., y compris les prix donnés)
- des droits d'entrée sont exigés pour avoir une chance de gagner (p. ex., achat d'un billet)
- le facteur chance entre en jeu

Nota –

1. Les demandes doivent être déposées auprès du bureau provincial **au moins 30 jours avant le début de l'événement.**
2. Le bureau de la CCMTGC a reçu ordre des provinces de **refuser les fonds** recueillis lors de jeux de bienfaisance, si une licence n'a pas été obtenue pour cet événement.
3. **Le ministère / l'organisme est responsable de la licence** (demande et rapport).

Étapes pour obtenir une licence

1. Présenter une demande de licence

Pour présenter une demande de licence, un organisme gouvernemental doit :

- déterminer le genre d'activité qui aura lieu
- obtenir les formulaires appropriés de la province où se tiendra l'activité et remplir le

formulaire selon les instructions

- obtenir un accusé de réception de Centraide/United Way (prière de consulter votre gestionnaire de la CCMTGC)

Lorsque la demande est approuvée, l'autorité responsable des jeux délivrera une licence directement au demandeur de la licence. **Centraide/United Way n'est pas autorisée à émettre des licences.**

2. Comptabiliser les recettes de l'événement

Une fois que l'activité a eu lieu, en conformité avec tous les règlements et règles, **vous devez comptabiliser toutes les recettes de l'événement sur le formulaire d'événements spéciaux de la CCMTGC** et les déposer séparément des autres dons et des recettes d'événements spéciaux, tel que l'exige l'autorité responsable des jeux. Veuillez consulter votre trésorier pour connaître les démarches qui s'appliquent à votre ministère ou organisme.

3. Remettre le rapport comptable

Lorsque l'autorité responsable des jeux émet une licence, il est nécessaire de remettre un rapport comptable **au plus tard 30 jours** après la fin de l'événement. Un retard peut avoir une incidence sur l'admissibilité de votre ministère ou organisme à une licence ultérieure, ainsi que sur la capacité de Centraide/United Way d'assurer la délivrance de licence à d'autres organismes. En plus du rapport, vous devez fournir à l'autorité responsable des jeux, une copie du bordereau de dépôt propre à chaque licence. Veuillez consulter votre trésorier pour en obtenir une copie. Tout comme au moment de la demande, acheminez une copie du rapport et du bordereau de dépôt à votre gestionnaire de la CCMTGC. Vous devriez en conserver une copie pour vos dossiers.

Personnes-ressources pour les licences

Ontario

M. Ryan Scheller Ryan.scheller@ago.gov.on.ca

Commission des alcools et des jeux de l'Ontario

90, rue Sheppard est, bureau 200, Toronto (Ontario) M2N 0A4

1-800-522-2876 ou (416) 314-0539

Québec

Ligne d'information 1-800-363-0320 ou (514) 873-3577

11 étapes pour obtenir une licence de jeu

A) Province de l'Ontario

1. **Obtenir une permission écrite de la ville d'Ottawa**

Envoyer un courriel à M^{me} Natalie Algie dans lequel vous décrirez votre événement. Elle vous enverra une réponse rapidement et vous pourrez aller de l'avant.

M^{me} Jill Merkley
Agent principal intérimaire, Licences de loterie
Opérations municipales, Ville d'Ottawa
(613) 580-2424 poste 41363 ou Jill.Merkley@ottawa.ca

2. **Obtenir et remplir le formulaire de bingo/loteries**

BINGO : <http://www.agco.on.ca/pdf/forms/6002.pdf>
TIRAGES : <http://www.agco.on.ca/pdf/forms/6004.pdf>

Pour obtenir de l'aide, composez le 1-800-522-2876 ou le (416) 326-4962.

3. **Signez le formulaire**

Deux personnes de votre organisation doivent signer la demande (Centraide/United Way ne signe pas.)

4. **Préparez le chèque visé ou le mandat**

(Le libeller à l'ordre du ministère des Finances). Aucun chèque personnel ne sera accepté.
Communiquez avec Ryan Scheller au 1-800-522-2876 si vous avez besoin d'aide pour calculer les droits de licences et les valeurs minimales/maximales des prix offerts dans le cadre de l'événement.

5. **Envoyez une copie de la demande et une copie de votre chèque ou mandat à votre gestionnaire de la CCMTGC**

À l'attention de votre gestionnaire de la CCMTGC
Centraide/United Way Ottawa
363, chemin Coventry
Ottawa (Ontario) K1K 2C5
Télec.: (613) 228-6722

6. **Le bureau de la CCMTGC préparera ensuite un accusé de réception, qui sera signé par le chef de la direction financière de Centraide/United Way, et qui vous l'acheminera dans les plus brefs délais.**

7. **Envoyez la demande dûment remplie et l'accusé de réception à l'adresse suivante :**

Commission des alcools et des jeux de l'Ontario

90, rue Sheppard est, bureau 200, Toronto (Ontario) M2N 0A4

8. La province de l'Ontario délivrera votre licence et vous la fera parvenir directement.

9. Pour la comptabilité : les sommes recueillies au cours de l'événement doivent être déposées séparément de celles recueillies lors des autres événements spéciaux ou de la levée de fonds.

10. Rédigez un rapport final

- Un rapport doit être déposé au plus tard 30 jours après la fin de l'événement.
- Pour obtenir les rapports : bingo -www.agco.on.ca/pdf/forms/6348B.pdf
tirage -<http://www.agco.on.ca/pdf/forms/6002.pdf>
- Si vous avez d'aide pour les remplir, communiquez avec Wanda Roy au 1-800-522-2876 ou (416)326-4926.
- Les deux membres qui ont signé la demande doivent aussi signer le rapport (Centraide/United Way ne signe pas.)
- Les bordereaux de dépôt doivent être annexés au rapport.
- Le rapport doit être envoyé à la Commission des alcools et des jeux de l'Ontario (voir n° 7 ci-haut).

11. Envoyez une copie de votre rapport final à votre gestionnaire de de la CCMTGC, par la poste ou par télécopieur.

B) Province de Québec

1. Bingos

Au Québec, le gouvernement a émis un moratoire pour les bingos, c.-à-d. qu'il n'émet plus de **nouvelles** licences pour les bingos.

2. Tirages 50/50

Au Québec, les tirages 50/50 sont **illégaux**.

Émission de reçus pour les dons en espèces et en nature

Les directives de l'ARC stipulent clairement qu'un don consiste en la cession volontaire de la propriété d'un bien, **sans qu'aucune contrepartie ne soit reçue en retour**. En d'autres termes, on ne peut émettre de reçu pour fins d'impôt si le donateur obtient quoi que ce soit en retour pour un don en espèces ou en nature.

Un don en nature s'entend habituellement d'un don autre qu'en espèces ou en services. Les dons de services sont exclus des reçus d'impôt, puisqu'ils ne visent pas des biens matériels; les services tels que le temps, les compétences et les efforts ne sont pas considérés comme des biens et ne sont donc pas admissibles à des reçus d'impôt.

****Avant de promettre un reçu pour un don en nature, consultez votre gestionnaire de la**

CCMTGC.

Pour un complément d'information, consulter le site Web de l'Agence du revenu du Canada sur les dons de bienfaisance (www.cra-arc.gc.ca).

De manière générale, un don doit répondre AUX TROIS CONDITIONS suivantes :

1. le donateur transfère la propriété d'un bien – habituellement de l'argent - à un organisme de bienfaisance enregistré;
2. le transfert est volontaire (toute obligation légale de faire un don fait perdre à cette dernière son statut de don);
3. le transfert se fait sans contrepartie. Sauf quelques exceptions, le donateur ne peut recevoir quelque avantage que ce soit.

Les ministères et agences se retrouvent souvent dans des situations où l'admissibilité à un reçu pour fins d'impôt peut être difficile à déterminer. Voici quelques exemples des directives de l'ARC sur certains types d'activités ou d'événements de bienfaisance.

Billets de loterie, tirages, tombolas et autres jeux de hasard

Si une personne achète un billet de jeu de hasard comme une loterie, un tirage au sort ou une tombola pour gagner un prix, aucun reçu ne peut être émis parce qu'en retour pour le prix du billet, cette personne reçoit la chance de remporter un prix. En d'autres mots, l'achat d'un billet de loterie ou de toute autre chance de gagner un prix ne constitue pas un don.

Vente aux enchères

Tous les dons en espèces et en nature d'une vente aux enchères visant à lever des fonds donnent droit à un reçu si la valeur de la marchandise peut être déterminée. À noter cependant que la valeur d'un article n'est pas déterminée par son prix de vente. De nombreuses exceptions s'appliquent. Parlez à votre gestionnaire de la CCMTGC avant de promettre un reçu. Seuls les dons qui répondent aux lignes directrices de l'ARC pourront obtenir un reçu. Les demandes de reçus pour dons en nature ainsi que la documentation qui s'y rattache doivent parvenir à votre gestionnaire de la CCMTGC au plus tard **la première semaine du mois de décembre** et ne doivent pas être inclus dans les enveloppes ordinaires de la campagne.

Chaque fois qu'on offre de faire un don en nature en demandant un reçu pour fins d'impôt, communiquez avec votre gestionnaire de la CCMTGC **avant de vous engager**. Tous les reçus pour dons en nature doivent être approuvés par le chef de la direction financière de Centraide/United Way. Notre organisme a comme politique de se soumettre à toutes les exigences de l'ARC en ce qui concerne l'émission des reçus et, si nécessaire, de consulter les représentants de l'ARC pour déterminer si un don donne ou non droit à un reçu pour fins d'impôt.

Tournois de golf

Les directives de l'ARC en matière de reçus pour fins d'impôt et de tournois de golf de

bienfaisance sont très strictes. Avant d'organiser une telle activité, consultez les lignes directrices de l'ARC et votre gestionnaire de la CCMTGC.

**Pour un complément d'information sur cette question, visitez le site suivant :

<http://www.cra-arc.gc.ca/tax/charities/donors/menu-f.html>

Section V : Guide d'activités amusantes

Événements spéciaux de sensibilisation

Un barbecue : une collecte de fonds savoureuse

Coûts liés à l'événement : **Élevés**
Niveau de difficulté : **Élevé**
Buts visés : **Sensibilisation et collecte de fonds**
Permis nécessaire : **Non**

Clés de la réussite :

- Affichez le menu du barbecue à l'avance
- Mettez vos billets en vente une semaine avant le barbecue afin d'avoir une idée de la quantité de nourriture requise
- Vous devriez pouvoir acheter votre viande en gros et bénéficier d'un rabais
- Rendez visite à un grossiste pour essayer d'obtenir un don de fournitures (assiettes, ustensiles, etc.)
- Si vous servez un grand nombre de personnes, prévoyez au moins quatre à cinq barbecues au gaz
- Encouragez les cadres supérieurs à participer comme invités/conférenciers
- Donnez aux cuisiniers un tablier de la CCMTGC
- Prévoyez des plats végétariens au menu (p. ex., hamburgers sans viande)

Vente de pâtisseries : de la cuisine amusante

Coûts liés à l'événement : **Peu élevés**
Niveau de difficulté : **Peu élevé**
Buts visés : **Sensibilisation et collecte de fonds**
Permis nécessaire : **Non**

Clés de la réussite :

- Demandez aux employés de donner des pâtisseries
- Annoncez l'événement à l'avance au moyen d'affiches, de notes de service et de bulletins
- Recrutez des bénévoles pour aménager les tables, servir les pâtisseries et nettoyer à la fin de l'événement

Journée des jeans : tenue détente

Coûts liés à l'événement : **Peu élevés**
Niveau de difficulté : **Peu élevé**
Buts visés : **Sensibilisation et collecte de fonds**
Permis nécessaire : **Non**

Clés de la réussite :

- Obtenez de votre cadre supérieur, la permission de tenir une journée de jeans au travail tous les vendredis pendant la campagne de votre ministère/organisme
- Créez et vendez des autocollants. Chaque autocollant permet au détenteur de porter ses jeans le jour prévu
- Seuls ceux qui portent une étiquette le jour désigné peuvent porter des jeans

L'ascenseur à péage : les hauts et les bas de la campagne

Coûts liés à l'événement : **Peu élevés**
Niveau de difficulté : **Peu élevé**
Buts visés : **Sensibilisation et collecte de fonds**
Permis nécessaire : **Non**

Clés de la réussite :

- Obtenez de votre cadre supérieur, la permission de réclamer un péage à tous ceux qui prennent l'ascenseur dans votre ministère/organisme pendant une journée donnée
- Demandez à un employé de percevoir le péage auprès de tous ceux qui prennent l'ascenseur
- Remettez un autocollant en échange du péage pour que la personne n'ait pas à payer de nouveau lorsqu'elle reprend l'ascenseur

Un pentathlon entre services : une concurrence amicale

Coûts liés à l'événement : **Peu élevés**
Niveau de difficulté : **Moyen à élevé**
Buts visés : **Sensibilisation**
Permis nécessaire : **Non**

Clés de la réussite :

- Organisez une épreuve à l'heure du midi chaque jour de la semaine (d'où le nom de pentathlon)
- Prévoyez des épreuves amusantes, par exemple : lancement d'avions en papier, lancer de boulettes de papier dans une corbeille, course d'obstacles (pour agrémenter l'événement, on peut pousser des cadres supérieurs assis sur des chaises/tricycles autour d'un parcours de cônes), lancement de porte-documents
- Encouragez les secteurs du ministère/organisme à s'inscrire à chaque épreuve

- Organisez les finales dans le hall principal, où les employés pourront encourager leurs collègues.
- Favorisez la concurrence entre services.

Le mini-golf : un coup de génie

Coûts liés à l'événement : **Moyens**
 Niveau de difficulté : **Moyen**
 Buts visés : **Sensibilisation et collecte de fonds**
 Permis nécessaire : **Non**

Clés de la réussite :

- Annoncez l'activité à l'avance pour favoriser la formation d'équipes de quatre joueurs (apportez votre propre fer droit, mieux connu sous le nom de « putter »)
- Percevez des droits fixes par groupe de quatre joueurs. Demandez à vos contacts/fournisseurs d'offrir des prix
- Concevez des cartes de parcours pour les participants
- Préparez des parcours de golf miniature dans les couloirs, les bureaux, les ascenseurs, etc.
- Faites preuve d'imagination : construisez des trous d'eau à l'aide de seaux d'eau, des trappes de sable avec du maïs soufflé, etc.
- Celui qui obtient le pointage le plus bas gagne

Buffet roulant : nuit en folie

Coûts liés à l'événement : **Peu élevés**
 Niveau de difficulté : **Peu élevé**
 Buts visés : **Sensibilisation**
 Permis nécessaire : **Non**

Clés de la réussite :

- Demandez à des bénévoles de faire circuler des chariots à desserts avec du café et des beignes/sucreries dans l'édifice pendant les quarts de nuit
- Distribuez du café et des beignes/sucreries, ainsi que de l'information sur la CCMTGC à tous les employés en poste la nuit

Concours de sous (ou de huards) : accumulez des cents

Coûts liés à l'événement : **Peu élevés**
 Niveau de difficulté : **Moyen**
 Buts visés : **Sensibilisation et collecte de fonds**
 Permis nécessaire : **Non**

Clés de la réussite :

- Annoncez la tenue d'un concours de collecte de sous qui opposera les différents secteurs du ministère/organisme

- Précisez l'endroit où devront être déposés les sous roulés
- Remettez des prix aux secteurs du ministère/organisme qui auront recueilli le plus de sous

Carnaval : marché aux puces, vente de livres, lecture des lignes de la main

Coûts liés à l'événement : **Peu élevés**
 Niveau de difficulté : **Moyen**
 Buts visés : **Sensibilisation et collecte de fonds**
 Permis nécessaire : **Non**

Clés de la réussite :

- Demandez à vos collègues de donner des articles usagés (p. ex. livres, jouets, etc.)
- Demandez à des employés de vous aider à trier les articles, à y mettre des prix et à les disposer sur des tables. Aménagez un kiosque où les cadres supérieurs diront la bonne aventure

S'amuser avec des plumes : qui est la dinde?

Coûts liés à l'événement : **Peu élevés**
 Niveau de difficulté : **Peu élevé**
 Buts visés : **Sensibilisation et collecte de fonds**
 Permis nécessaire : **Non**

Clés de la réussite :

- Payez un dollar pour épingler une plume sur votre cadre supérieur/gestionnaire/surveillant préféré
- À la fin de la journée, annoncez le nom de la personne qui semble être la « plus grosse dinde de la journée! »
- Cette activité pourrait faire partie du thème de l'Action de Grâces

Déjeuner de chili : attention c'est chaud!

Coûts liés à l'événement : **Moyens**
 Niveau de difficulté : **Moyen**
 Buts visés : **Sensibilisation et collecte de fonds**
 Permis nécessaire : **Non**

Clés de la réussite :

- Demandez aux employés ou à un grossiste de donner des fournitures ou un rabais
- Annoncez l'événement à l'avance au moyen d'affiches, de notes de service et de bulletins
- Vendez les billets à l'avance pour que le repas se déroule bien
- Préparez le chili, les petits pains et la salade à l'avance
- Montez les tables tôt le matin et faites cuire lentement le chili dans des mijoteuses.
- Demandez aux cadres supérieurs de servir le chili
- Pourquoi ne pas organiser un **concours de chili** et inviter les employés à faire

goûter le leur? Leurs collègues pourraient évaluer le goût, la texture et le pouvoir incendiaire

Repas-partage et livre de recettes : le coin des gourmets

Coûts liés à l'événement : **Peu élevés**
Niveau de difficulté : **Peu élevé**
Buts visés : **Sensibilisation et collecte de fonds**
Permis nécessaire : **Non**

Clés de la réussite :

- Demandez à vos collègues de préparer un plat pour le repas-partage du midi.
- Invitez-les à apporter la recette de ce plat
- Rassemblez les recettes pour créer le livre de recettes du personnel
- Vendez le livre de recettes plus tard pour recueillir des fonds pour votre campagne

Événement de sensibilisation à la faim : éducation

Coûts liés à l'événement : **Moyens**
Niveau de difficulté : **Moyen**
Buts visés : **Sensibilisation et collecte de fonds**
Permis nécessaire : **Non**

Clés de la réussite :

- Organisez l'événement le midi, lorsque les gens ont faim
- Demandez aux participants de payer cinq ou dix dollars comme droits d'entrée
- Les participants paient tous le même prix, mais ignorent s'ils recevront un repas « du riche » (c.-à-d. différents plats), un repas « normal » (c.-à-d. quelques articles) ou un repas « de pauvre » (c.-à-d. très peu de nourriture)
- Les participants ont l'occasion de faire l'expérience de repas de trois catégories socioéconomiques
- Le but est de rehausser la sensibilisation à la faim dans notre communauté

Événement de sensibilisation aux sans-abri

Coûts liés à l'événement : **Peu élevés**
Niveau de difficulté : **Moyen**
Buts visés : **Sensibilisation et collecte de fonds**
Permis nécessaire : **Non**

Clés de la réussite :

- Avant la tenue de l'événement, demandez à des bénévoles de recueillir de la monnaie pour leur séjour de sans-abri pendant une journée
- Demandez à des bénévoles de recueillir des boîtes de carton et de bâtir des maisons de fortune dans le foyer de l'immeuble
- Les bénévoles s'assoient à tour de rôle dans les boîtes pendant que les employés passent

- Le but est de démontrer qu'il y a des sans-abri dans notre communauté, que nous les voyions ou non

ÉVÉNEMENTS SPÉCIAUX QUI RECUEILLENT DES FONDS

Course de huards ou de pièces de deux dollars

Coûts liés à l'événement : **Peu élevés**
 Niveau de difficulté : **Peu élevé**
 Buts visés : **Collecte de fonds et sensibilisation**
 Permis nécessaire : **Non**

Clés de la réussite :

- Collez une bande adhésive à deux faces sur le sol ou sur une table, le long du trajet
- Recueillez les pièces de monnaie quelques semaines avant la tenue de la course
- Assurez-vous que des bénévoles seront disponibles pour encourager la participation
- Encouragez les passants à donner des pièces d'un ou de deux dollars

Tirage 50/50

Coûts liés à l'événement : **Peu élevés**
 Niveau de difficulté : **Peu élevé**
 Buts visés : **Collecte de fonds et sensibilisation**
 Permis nécessaire : **Oui**

Clés de la réussite :

- Renseignez-vous auprès de votre gestionnaire de la CCMTGC au sujet des permis nécessaires (c'est illégal au Québec)
- Désignez des bénévoles pour promouvoir l'événement et recueillir de l'argent
- Veillez à ce que tous les employés aient l'occasion de participer
- Des billets et des coupons servent à identifier les gagnants

Vente aux enchères : faites une offre

Coûts liés à l'événement : **Peu élevés**
 Niveau de difficulté : **Peu élevé**
 Buts visés : **Sensibilisation et collecte de fonds**
 Permis nécessaire : **Non**

Clés de la réussite :

- Réservez une salle où se tiendra la vente aux enchères
- Demandez à chaque employé de donner un article intéressant qui sera mis en vente
- Demandez aux cadres supérieurs de votre ministère/organisme d'agir à titre de commissaires-priseurs vedettes
- Annoncez l'événement à l'avance et, pourquoi ne pas le jumeler à un repas-partage

« B » comme dans Bingo!

Coûts liés à l'événement : **Moyens**
Niveau de difficulté : **Moyen**
Buts visés : **Collecte de fonds et sensibilisation**
Permis nécessaire : **Oui**

Clés de la réussite :

- Négocier avec des contacts/fournisseurs pour obtenir des prix
- Réservez la salle tôt et aménagez-la pour l'événement
- Demandez à des cadres supérieurs d'annoncer les numéros

Concours des « idoles » : spectacle de talents

Coûts liés à l'événement : **Moyens**
Niveau de difficulté : **Élevé**
Buts visés : **Collecte de fonds et sensibilisation**
Permis nécessaire : **Non**

Clés de la réussite :

Pourquoi?

- Créer de la sensibilisation pour la campagne de la CCMTGC
- Événement populaire, très énergique et divertissant
- Crée une atmosphère de travail positive
- Augmente les fonds recueillis pour la CCMTGC

Comment?

- Organiser l'événement plus tard dans la campagne, après la sollicitation
- Trouver un endroit propice pour l'aménagement de la scène, une aire ouverte qui permettra à l'auditoire de bien voir; peut être aménagé comme un club
- Rechercher des talents individuels ou de groupe
- Faire des auditions pour assurer un spectacle de qualité
- Recruter des juges et un maître de cérémonie
- Obtenir des prix pour les gagnants
- Utiliser des ballons de la CCMTGC pour annoncer l'événement
- Dresser un calendrier pour l'organisation de l'événement
- Inclure des propos d'ouverture par des cadres supérieurs sur l'importance de la CCMTGC, l'impact dans la communauté et une mise à jour de la campagne
- Faire la promotion de l'événement en annonçant le nom des participants
- Décorer la salle avec des affiches, des ballons, etc.
- Prévoir de la nourriture et/ou des rafraîchissements
- Déterminer le système de vote (décision des juges, de l'auditoire, des votes, etc.)
- Offrir de l'information sur la CCMTGC sur une table

Avantages?

- Permettre à tout le monde de s’amuser en appuyant la CCMTGC
- Permettre à tout le monde de mieux connaître l’impact sur la communauté
- Démontrer une fierté pour son ministère et un bon moral en contribuant ses talents musicaux
- Bon exercice d’esprit d’équipe pour les gestionnaires et les employés

D’autres idées

- Concours de décoration de portes
- Concours de sculptures de trombones
- Lancement d’avions en papier
- Marchethon à l’heure du déjeuner
- Cirage de souliers par les cadres supérieurs
- Devinez le nombre de jujubes dans un contenant
- Emprisonnement et cautionnement de cadres supérieurs
- Crève-cœur (pour 1 \$ ou 2 \$, les employés crèvent un ballon qui pourrait contenir un prix)
- Vente aux enchères silencieuse
- Repas-partage international
- Concours de dessin pour les enfants des employés (1 \$ ou 2 \$ par dessin)
- Mini-Jeux Olympiques (course à trois jambes, lancer de porte-documents)

Section VI : Journée éclair d’une journée : une stratégie de campagne réussie

Ce qu’il faut retenir pour la campagne éclair d’une journée est que l’événement doit faire partie des stratégies avancées par le chef de campagne et le comité de campagne. Les campagnes éclair ont plusieurs formats : une journée, deux ou trois jours, une semaine, etc. Consultez votre chef de campagne ET votre gestionnaire de la CCMTGC pour déterminer le type qui convient le mieux à votre ministère.

Pourquoi une campagne éclair?

- Un événement de lancement motivant
- Une campagne intensive qui dure une journée seulement
- Augmente la participation, augmente les \$\$ recueillis pour les organismes de bienfaisance
- Amusant : bon pour le moral de l’entreprise
- Favorise le travail en équipe

Comment?

- L'annoncer à l'avance, et faire un compte à rebours avant la campagne éclair pour sensibiliser les gens à l'événement
- Faire une séance de formation pour les solliciteurs et les gestionnaires avant la campagne éclair
- Lors de la formation, demandez aux solliciteurs et aux gestionnaires de faire un don et annoncer une somme de \$\$ au départ
- Afficher le nom des solliciteurs une semaine avant la campagne éclair, et ajoutez un solliciteur supplémentaire en disponibilité
- Obtenir des prix de présence
- Organiser l'événement le premier jour de la campagne dans un emplacement central
- Publiciser la journée en plaçant des ballons de la CCMTGC à toutes les entrées
- S'assurer que les cadres supérieurs soient très visibles
- Installer des tables pour les solliciteurs afin qu'ils puissent décorer (thèmes et costumes)
- Afficher le plan de la salle et prévoir des cartons d'identification pour les solliciteurs
- Prévoir des rafraîchissements (café, jus, beignes, etc.) et des divertissements
- Installer des « isoloirs de vote » où les donateurs pourront remplir leurs formulaires en toute confidentialité
- Prévoir une « foire d'information » pour les agences de Centraide/United Way et Partenairesanté/Healthpartners
- Nommer une personne qui transmettra les informations au trésorier et affichera les totaux pendant la journée

Incitatifs

- Prix intéressants : séjours à l'hôtel, repas, jeux, valises, spa, etc. donnés par des entreprises
- Tirer au sort, des prix parmi les formulaires de dons remis (avec ou sans don) toutes les demi-heures ou heures
- Annoncer le premier gagnant par courriel dès la première heure de la campagne éclair
- Prix pour les solliciteurs bénévoles (T-shirt), pour avoir terminé en premier, avec le plus fort pourcentage de participation, la plus belle table, le plus beau costume, avoir obtenu le premier donateur, et ainsi de suite

Avantages

- Permet au personnel de participer pendant le déjeuner et les pauses café, sans prendre trop de temps durant les heures de travail
- Le personnel peut aller et venir
- Les solliciteurs travaillent en équipe et se remplacent les uns les autres.
- Les gestionnaires participent
- On peut le faire sur une demi-journée ou sur une journée entière

- Dès la fin septembre, il ne reste plus que vingt p. 100 environ du personnel à solliciter
- On peut toujours organiser des événements spéciaux pendant le reste de la campagne

Section VII : Outils éducatifs et de sensibilisation

En plus des idées énumérées dans les pages précédentes, des ressources sont disponibles au bureau de la CCMTGC pour appuyer les activités éducatives : Programmes coche-santé, Bureau des conférenciers et vidéos sur la CCMTGC. Ces activités sont conçues pour informer les donateurs et accroître la sensibilisation dans le milieu de travail.

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.

Bureau des conférenciers

Le Bureau des conférenciers de la CCMTGC se compose de bénévoles, de membres du personnel et de bénéficiaires de Centraide Outaouais, de Partenairesanté/Healthpartners et de Centraide/United Way Ottawa. Ces conférenciers racontent leur histoire personnelle et expliquent comment un programme ou un service soutenu par la CCMTGC a changé leur vie ou la vie d'un de leurs proches. Ces orateurs parlent du fond du cœur et leur message motivera et inspirera vos collègues à continuer de soutenir la campagne. Le Bureau peut vous identifier des conférenciers francophones et anglophones, ainsi que des orateurs bilingues. Consultez votre chef de campagne pour déterminer si votre ministère possède ses propres conférenciers ou réservez un conférencier de la CCMTGC en ligne, au 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 des personnes de notre communauté. Ces tournées sont très populaires. Nous vous encourageons vivement à vous

inscrire aux tournées SIB en communiquant avec le coordonnateur de la CCMTGC 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 personnes de la communauté toute entière pour donner un coup de main pendant une journée. Cet événement peut représenter un excellent moyen de bâtir l'esprit d'équipe. Les individus ou les petits groupes peuvent aussi être jumelés pour former une équipe.

Organismes appuyés par Centraide :

http://www.gcwcc-ccmtgc.org/downloads/gcwcc_2006.pdf

Site Web de la CCMTGC :

<http://www.gcwcc.org>

Outils de campagne :

http://www.gcwcc-ccmtgc.org/tools_f.html

Liste de contrôle pour les événements spéciaux

Général

- Choisir un événement approprié
- Vérifier les politiques du ministère/de l'organisme
- Obtenir le consensus de l'équipe de la campagne
- Nommer un coordonnateur d'événements spéciaux
- Informer votre gestionnaire de la CCMTGC

Date

Date de l'événement :

- Fixer la date d'avance
- Choisir la date la plus appropriée pour l'événement
- Éviter de l'organiser le même jour ou à la même heure que d'autres événements
- Déterminer si les cadres supérieurs et/ou invités de marque sont disponibles
- Obtenir un permis(si nécessaire) d'ici la date prévue de l'événement

Endroit

Adresse :

Personne-ressource sur place :

O N

- Faut-il une licence, un permis ou une permission spéciale?
- Faut-il du stationnement? Est-il disponible?
- Y a-t-il un accès pour les fauteuils roulants?
- Y a-t-il des salles de toilettes sur les lieux ou tout près?
- L'endroit peut-il contenir le nombre de participants attendu?
- Y a-t-il d'autres facteurs à considérer, comme les fêtes religieuses ou la température?
- Faut-il fournir une carte aux participants?
- Est-il permis de décorer avec des affiches, des bannières, etc.?
- Faut-il prendre des mesures de sécurité spéciales?
- Faut-il payer pour nettoyer le local après l'événement? Combien?

Heure et scénario de l'évènement

Début de l'évènement :

Fin de l'évènement :

Coordonnateur sur place :

O N

- Le coordonnateur a-t-il attribué les tâches aux membres du comité?
- Faut-il préparer un script détaillé?
- Les conférenciers invités ont-ils confirmé leur présence?
- Existe-t-il des notes biographiques pour chacun des conférenciers?
- Les noms, les titres et la prononciation des noms ont-ils été confirmés?
- Des documents seront-ils distribués? En français, en anglais ou bilingues?
- Les médias sont-ils invités? Faut-il fournir une « truie » (media feed box)? Faut-il prévoir des places spéciales?
- Faut-il imprimer des billets?

Fin de l'évènement

O N

- Une équipe de bénévoles est-elle en place pour nettoyer?
- Peut-on réutiliser les affiches?

Résultats à communiquer à l'équipe de la campagne (remplir ce formulaire après chaque évènement)

\$ recueillis (si approprié) : _____

Coût (si approprié) : _____

Résultat net : _____

Ressources bénévoles utilisées : _____

Heures de bénévolat réelles utilisées : _____

Nombre de participants (présents) : _____

Rétroaction/commentaires
généraux pour l'an prochain : _____

Rempli par (nom) : _____

Date : _____

Ressources supplémentaires

Lettre spéciment : demande de prix

Madame, Monsieur,

La Campagne de charité en milieu de travail du gouvernement du Canada (CCMTGC) de la région de la capitale nationale est une campagne de souscription annuelle effectuée auprès de plus de 110 ministères et organismes fédéraux, ainsi que des retraités fédéraux, au nom de trois partenaires : Centraide/United Way Ottawa, Centraide Outaouais et Partenairesanté/Healthpartners Plus de 6 000 bénévoles aident à la solliciter les employés. En 2008, la CCMTGC a recueilli une somme record de 20,1 millions de dollars. La CCMTGC est un modèle de générosité et de compassion pour les résidents de nos communautés qui ont besoin de soins et d'appui.

Dans le cadre de la campagne de cette année, [nom du ministère/de l'organisme] prévoit organiser [nom de l'activité] qui se déroulera le [date]. De telles activités contribuent à l'atteinte de nos objectifs et de ceux de la CCMTGC. L'an dernier, nous avons recueilli plus de [..... \$] en organisant des événements spéciaux.

Pour [nom de l'activité] de cette année, je cherche à obtenir des prix qui seront décernés dans le cadre de cette activité. Le commanditaire recevra bien sûr pleine reconnaissance et visibilité au cours de notre campagne.

Nous vous serions très reconnaissants de votre appui pour cette cause importante. Pour obtenir un complément d'information, communiquez avec [nom de la personne-ressource] par téléphone, au [numéro], ou par télécopieur, au [numéro].

Veillez agréer, Madame, Monsieur, l'expression de mes sentiments distingués.

Le coordonnateur des événements spéciaux.

DOCUMENTS ÉLECTRONIQUES :

WWW.CCMTGC.ORG

Formulaire de prêts d'articles

Demande de conférenciers

Formulaire d'évaluation du Bureau des conférenciers

Demande de présentation de leadership

Formulaire d'évaluation des conférenciers du leadership