



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

Guide du Coordonnateur de direction générale et des Chefs d'équipe



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.

Table des matières

INTRODUCTION	2
SECTION 1: À PROPOS DE LA CCMTGC	3
SECTION 2 : COORDONNATEUR DE DIRECTION GÉNÉRALE ET/ CHEF D'EQUIPE.....	6
SECTION 3: APERÇU DÉTAILLÉ –COORDONNATEUR DE DIRECTION GÉNÉRALE	8
SECTION 4: APERÇU DÉTAILLÉ –CHEF D'EQUIPE.....	10
SECTION 5: ÉTABLISSEMENT D'UN PLAN D'ACTION EN CINQ ETAPES	11
SECTION 6: INFORMATION UTILE	19
Foire aux questions	19
Le formulaire de don.....	21
Le pouvoir des retenues à la source	24
Outils de campagne	25
Profil des organismes récipiendaires	27

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

INTRODUCTION

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 et l'équipe de la CCMTGC vous remercie vivement de votre leadership et de votre participation.

Ce guide vous aidera, en votre qualité de **Coordonnateur de direction générale** ou de **Chefs d'équipe**, à mettre au point et en application un plan efficace pour votre campagne en milieu de travail (CCMTGC). Ce guide comprend tout ce dont vous aurez besoin pour vous assurer que cette passionnante et amusante campagne est mise sur la bonne voie et faire en sorte que votre campagne soit couronnée de succès pour toute personne y participant. Le guide vous offre, au fur et à mesure, des conseils et des idées pratiques pour motiver, inspirer les membres de l'équipe et y faire régner l'esprit d'équipe et coordonner les efforts de votre campagne de façon efficace. Il vous permettra aussi de mettre en application les stratégies de la campagne qui conviennent le mieux à votre milieu de travail.

SECTION 1: À PROPOS DE LA CCMTGC

Comme employés et retraités fédéraux, nous tenons à servir notre pays et nos concitoyens canadiens. La Campagne de charité en milieu de travail du gouvernement du Canada (CCMTGC) fait en sorte que nous puissions faire une différence tangible et contribuer à bâtir des communautés solides, saines et sécuritaires pour tous. Gérée par les Centraides du Canada tout entier, cette campagne de bienfaisance nous permet de le faire en appuyant les Centraides, Partenairesanté et d'autres organismes de bienfaisance enregistrés canadiens.

UNE FIÈRE TRADITION

De 1990 à 1996, Centraide et Partenairesanté ont participé à presque 80 campagnes fédérales au Canada. En 1997, le Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada a élargi la campagne pour que les donateurs puissent appuyer n'importe quel organisme de bienfaisance enregistré canadien et lui a donné l'appellation de Campagne de charité en milieu de travail du gouvernement du Canada.

Fort de son partenariat avec des milliers de bénévoles du pays, le bureau national de la CCMTGC, qui est cogéré par Centraide Ottawa et Centraide Outaouais, organise la campagne fédérale à l'échelle nationale en collaboration avec les Centraides du pays, et en fait la promotion.

Depuis son établissement, nous avons recueilli des centaines de millions de dollars grâce à notre CCMTGC annuelle. Ces contributions ont fait une véritable différence dans la vie de tous les Canadiens.

POURQUOI LES FONCTIONNAIRES FÉDÉRAUX ATTACHENT-ILS DE LA VALEUR À LA CAMPAGNE?

Étant l'une des campagnes de collecte de fonds en milieu de travail les plus réussies au Canada, la CCMTGC contribue directement à améliorer la qualité de vie de milliers de Canadiens. Pour les fonctionnaires fédéraux, c'est là son attrait et sa valeur véritables. La CCMTGC nous donne l'occasion, en une seule campagne, de changer des vies en appuyant Centraide, Partenairesanté et des centaines d'autres organismes de bienfaisance enregistrés.

Au-delà de l'impact direct de la CCMTGC sur la vie de milliers de gens, nous apprécions aussi son efficacité et son côté pratique :

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 en savoir plus sur les frais associés à la collecte de fonds, consultez www.gcwcc.org.)
2. **Elle est pratique** : Nous pouvons consolider nos dons de bienfaisance annuels : une seule transaction et un seul formulaire. Nous pouvons 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 notre relevé T4. Il n'est pas nécessaire de faire nous-mêmes le suivi des reçus.

3. **Elle offre un vaste choix** : Nous pouvons appuyer une très grande gamme d'organismes sociaux, de santé et communautaires, petits ou grands, qui dispensent des services essentiels dans nos communautés.

LES EMPLOYÉS ET RETRAITÉS FÉDÉRAUX... SOURCES D'ESPOIR ET DE VIES NOUVELLES

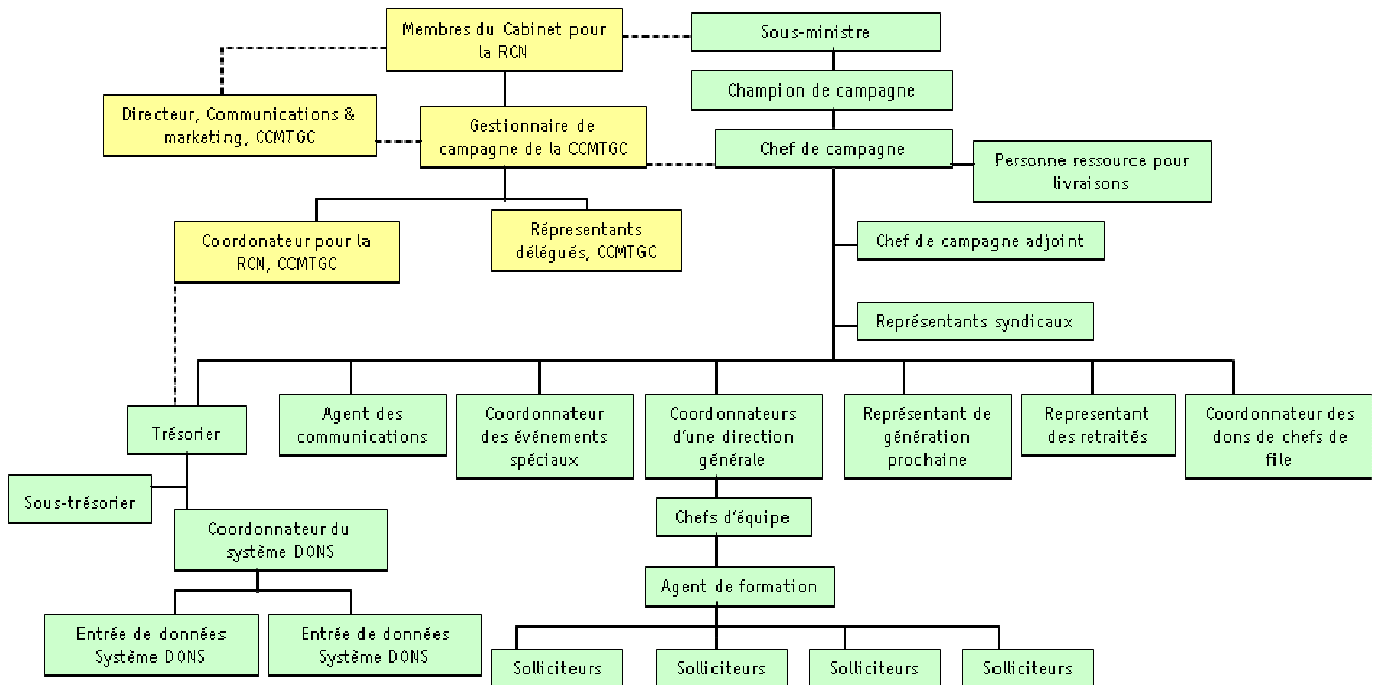
Le thème de la CCMTGC – Les employés et retraités fédéraux... sources d'espoir et de vies nouvelles – met l'accent sur les gens qui sont à la base de cette campagne et sur les effets de leur générosité. Chaque année les employés et retraités fédéraux exercent un impact positif dans la vie de membres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

LES CLÉS DE LA RÉUSSITE DE LA CCMTGC

Comme la CCMTGC est la plus grande campagne en milieu de travail au Canada, il y a certains facteurs communs qui contribuent à sa réussite. Ce sont :

- la tradition de générosité et l'esprit d'engagement communautaire des fonctionnaires et des retraités fédéraux;
- la sollicitation en personne (des pairs sollicitent des pairs);
- les dons par 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 les gestionnaires de la CCMTGC de Centraide;
- Communications efficaces avec les donateurs, les bénévoles et les gestionnaires.

ORGANIGRAMME DE L'ÉQUIPE PRINCIPALE DE LA CCMTGC



Veillez prendre note que certains ministères et organismes auront modifié légèrement les structures de l'équipe principale, en fonction de la taille de l'organisme.

SECTION 2 : COORDONNATEUR DE DIRECTION GÉNÉRALE ET/OU CHEF D'ÉQUIPE

Dans les grands ministères/organismes, le **coordonnateur de direction générale** est le lien entre le chef de campagne et/ou le chef d'équipe. Cette personne gère la campagne au sein de son secteur/direction générale et rend compte au comité de campagne. 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 (de préférence un sollicitateur par 10 employés) et le coordonnateur de direction générale. L'ors qu'il n'y a pas de coordonnateur de direction générale, les chefs d'équipe servent de lien principal avec le chef de campagne. 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 financière utilisé au niveau local.

LES GRANDES LIGNES

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 contribué à recueillir touchent des milliers de gens. Ce sont peut-être vos collègues, vos voisins, vos parents ou vos amis.

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

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

La formation d'une équipe dynamique

1. Organisez une réunion de présentation.

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

2. Tenez régulièrement des réunions.

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

3. Soutenez vos Solliciteurs.

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

4. Faites connaître les réussites.

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

5. Amusez-vous!

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

Formation de votre équipe de la CCMTGC

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

Le gestionnaire de campagne de la CCMTGC organisera diverses séances de formation pour les membres de votre comité dont le chef de campagne (y compris le Chef de campagne adjoint), l'agent de formation des solliciteurs, l'agent des communications, le **coordonnateur de direction générale/chefs d'équipe**, le **coordonnateur des événements spéciaux** et le **trésorier**. Cette formation portera aussi sur tout logiciel utilisé à l'échelle locale (s'il y a lieu).

SECTION 3: APERÇU DÉTAILLÉ – LE COORDONNATEUR DE DIRECTION GÉNÉRALE

Tous les bénévoles de la campagne jouent un rôle important dans la réussite de la campagne. Tous les rôles sont différents et importants. Mais une équipe ne peut travailler de manière efficace sans un Coordonnateur de direction générale solide, une personne qui sait mobiliser le(s) Chef(s) d'équipe et Solliciteurs, 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 campagne de la CCMTGC.

À titre de coordonnateur de direction générale, 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 consiste 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 Solliciteurs, 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 solliciteurs 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 de la CCMTGC, et à l'équipe de sollicitation. Vous les tiendrez ainsi au courant des progrès et aiderez à cibler les secteurs où des efforts supplémentaires sont nécessaires pour que la campagne reste sur la bonne voie. L'échange d'information entre le chef de campagne et l'équipe de sollicitation est essentiel au succès de la campagne. Vous êtes l'intermédiaire qui permet à tous de demeurer au fait.

Recruter, organiser, former et contrôler

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

- de recruter des chefs d'équipe nouveaux et expérimentés;
- d'organiser et de motiver les chefs d'équipe de manière à ce qu'ils visent un même objectif;
- de participer aux séances de formation des solliciteurs et ensuite de former les chefs d'équipe et les équipes de sollicitation;
- de superviser les activités des chefs d'équipe et des solliciteurs.

LISTE DE CONTRÔLE DU COORDINATEUR DE DIRECTION GÉNÉRALE – LES ÉTAPES DE LA RÉUSSITE

- Obtenir une liste détaillée et exacte des personnes de votre secteur pour la sollicitation et répartir 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-ccmtgc.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.

SECTION 4: APERÇU DÉTAILLÉ – LE CHEF D'ÉQUIPE

UN LEADERSHIP EFFICACE

À titre de chef d'équipe, vous apprendrez à connaître les membres de votre équipe de solliciteurs 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

BÂTIR UN ESPRIT D'ÉQUIPE

parler de leurs préoccupations et mettre en commun leurs expériences et les leçons apprises.

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

Vous devrez également recueillir les formulaires de dons auprès des solliciteurs 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/ou coordonnateur de direction générale. Vous le tiendrez ainsi au courant des progrès

FAIRE DES RAPPORTS

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 Solliciteurs et le chef de campagne et coordonnateur de direction générale (si vous en avez un), et vous gardez 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 solliciteurs ne prennent pas de retard dans leurs visites. Comme il est facile de remettre les choses au lendemain, les échéanciers contribuent à ce que tous soient à la page et assument leurs responsabilités.

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 5: ÉTABLISSEMENT D'UN PLAN D'ACTION EN CINQ ETAPES

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

Les clés du recrutement et de la formation des Solliciteurs

- 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 (agent de formation des sollicitateurs) et votre gestionnaire de campagne de la CCMTGC.
- Demander aux sollicitateurs de faire leur propre don avant de commencer la sollicitation.

ÉTAPE 2 • FIXER VOS OBJECTIFS ET ÉTABLIR VOS STRATÉGIES DE CAMPAGNE

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

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

Les ministères/organismes de taille plus grande peuvent étudier les tendances sur cinq ans de la participation des employés, quantifier la hausse ou la diminution du nombre de dons, 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 campagne 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 une 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 éclair. Vous pouvez le faire lors d'un événement spécial prévu à cet effet, comme un barbecue, une vente aux enchères par écrit 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 de deux semaines

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

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

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

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

Enfin, le moment est venu de conclure votre campagne. Faites un deuxième et dernier suivi auprès des personnes qui n'ont pas encore remis 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 via-à-vis de la campagne et à retourner leur formulaire de don rapidement. Maintenant que le plan est en place, vous pouvez commencer la sollicitation.

Incitatifs

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

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

Nota - Les directives de l'Agence du revenu du Canada stipulent que 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 • SUIVRE LA CAMPAGNE DE PRÈS, SURVEILLER LES RÉSULTATS ET ÉTABLIR UN RAPPORT

Suivre de près les résultats correspondant à chaque étape de la campagne est essentiel à sa réussite. Un système de suivi efficace vous aidera à prendre connaissance du travail de vos sollicitateurs. Il vous permettra de discerner quand votre aide sera nécessaire et vous donnera une raison de faire régulièrement un contrôle auprès de vos sollicitateurs – par courriel ou par téléphone – et de vous 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.

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, votre chef de campagne et votre gestionnaire de campagne 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 examiner** 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 lesquels ont été retournés 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 de la CCMTGC et aux membres de votre équipe de sollicitation des rapports d'étapes écrits contenant le pourcentage de l'objectif qui a été atteint, le nombre d'employés sollicités et à solliciter, des exemples de réussite et les réalisations importantes.

ÉTAPE 5 • DITES MERCI ET ÉVALUEZ

Remercier les bénévoles

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

- Envoyez à chaque membre de votre équipe une lettre de bienvenue les remerciant de leur volonté de participer à la campagne. Mentionnez le fait que chaque membre de l'équipe sera appelé à consacrer quelques heures de travail à s'acquitter de ses responsabilités.
- Organisez un déjeuner de lancement pour votre équipe. Vous voudrez peut-être y inviter vos sollicitateurs.
- Achetez de petits cadeaux de remerciement comme des tee-shirts, des épinglettes, etc.
- Publiez un mot de remerciement spécial dans le bulletin d'information de votre ministère/organisme 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-ccmtgc.org pour obtenir des certificats qui peuvent être personnalisés.
- Demandez à votre sous-ministre/président d'envoyer une lettre de remerciement aux membres de votre équipe ainsi qu'aux sollicitateurs à la fin de votre campagne.

Après la campagne

La sollicitation est terminée, mais votre travail ne l'est pas tout à fait! Il vous reste à organiser, à l'heure du déjeuner, 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 boucler la campagne.

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

Évaluez votre campagne

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

Votre rapport final

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

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

Matériel non utilisé

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

LES FORMULAIRES DE DON, LES FORMULAIRES D'ÉVÉNEMENTS SPÉCIAUX ET LES BROCHURES/CALENDRIERS NON UTILISÉS NE PEUVENT PAS ÊTRE UTILISÉS DANS LES CAMPAGNES À VENIR ET DOIVENT, PAR CONSÉQUENT, ÊTRE DÉCHIQUETÉS. Les autres documents qui ne sont pas codés et dont la date n'est pas précisée (comme les affiches et les certificats) peuvent être utilisés de nouveau lors de campagnes subséquentes.

Les sept étapes d'une sollicitation réussie

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

À faire	Pourquoi	Fait?
1. Participer à une séance de formation de la CCMTGC pour les Solliciteurs	Pour se renseigner : la CCMTGC c'est quoi? Pourquoi notre communauté a-t-elle besoin de contributions et quels sont les impacts? Comment et quand solliciter de manière efficace. Quel rapport le solliciteur doit-il présenter? Comment consigner les contributions.	OUI NON Date :
2. Planifier la stratégie de sollicitation avec votre équipe	La sollicitation devrait toujours se faire <u>avant</u> les événements spéciaux. Déterminer qui sera sollicité et quand (de 10 à 15 employés par solliciteur). La meilleure méthode est la « sollicitation des pairs ». Parler à votre chef de campagne de la CCMTGC de votre stratégie des chefs de file car elle peut influencer sur votre stratégie de sollicitation.	OUI NON Date :
3. Faire son don en premier	Démontrer son dévouement et donner l'exemple en donnant en premier. Cela donnera plus de confiance en soi lorsque vient le temps d'approcher ses collègues.	OUI NON Date :
4. Informer vos collègues de votre rôle et de vos intentions	Se présenter formellement (voir lettre/courriel spécimen) comme solliciteur de la CCMTGC au groupe de personnes à solliciter. Exprimer vos intentions et demander une rencontre en face-à-face (bien que cela puisse sembler formel, elle confirme vos intentions et l'importance de votre sollicitation.)	OUI NON Date :
5. Bâtir sa confiance en soi	Commencer par solliciter les 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 appuyez 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 :

SECTION 6: INFORMATION UTILE

Foire aux questions

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

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

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

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

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

Q Pourquoi donner?

R Faire un don est important, car il y a de fortes chances qu'au cours de sa vie vous ou une de vos connaissances aurez besoin d'accéder à des milliers de services offerts par Centraide/ United Way et Partenairesanté/ Healthpartners ou par l'une des nombreuses organisations de bienfaisance qui pourraient bénéficier de votre don. La pérennité de ses services dépend de votre don d'aujourd'hui. (Un Canadien sur trois obtient, à un moment de son existence, des services extérieurs).

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

R À vous de décider. Vous pouvez diriger votre don à un chapitre local ou national de Centraide/United Way, à Partenairesanté/Healthpartners ou à un ou plusieurs des organismes de bienfaisance enregistrés canadiens. Partenairesanté/Healthpartners finance de la recherche médicale, des programmes de promotion de la santé et de services aux patients; Centraide/United Way finance des programmes locaux particuliers particuliers qu'offrent des organismes de services sociaux et communautaires.

Q Combien devrais-je donner?

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

- Considérer avec le prospect ce que son don peut faire. Reportez-vous au « Pouvoir de votre don » au www.gcwcc-ccmtgc.org et parlez d'impact.
- Envisagez un don de chef de file.
- Le Centre canadien de la philanthropie suggère que les Canadiens donnent un pour cent de leur salaire annuel à des œuvres de bienfaisance.
- Donnez une heure de paye par mois (se calcule en multipliant son salaire annuel par 0,00065).
- Donnez l'équivalent (ou plus) du don moyen de votre ministère/organisme.
- Augmentez votre don de l'an dernier de quelques dollars ou d'une somme équivalente à votre augmentation de salaire ou au coût de la vie.

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

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

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

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

Q Quelle proportion de ma contribution est attribuée aux frais de collecte de fonds?

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Le formulaire de don

LA PRÉSENTATION ET LE PROCESSUS DU FORMULAIRE DE DON

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

Le formulaire de don comprend quatre grandes sections :

1. Nom, adresse et autres renseignements

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

2. Montant du don et méthode de paiement

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

- a. **Retenues à la source** : le donateur doit indiquer le montant de son don par période de paye. Veiller à ce que le montant du don soit divisible par le nombre de périodes de paye (p. ex. 1 014 \$ / 26 = 39,00 \$ par paye).
- b. **Chèque** : libeller le chèque à l'ordre de votre Centraide/United Way locale et le joindre au formulaire de don.
- c. **Chèque(s) postdaté(s)** : libeller le/les chèque(s) à l'ordre de votre Centraide/United Way locale et le(s) joindre au formulaire de don.
- d. **Espèces** : joindre l'argent dans une enveloppe au formulaire de don.
- e. **Carte de crédit** : indiquer le type de carte de crédit, le nom du détenteur, le numéro et la date d'expiration de la carte de crédit et le numéro de téléphone.

Les donateurs peuvent choisir un paiement forfaitaire ou 12 mensualités. Si un montant forfaitaire est choisi, il sera traité dès que Centraide/United Way l'aura reçu. Si 12 mensualités sont choisies, les mensualités débiteront le 15^e jour de chaque mois à partir du mois de janvier de l'année suivante.

3. Signature du donateur

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

4. Choix du donateur

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

OPTIONS DE DÉSIGNATION

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

LA CASE 1 et/ou LA CASE 2 Centraide/United Way

Les donateurs peuvent attribuer leur don à leur Centraide local (case 1) ou à un autre Centraide (case 2). Le donateur doit indiquer un code d'identification de Centraide (se reporter aux codes figurant sur le calendrier et la brochure ou sur le site Web de la CCMTGC) dans les deux sections de code de la case 1 ou 2 (partie principale et partie détachable). Veuillez noter qu'un seul code de Centraide doit être indiqué par section de code (à savoir la case 1 ou la case 2). Ainsi, si le donateur choisit de faire un don à d'autres Centraides, il doit remplir d'autres formulaires de don. Selon le formulaire de don du Centraide local, le donateur peut aussi choisir :

- d'attribuer les fonds là où les besoins sont les plus grands afin de fournir l'appui le plus grand et d'aider le plus grand nombre de gens possible;
- d'attribuer son don à un ou plusieurs domaines d'impact.

LA CASE 3 – Partenairesanté/Healthpartners

Les donateurs peuvent choisir d'attribuer un don à Partenairesanté/Healthpartners. Ils peuvent faire l'un des choix suivants :

- Diriger le don au Fonds Partenairesanté/Healthpartners qui le distribuera à tous ses membres; OU
- Diriger le don à un ou plusieurs organismes membres de Partenairesanté/Healthpartners. (Pour la liste d'organismes, se reporter à la brochure de la CCMTGC.)

LA CASE 4 – Autres organismes de bienfaisance canadiens enregistrés

Diriger le don directement vers un ou plusieurs des organismes de bienfaisance enregistrés canadiens de son choix. Le donateur doit indiquer le code du bureau local de Centraide/United Way (se reporter aux codes figurant sur la brochure / le calendrier et sur le site Web de la CCMTGC) dans les deux sections de code du formulaire de don à la case 4 (Partie principale et partie détachable).

- Veuillez indiquer le nom exact, l'adresse complète, le numéro d'enregistrement de l'organisme de bienfaisance. Ce numéro est d'autant plus important que de nombreux organismes de bienfaisance portent des noms très semblables et ont plusieurs bureaux
- Ces organismes doivent être enregistrés auprès de l'Agence du revenu du Canada et vous devez indiquer le numéro d'enregistrement (que vous pouvez obtenir en composant 1-888-892-5667 ou en visitant son site Web au www.cra-arc.gc.ca.)
- Un don minimal par organisme est requis pour que la CCMTGC puisse accepter le don. Veuillez consulter votre Centraide local.

S'assurer que les montants reportés au haut du formulaire de don reflètent les dons des cases 1, 2, 3 et 4. Les formulaires de don non utilisés doivent être retournés à votre chef d'équipe ou au chef de campagne.

Reçus d'impôt

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

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

Le pouvoir des retenues à la source

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

COMMENT FONCTIONNENT-ELLES ?

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

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

COMMENT ET QUAND DOIS-JE-FAIRE LA PROMOTION DS RETENUES À LA SOURCE?

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

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

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

- Pour les **donateurs**, elles ont peu d'impact sur le budget. Les paiements se font par versements et le don figure sur le relevé T4.
- Pour les **Solliciteurs**, les retenues à la source facilitent les rapports et les suivis, et éliminent le comptant et les chèques personnels.
- Pour l'**employeur**, les retenues à la source témoignent d'un engagement concret envers la campagne.
- Pour **Partenairesanté/Healthpartners et Centraide/United Way**, des dons plus élevés signifient qu'ils auront davantage d'argent à consacrer à des programmes et à des services.

Outils de campagne

Bureau des conférenciers (consultez votre gestionnaire local de la ccmtgc)

La CCMTGC offre des conférenciers bénévoles de Centraide/United Way et de Partenairesanté/Healthpartners, francophones et anglophones. Tous possèdent une expérience de première main au niveau des services précieux qu'offrent Centraide/United Way et Partenairesanté/Healthpartners à la population de la RCN. Plusieurs de nos conférenciers bénévoles ont directement bénéficié des services d'organismes membres de Centraide/United Way ou d'organisations membres de Partenairesanté/Healthpartners – et ils parlent du fond de leur cœur. Les conférenciers sont disponibles tout au long de l'année. Nous recommandons de réserver leurs services le plus longtemps possible à l'avance, afin de nous permettre de trouver un conférencier qui répondra le mieux possible à vos besoins. Les sujets de présentation les plus populaires comprennent notamment les besoins des jeunes ou des personnes âgées, le counseling et la défense des droits, les programmes qui répondent à des besoins spéciaux, les programmes de recherche médicale et d'éducation en matière de santé. Votre gestionnaire de campagne de la CCMTGC peut vous fournir des renseignements détaillés sur le bureau des conférenciers.

Bureau des conférenciers pour les chefs de file (consultez votre gestionnaire local de la ccmtgc)

Le bureau des conférenciers pour les chefs de file offre une gamme de conférenciers qui peuvent faire une allocution lors d'une réunion du personnel, d'une rencontre pour la haute direction ou d'un événement qui souligne les chefs de file de votre ministère ou organisme. Ces conférenciers sont eux-mêmes des chefs de file et peuvent promouvoir la capacité de donner à un plus haut niveau. Ces conférenciers connaissent très bien les éléments positifs de devenir chef de file, ainsi que les besoins communautaires. Ils sont donc en mesure de promouvoir le programme des chefs de file et de motiver les employés à vouloir faire une contribution à la campagne. Votre gestionnaire de campagne de la CCMTGC peut vous fournir des renseignements détaillés sur le bureau des conférenciers et de leadership.

Tournées « Le voir, c'est le croire » (consultez votre gestionnaire local de la ccmtgc)

Les tournées « Le voir, c'est le croire » (LVCLC) sont d'excellentes occasions de rendre visite à des organismes et organisations subventionnés par Centraide/United Way et Partenairesanté/Healthpartners, et de constater sur place comment vos dons aident des gens de notre communauté. Veuillez consulter votre gestionnaire de la CCMTGC pour vous obtenir les dates et les emplacements des prochaines tournées. Plusieurs ministères organisent également leurs propres tournées Le voir, c'est le croire à pour leurs bénévoles de campagne. Ces tournées peuvent parfois se faire à pied en visitant des organismes des environs, permettant ainsi d'économiser temps et argent. Nous vous encourageons fortement, vous ou tout autre bénévole de la campagne au sein de votre ministère ou organisme, à vous inscrire pour participer aux tournées « Le voir, c'est le croire ». Pour plus de renseignements, veuillez communiquer avec votre gestionnaire de campagne de la CCMTGC.

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

Une autre expérience enrichissante, pour les bénévoles de campagne ou le personnel d'un ministère, est de participer à la Journée d'entraide (JDE). La JDE réunit des équipes de personnes provenant de plusieurs milieux de travail du secteur public et privé, et les assigne à un organisme spécifique ou à un projet communautaire que ces équipes vont aider pendant une journée. Comme les participants sont groupés en équipes, cette journée constitue une excellente occasion de bâtir un esprit de corps pour les équipes de campagne ou les employés d'un même milieu de travail. Les participants individuels et les petits groupes de personnes peuvent aussi être intégrés à d'autres participants pour former une équipe complète. Les participants se rencontrent le matin, rencontrent les autres équipes, déjeunent, reçoivent leur assignation et y reviennent en fin de journée pour partager leurs expériences.

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

Coche-santé (consultez votre gestionnaire local de la ccmtgc)

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

Ccmtgc.org (consultez votre gestionnaire local de la ccmtgc)

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

Prix de la ccmtgc (consultez votre gestionnaire local de la ccmtgc)

À la fin de chaque campagne, des ministères et des organismes sont reconnus pour leurs excellentes réalisations dans le cadre de la CCMTGC. Toute une gamme de prix de différentes catégories sont attribués pour reconnaître les réalisations les plus remarquables de la campagne. Pour plus de renseignements sur ces prix, veuillez communiquer avec votre gestionnaire de campagne de la CCMTGC.

Profil des organismes récipiendaires

Centraide/United Way www.centraide.ca



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

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

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



Partenairesanté/Healthpartners, grâce à un partenariat unique entre les organismes de bienfaisance du domaine de la santé les plus réputés au Canada, offre aux employés de la fonction publique la possibilité d’investir dans des programmes de recherche et dans des services par l’intermédiaire de la CCMTGC.

Appuyer une ou plusieurs des 16 organisations membres en participant à la campagne de Partenairesanté/Healthpartners permet d’augmenter les fonds destinés à la recherche médicale, à la promotion de la santé et aux services aux patients, dans le but de réduire le nombre de décès prématurés et d’améliorer la qualité de vie des Canadiens.

Partenairesanté/Healthpartners est un véritable partenariat. Nos membres reconnaissent les avantages importants de cette collaboration en équipe. Les organisations membres ne perdent pas leur identité individuelle en participant à Partenairesanté/Healthpartners. Au contraire, Partenairesanté/Healthpartners vise à mieux faire connaître le travail de ses membres.

Nos membres

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

Promouvoir la liberté de choix du donateur

Partenairesanté/Healthpartners promeut la l’entière liberté de choix des donateurs dans le cadre des ses collectes de fonds en milieu de travail, et leur donne la possibilité de diriger leur don vers un ou plusieurs organismes de santé de leur choix. Pour aider les donateurs à désigner leur don, Partenairesanté/Healthpartners met à leur disposition toute l’information utile sur ses organisations membres pendant toute la campagne. La sensibilisation et l’information du public sont une partie importante de la campagne, et nous encourageons donc les donateurs à se renseigner sur les questions de santé qui se posent au Canada.

Les organisations membres de Partenairesanté/Healthpartners offrent des services fort nécessaires dans toutes les régions du Canada. Un don à Partenairesanté/Healthpartners ou à l’une de ses organisations membres bénéficiera en fin de compte au donateur et à sa communauté, ainsi qu’à tous les Canadiens.

Partenairesanté/Healthpartners propose un modèle unique : vous décidez quel organisme vous souhaitez appuyer par votre don à la campagne en milieu de travail et, comme les organismes membres représentent les principales pathologies qui touchent notre pays, vous avez un vaste choix. Votre don ira à la recherche nationale, à des programmes locaux, y compris des services aux patients et aux aidants et à la promotion de la santé. Toutes ces initiatives favorisent une meilleure santé pour les Canadiens et leur donnent espoir.