



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

---

# Guide du Coordonnateur des 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](http://www.gcwcc.org) | [www.ccmtgc.org](http://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 .....	3
SECTION 1: À PROPOS DE LA CCMTGC .....	4
SECTION 2: LE RÔLE DU COORDONNATEUR DES ÉVÉNEMENTS SPÉCIAUX.....	6
SECTION 3: LA PLANIFICATION D'UN ÉVÉNEMENT SPÉCIAL .....	7
SECTION 4: LICENCES .....	8
SECTION 5: ÉMISSION DE REÇUS POUR LES DONS EN ESPÈCES ET EN NATURE .....	10
SECTION 6: ÉVÉNEMENTS SPÉCIAUX DE SENSIBILISATION .....	12
ÉVÉNEMENTS INFORMELS/REPAS	
UN BARBECUE : UNE COLLECTE DE FONDS SAVOUREUSE .....	12
DEJEUNER DE CHILI : ATTENTION C'EST CHAUD! .....	12
VENTE DE PÂTISSERIES : DE LA CUISINE AMUSANTE .....	13
BUFFET ROULANT : NUIT EN FOLIE .....	13
REPAS-PARTAGE ET LIVRE DE RECETTES : LE COIN DES GOURMETS .....	13
ÉVÉNEMENTS OFFICIELS	
JOURNÉE DES JEANS : TENUE DÉTENTE .....	13
L'ASCENSEUR À PÉAGE : LES HAUTS ET LES BAS DE LA CAMPAGNE .....	14
S'AMUSER AVEC DES PLUMES : QUI EST LA DINDE? .....	14
CONCOURS DE SOUS : ACCUMULEZ DES CENTS .....	14
COURSE DE HUARDS .....	14
VENTE AUX ENCHÈRES : FAITES UNE OFFRE .....	15
ÉVÉNEMENT DE SENSIBILISATION À LA FAIM : ÉDUCATION .....	15
ÉVÉNEMENT DE SENSIBILISATION AUX SANS-ABRI .....	15
ÉVÉNEMENTS PLUS IMPORTANTS	
UN PENTATHLON ENTRE SERVICES : UNE CONCURRENCE AMICALE .....	16
CARNAVAL : MARCHE AUX PUCES, VENTE DE LIVRES, LECTURE DES LIGNES DE LA MAIN .....	16
LE MINI-GOLF : UN COUP DE GÉNIE .....	16
CONCOURS DES « IDOLES » : SPECTACLE DE TALENTS .....	17
TIRAGE 50/50 .....	17
« B » COMME DANS BINGO! .....	18
SECTION 7 : UNE JOURNÉE ECLAIR : UNE STRATÉGIE DE CAMPAGNE .....	19

SECTION 8 : OUTILS EDUCATIFS ET DE SENSIBILISATION .....	21
SECTION 9 : LISTE DE CONTROLE POUR LES EVENEMENTS SPECIAUX.....	22

*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 des événements spéciaux**, à mettre au point et en application un plan efficace pour coordonner les événements spéciaux de votre CCMTGC. Ce guide comprend tout ce dont vous aurez besoin pour faire en sorte que les événements soient couronnés de succès pour toute personne y participant. Il vous offre, au fur et à mesure, des conseils et des idées pratiques pour planifier et organiser de façon efficace vos événements. Ce guide est un excellent point de départ qui vous aidera à être bien informé sur les activités en cours destinées à sensibiliser le public au sujet de la CCMTGC et à recueillir des fonds.

## 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](http://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.

## SECTION 2 : LE RÔLE DU COORDONNATEUR DES ÉVÉNEMENTS SPÉCIAUX

Les événements spéciaux permettent de recueillir des fonds, de mieux sensibiliser les employés à la cause, de motiver, de promouvoir l'esprit d'équipe et de créer une concurrence amicale. Ils doivent être amusants!

En qualité de Coordinateur des événements spéciaux, vous devez planifier des événements, **de concert avec votre chef de campagne**, qui rehaussent la sensibilisation aux enjeux de bienfaisance et 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. Comme vous êtes le gestionnaire de projet de l'événement, vous devez tout planifier, du début à la fin, tout en vous amusant.

### CE QUE VOUS DEVEZ SAVOIR

#### **Bien choisir son moment!**

Dans la plupart des milieux de travail, les activités spéciales 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 activités spéciales complètent vos efforts de sollicitation en personne mais ne les remplacent pas.**

#### **Ce sont les résultats qui comptent!**

Le choix des activités doit être stratégique pour éviter la fatigue auprès des donateurs. Lorsque vous planifiez une activité spéciale, choisissez-en une qui s'est déjà avérée efficace dans votre milieu de travail (consultez notre liste d'activités 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'activités spéciales. Il est essentiel de bien planifier tous les aspects de l'activité 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 activités extérieures).

## SECTION 3 : LA PLANIFICATION D'UN ÉVÉNEMENT SPÉCIAL

La première étape de la planification est de vous informer. Parlez à votre chef de campagne/coordonateur des employés de la CCMTGC 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. Il peut être sage d'avoir un plan de rechange en cas d'éventualités (p. ex., s'il pleut lors de votre événement extérieur).

### LES « P » ET LES « Q » DES ÉVÉNEMENTS SPÉCIAUX

#### **Que souhaitez-vous accomplir?**

Sensibiliser les employés? Améliorer le moral des employés? Recueillir des fonds? Tout ceci?

#### **Avez-vous déjà organisé une activité semblable?**

Avait-elle remporté du succès? Combien d'argent avez-vous recueilli? Combien d'employés y ont participé?

#### **Combien de temps faut-il pour l'organiser?**

Quelles sont vos ressources? De quel budget disposez-vous? Qui l'organisera?

#### **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 campagne la CCMTGC?**

### LES CHOSES À PRENDRE EN COMPTE

#### **Coûts**

Les événements spéciaux peuvent coûter cher. Si vous communiquez avec des commanditaires pour obtenir des fournitures ou des services, 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.

Si la commandite n'est pas possible, 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. Communiquez avec votre gestionnaire de campagne de la CCMTGC pour un complément d'information sur notre Bureau des conférenciers.

## SECTION 4 : LICENCES

*Les renseignements fournis sur les licences sont à jour au moment de l'impression. Cependant, la province et l'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.*

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 licence provinciale. 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. La municipalité doit aussi être mise au fait de votre événement de jeu et elle devra l'autoriser. La demande est alors acheminée au service provincial de délivrance de permis accompagné d'un chèque ou mandat de poste correspondant au coût de la demande. Communiquez avec votre gestionnaire de campagne de la CCMTGC pour en savoir plus.

**\* Nota : 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 \***

### LICENCE POUR JEUX DE BIENFAISANCE

Les jeux de bienfaisance sont des jeux de hasard autorisés 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 les conditions suivantes s'appliquent :**

1. un prix peut être gagné (argent, biens, services, etc., y compris les prix donnés); et
2. des droits d'entrée doivent être déboursés afin d'avoir une chance de gagner (p. ex., achat d'un billet); et
3. le facteur chance entre en jeu.

**Nota :**

- Les demandes doivent être déposées auprès du bureau provincial, **au moins 30 jours avant le début de l'activité.**
- 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.
- **Le ministère/organisme est responsable de la licence (demande et rapport).**

## 3 ÉTAPES POUR OBTENIR UNE LICENCE

### 1. Présenter une demande de licence

Il est nécessaire d'obtenir une licence pour organiser des jeux de bienfaisance. 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;
- Centraide/United Way doit approuver l'activité (prière de consulter votre gestionnaire de campagne 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 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 campagne de la CCMTGC. Vous devriez en conserver une copie pour vos dossiers.

\*Pour un complément d'information, veuillez contacter votre Centraide/United Way local.

## SECTION 5 : ÉMISSION DE REÇUS POUR LES DONN EN ESPÈCES ET EN NATURE

*Les renseignements fournis sur les reçus aux fins d'impôt sont à jour au moment de l'impression. Cependant, la province et l'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.*

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 établir 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 donn 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 campagne 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](http://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.

<b>LIGNES DIRECTRICES DE L'ARC SUR L'ETABLISSEMENT DE REÇUS POUR CERTAINS EVENEMENTS DE COLLECTE DE FONDS</b>
---

Les ministères et organismes 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, aucun reçu ne peut être émis parce qu'en contrepartie du 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 recueillir 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 campagne 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 campagne de la CCMTGC de compte 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 campagne de la CCMTGC **avant de vous engager**. Tous les reçus pour dons en nature doivent être approuvés par le chef des finances 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 campagne 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 6 : ÉVÉNEMENTS SPÉCIAUX DE SENSIBILISATION

Lorsque vous planifiez un événement spécial, inspirez-vous d'un événement qui a déjà porté fruit (voir notre liste des événements à la fin du présent document). L'un des objectifs les plus importants d'un événement spécial réussi est de mobiliser le plus grand nombre d'employés possible. Vous trouverez ci-dessous des exemples des types d'événements spéciaux qui peuvent être utilisés afin de SENSIBILISER LE PUBLIC AU SUJET DE LA CAMPAGNE ET DE RECUEILLIR DES FONDS.

### ÉVÉNEMENTS INFORMELS / REPAS

#### **Un barbecue : une collecte de fonds savoureuse**

Coûts liés à l'événement ..... **Élevés**  
Niveau de difficulté : ..... **Élevé**

#### **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
- Donnez aux cuisiniers un tablier de la CCMTGC si disponible.
- Prévoyez des plats végétariens au menu (p. ex., hamburgers sans viande).

#### **Déjeuner de chili : attention c'est chaud!**

Coûts liés à l'événement : ..... **Moyens**  
Niveau de difficulté : ..... **Moyen**

#### **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 électriques.
- 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 juger du goût, de la texture et du pouvoir incendiaire.

### **Vente de pâtisseries : de la cuisine amusante**

Coûts liés à l'événement : ..... **Peu élevés**  
Niveau de difficulté : ..... **Peu élevé**

#### **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

### **Buffet roulant : nuit en folie**

Coûts liés à l'événement : ..... **Peu élevés**  
Niveau de difficulté : ..... **Peu élevé**

#### **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

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

Coûts liés à l'événement : ..... **Peu élevés**  
Niveau de difficulté : ..... **Peu élevé**

#### **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.

## **ÉVÉNEMENTS INTERNES**

### **Journée des jeans : tenue détente**

Coûts liés à l'événement : ..... **Peu élevés**  
Niveau de difficulté : ..... **Peu élevé**

#### **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/agence.
- Vendez des autocollants. Chaque autocollant permet au détenteur de porter ses jeans le vendredi.
- 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**

#### **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.

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

Coûts liés à l'événement : ..... **Peu élevés**  
 Niveau de difficulté : ..... **Peu élevé**

#### **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 Grâce.

### **Concours de sous : accumulez des cents**

Coûts liés à l'événement : ..... **Peu élevés**  
 Niveau de difficulté : ..... **Moyen**

#### **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 qui auront recueilli le plus de sous

### **Course de huards**

Coûts liés à l'événement : ..... **Peu élevés**  
 Niveau de difficulté : ..... **Peu élevé**

### **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.

### **Vente aux enchères : faites une offre**

Coûts liés à l'événement : ..... **Peu élevés**  
Niveau de difficulté : ..... **Peu élevé**

### **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.

### **Événement de sensibilisation à la faim : éducation**

Coûts liés à l'événement : ..... **Moyens**  
Niveau de difficulté : ..... **Moyen**

### **Clés de la réussite :**

- Organisez l'événement le midi, lorsque les gens ont faim.
- Demandez aux participants de payer cinq ou dix dollars.
- Les participants paient le même prix, mais ignorent s'ils recevront un repas « de gourmet » (c.-à-d. différents plats), un repas « normal » (c.-à-d. quelques articles) ou un repas « 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**

### **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

<b>ÉVÉNEMENTS PLUS IMPORTANTS</b>
-----------------------------------

**Un pentathlon entre services : une concurrence amicale**

Coûts liés à l'événement : .....

**Peu élevés**

Niveau de difficulté : .....

**Moyen à élevé**

**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 autour d'un parcours de cônes), lancement de porte-documents.
- Encouragez les secteurs à se faire représenter dans chaque épreuve.
- Organisez les finales dans le foyer principal, où les employés pourront encourager leurs collègues.
- Favorisez la concurrence entre services.

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

Coûts liés à l'événement : .....

**Peu élevés**

Niveau de difficulté : .....

**Moyen**

**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.

**Le mini-golf : un coup de génie**

Coûts liés à l'événement : .....

**Moyens**

Niveau de difficulté : .....

**Moyen**

**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 par groupe de quatre joueurs. Demandez à vos contacts/fournisseurs d'offrir des prix.
- Concevez des cartes de parcours.

- 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.

### **Concours des « idoles » : spectacle de talents**

Coûts liés à l'événement : ..... **Moyens**  
 Niveau de difficulté : ..... **Élevé**

#### **Clés de la réussite :**

- Organiser l'événement plus tard dans la campagne, après la sollicitation
- Trouver un endroit propice pour l'aménagement de la scène, un aire ouverte qui permettra à l'auditoire de bien voir; peut être organisé 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 commentaires 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

**\*\* LES ÉVÉNEMENTS SPÉCIAUX SUIVANTS NE PEUVENT PAS AVOIR LIEU SANS AUTORISATION PRÉALABLE.**

### **Tirage 50/50**

Coûts liés à l'événement : ..... **Peu élevés**  
 Niveau de difficulté : ..... **Peu élevé**

#### **Clés de la réussite :**

- Renseignez-vous auprès de votre gestionnaire de campagne 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.

## **« B » comme dans Bingo!**

Coûts liés à l'événement : .....

**Moyens**

Niveau de difficulté : .....

**Moyen**

### **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.

<b>D'AUTRES IDÉES</b>
-----------------------

- Concours de décoration de portes
- Concours du découpage de ruban rouge
- 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 la haute gestion
- Crève-coeur (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, le lancer de porte-documents)

## SECTION 7 : UNE JOURNÉE ÉCLAIR : UNE STRATÉGIE DE CAMPAGNE

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/coordonateur des employés de la CCMTGC 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/coordonateur des employés de la CCMTGC ET votre gestionnaire de campagne 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 décompte avant la campagne éclair pour sensibiliser les gens à l'événement
- Faire une séance de formation pour les sollicitateurs et les gestionnaires avant la campagne éclair
- Lors de la formation, demandez aux sollicitateurs et aux gestionnaires de faire un don et annoncer une somme de \$\$ au départ
- Afficher le nom des sollicitateurs une semaine avant la campagne éclair, et ajoutez un sollicitateur supplémentaire en disponibilité
- Obtenir des prix de présence pour motiver les participants
- Organiser le premier jour de la campagne dans un emplacement central
- Annoncer la journée en plaçant des ballons de la CCMTGC à toutes les entrées
- Assurez-vous que les cadres supérieurs soient très visibles
- Installer des tables pour les sollicitateurs afin qu'ils puissent décorer (thèmes et costumes)
- Afficher le plan de la salle et prévoyez des cartons d'identification pour les sollicitateurs
- Prévoir des rafraîchissements (café, jus, beignes, etc.) et des divertissements
- Installer des « isolements de vote » où les donateurs pourront remplir leurs formulaires en toute confidentialité
- Organiser une « foire d'information » pour les organismes de Centraide/United Way et Partenairesanté/Healthpartners
- Nommer une personne qui transmettra les données 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, toutes les demi-heures, des prix parmi les formulaires de dons remis (avec ou sans don)

- Annoncer le premier gagnant par courriel dès la première heure de la campagne éclair
- Prix pour les sollicitateurs 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 sollicitateurs 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 8 : OUTILS EDUCATIFS 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.

### **COCHES SANTÉ**

Les « COCHES -SANTÉS» de Partenairesanté/Healthpartners sont un programme éducatif gratuit conçu pour sensibiliser davantage les gens à leur santé et leur démontrer qu'un simple changement de style de vie peut faire une différence importante. On invite les gens à participer à une série de stations de vérification de santé où ils découvrent toute une gamme de renseignements, allant de leur pression sanguine à des informations relatives à la nutrition. Ils peuvent aussi se procurer des renseignements sur la santé qui leur en apprennent davantage au sujet d'une vie saine.

Si vous souhaitez organiser des « COCHES-SANTÉ » à votre bureau, veuillez communiquer avec votre gestionnaire de campagne de la CCMTGC.

### **BUREAU DES CONFÉRENCIERS**

Le Bureau des conférenciers de la CCMTGC se compose de bénévoles, de membres du personnel et de bénéficiaires de Partenairesanté/Healthpartners et de Centraide/United Way. 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.

Si vous souhaitez un conférencier, communiquer avec votre gestionnaire de campagne de la CCMTGC.

## SECTION 9 : LISTE DE CONTROLE POUR LES EVENEMENTS SPECIAUX

### LA LISTE DES ÉVÉNEMENTS SPÉCIAUX

#### Général

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

#### Date

- Y a-t-il suffisamment de temps avant la tenue de l'événement?
- La date est-elle la plus appropriée pour cet événement?
- Y a-t-il d'autres événements prévus à la même date et/ou heure?
- Les cadres supérieurs et/ou invités de marque sont-ils disponibles?
- Peut-on obtenir un permis d'ici la date prévue de l'événement?

#### Endroit

Adresse :

Personne-ressource sur place :

O N

- Faut-il une licence ou une permission spéciale?
- Faut-il du stationnement? Y a-t-il un endroit où stationner?
- Les fauteuils roulants ont-ils accès?
- Y a-t-il des salles de toilettes sur les lieux? Tout près?
- L'endroit peut-il contenir le nombre de participants attendu?
- Il y a-t-il d'autres aspects à considérer, comme les fêtes religieuses ou la température?
- Faut-il afficher une carte?
- Est-il permis de décorer avec des affiches, des panneaux..., etc?

- Faut-il prendre des mesures de sécurité spéciales?
- Faut-il payer pour nettoyer le local après l'évènement? Combien?

### Heure et scénario de l'évènement

Début de l'évènement :

Fin de l'évènement :

O N

- Coordonnateur sur place?
- Le coordonnateur a-t-il distribué les tâches?
- Faut-il préparer un script détaillé?
- Les conférenciers invités ont-ils confirmé leur présence?
- Existe-t-il des notes biographiques sur 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 bilingue?
- Les médias sont-ils invités? Faut-il fournir une « truite » (media feed box)? Faut-il prévoir des places réservées?
- 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 en bénévolat utilisées : \_\_\_\_\_

Heures de bénévolat utilisées : \_\_\_\_\_

Nombre de participants (présents) : \_\_\_\_\_

Compte rendu : \_\_\_\_\_

Suggestions pour l'an prochain : \_\_\_\_\_

Rempli par (nom) : \_\_\_\_\_

Date : \_\_\_\_\_

**EXEMPLE : DEMANDE DE PRIX**

Madame, Monsieur \_\_\_\_\_ :

La Campagne de charité en milieu de travail du Gouvernement du Canada (CCMTGC) est une campagne des employés et des retraités du Gouvernement du Canada, au nom de deux partenaires : le Fonds Partenairesanté/Healthpartners et Centraide/United Way. En [l'ANNÉE], ils ont recueilli plus de [□□□□ \$] 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 cette campagne, [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, [ministère-organisme] a recueilli plus de [□□□□ \$] grâce à la tenue d'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 donateur recevra bien sûr pleine reconnaissance et visibilité au cours de notre campagne.

Nous vous serions très reconnaissants de votre appui à 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.