



J'y crois
Je donne
C'est important

I care
I give
It matters



Campagne de charité en milieu de travail du
gouvernement du Canada 2020

Chefs de campagne – séance d'information



**Centraide
United Way**

**iii PartenaireSanté
HealthPartners**



Un aperçu de la formation d'aujourd'hui

Présentation de la CCMTGC

1. Tour de table
2. Principes de campagne
3. Bénéficiaires principaux
4. Résultats et tendances
5. Présentation et objectifs du Cabinet National

Les étapes d'une campagne réussie

1. Planifier sa campagne
2. Un travail d'équipe
3. Sensibilisation
4. Sollicitation
5. Reconnaissance
6. Suivis



Présentation de la **CCMTGC**

Qu'est ce que la CCMTGC?

- Les employés et retraités de la fonction publique fédérale appuient avec fierté les collectivités canadiennes et leurs besoins par l'entremise de la Campagne de charité en milieu de travail du gouvernement du Canada (CCMTGC)
- La campagne est menée par deux coprésidents nationaux soutenus par un cabinet de hauts gestionnaires.
- Elle est gérée et opérationnalisée par le bureau national de la CCMTGC, au nom de Centraide Canada, en vertu d'un accord avec le Secrétariat du Conseil du Trésor.
- La campagne est le fruit d'un effort collectif de milliers de fonctionnaires partout au pays qui consacrent leur temps, leurs efforts et leurs dons pour faire de cette campagne un succès année après année.
- Depuis sa création en 1997, la CCMTGC est la plus importante campagne de charité en milieu de travail au Canada

**La CCMTGC s'inscrit dans la continuité de votre rôle comme fonctionnaire:
améliorer la vie des Canadiens de toutes nos communautés
à travers le pays**

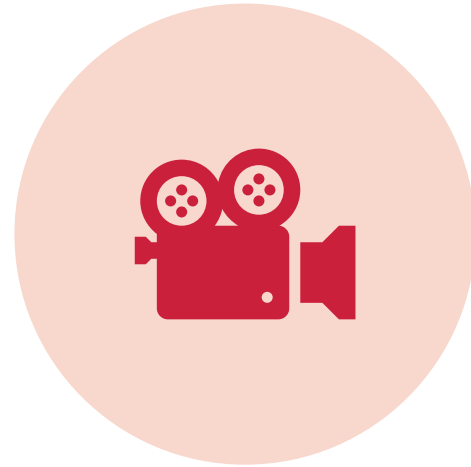
Qu'est ce que la CCMTGC? (2)

- Dans le cadre de la CCMTGC, les donateurs peuvent choisir de soutenir Centraide United Way, PartenaireSanté et/ou tout autre organisme de bienfaisance canadien enregistré.
- Les deux bénéficiaires principaux, **Centraide United Way** et **PartenaireSanté**, bénéficient d'une visibilité égale auprès des fonctionnaires.

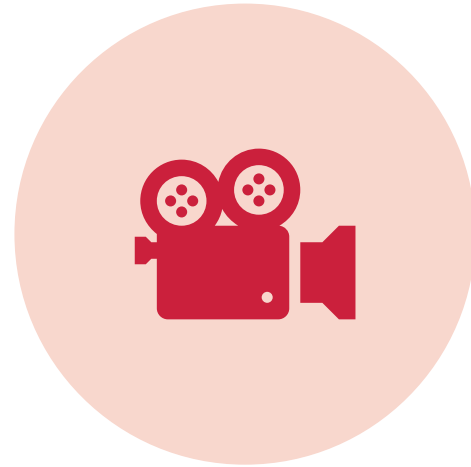


iii PartenaireSanté
HealthPartners



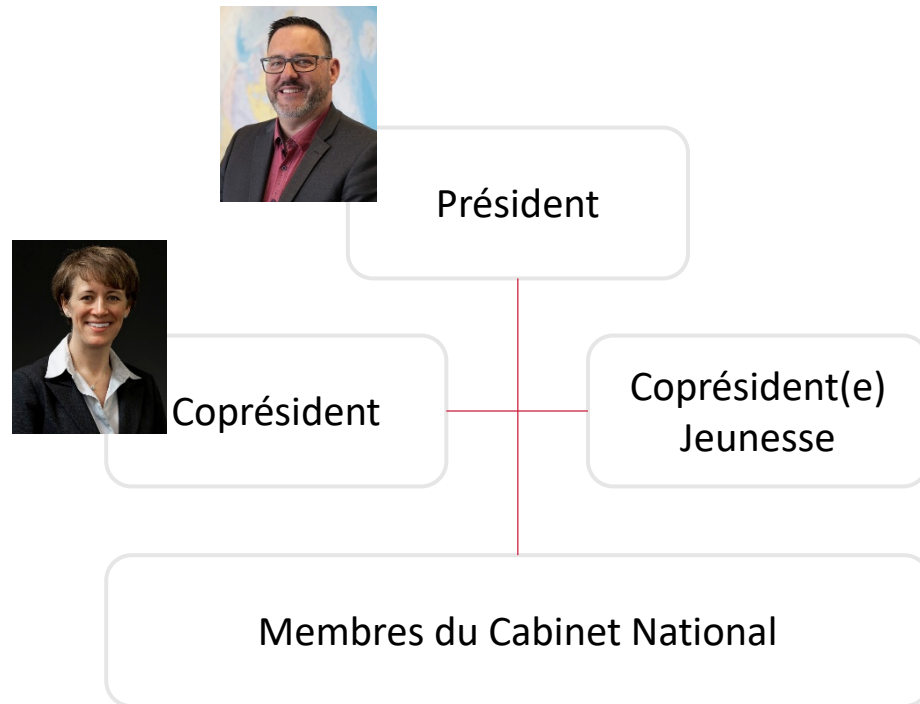


CLIQUEZ POUR VISIONNER LA VIDÉO
DE VOTRE CENTRAIDE LOCAL



CLIQUEZ POUR VISIONNER LA VIDÉO
DE PARTENAIRESANTÉ

Cabinet National de la CCMTGC 2020



- **Président : Sony Perron,**
Sous-ministre délégué, Services aux Autochtones Canada
- **Coprésident : Erin O’Gorman,**
Secrétaire associé, Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada
- **Coprésident(e) jeunesse:** Mélissa Masse et Kristen Landry
- **Cabinet National :** 9 hauts fonctionnaires provenant de toutes les régions du Canada

Le Cabinet National donne la direction, la vision et les objectifs de campagne.
Les membres du Cabinet mobilisent leur pairs afin qu’ils fournissent le soutien nécessaire à leurs équipes tout au long de la campagne.

Cabinet national de la CCMTGC 2020

Gail Johnson Dirigeante principale des Ressources humaines, Gendarmerie royale du Canada	Membre de la RCN
Robert Ianiro Vice-président, Agence canadienne d'inspection des aliments	Membre de la RCN
Patrick Lefort Directeur Général, Service Canada	Région de Québec *Situé à Montréal
Ross Ermel Sous-commissaire, Agence du revenu du Canada	Région des Prairies *Situé à Winnipeg
Christina Sampogna Représentante principale, région C-B/ Santé Canada	Région du Pacifique *Située à Vancouver
Mary Ann Triggs Sous-ministre adjointe, Service Canada	Région de l'Ontario *Située à Toronto
Rick Christopher Sous-ministre adjoint, Anciens combattants Canada	Région de l'Atlantique *Situé à Moncton
Lisa Dyer Directrice générale, Agence canadienne de développement économique du Nord	Région du Nord *Située à Yellowknife
Robert Morin Fonctionnaire retraité	Représentant, campagne des retraités

Objectifs 2020 du Cabinet National

1 Favoriser de façon soutenue une culture de générosité dans l'ensemble de la fonction publique

Les employés de la fonction publique fédérale font preuve de générosité chaque année. Nous voulons que les fonctionnaires soient fiers de la contribution qu'ils apportent à leurs communautés. La pandémie a touché tout le monde, y compris les employés de la fonction publique. Nous devons encourager les personnes qui ont donné auparavant à continuer de donner et inspirer celles qui n'ont jamais donné à le faire. Aucun montant n'est trop petit.

2 Soutenir la CCMTGC en tant que campagne nationale

Nous voulons reconnaître les efforts déployés par les bénévoles de la campagne et les donateurs de partout au Canada en encourageant la collaboration et la célébration des campagnes, peu importe où ils travaillent. Les fonctionnaires des quatre coins du pays devront concerter leurs efforts pour continuer de soutenir les personnes dans le besoin.

3 Faire preuve de souplesse et d'innovation

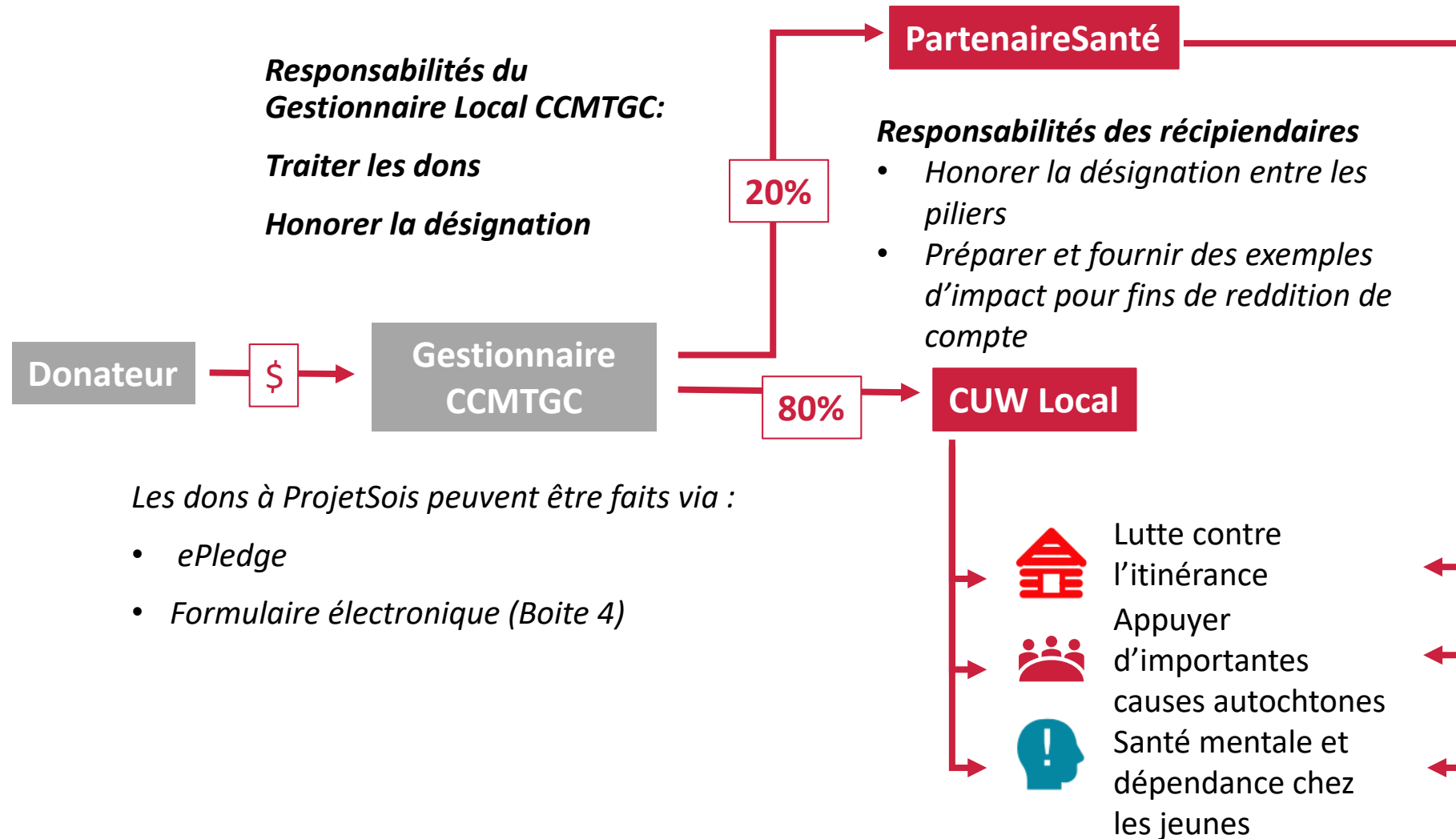
Cette année, la campagne est sans précédent et nécessitera la mise au point de nouveaux outils et l'élaboration de nouvelles méthodes. Nous devons appliquer des démarches novatrices aux activités et aux initiatives organisées dans le cadre de la campagne, y compris la formation en ligne et les nouveaux outils qui soutiennent la tenue de campagnes à distance.



Message des co-présidents



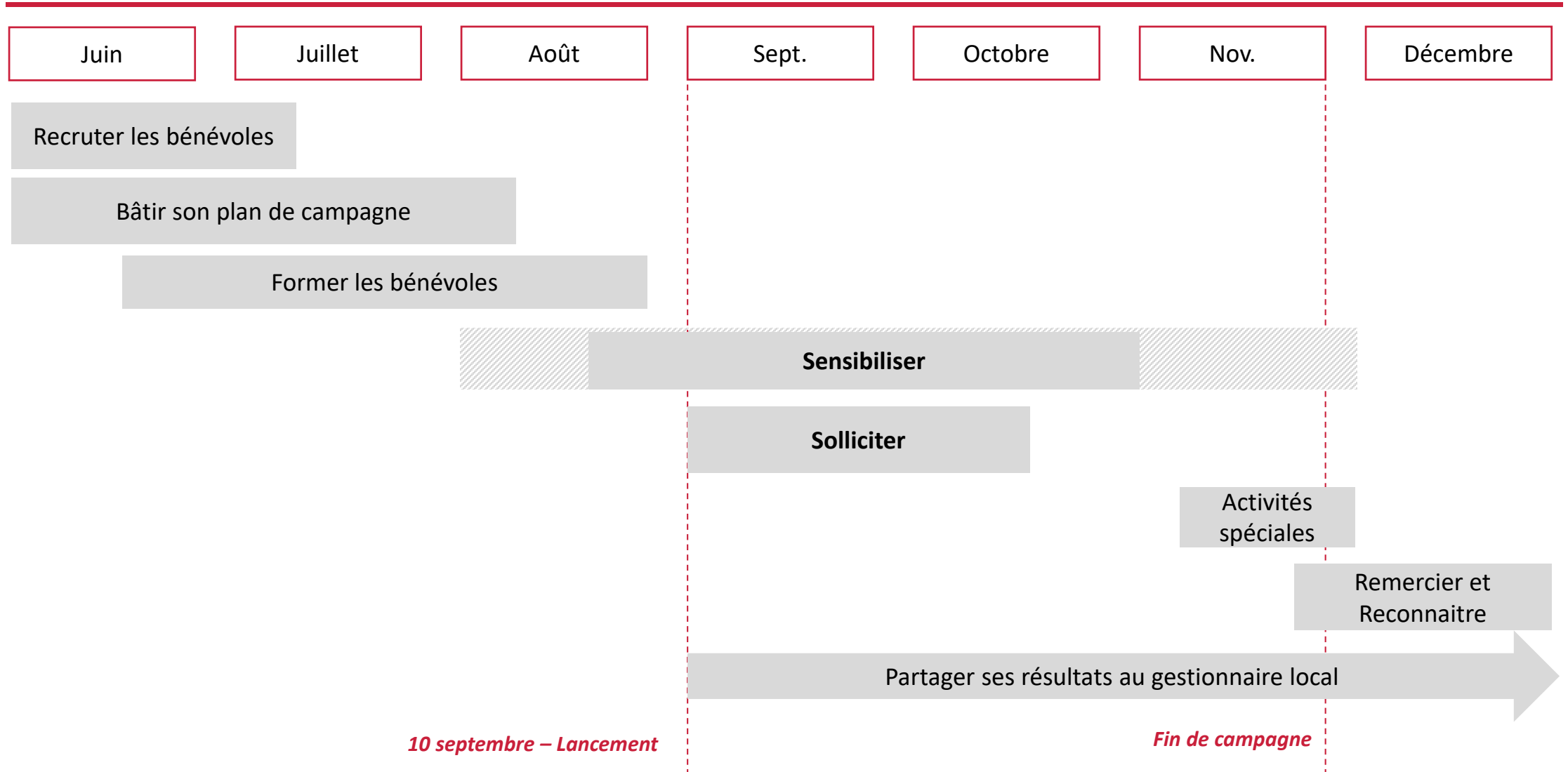
ProjetSois – l'initiative du Cabinet Jeunesse



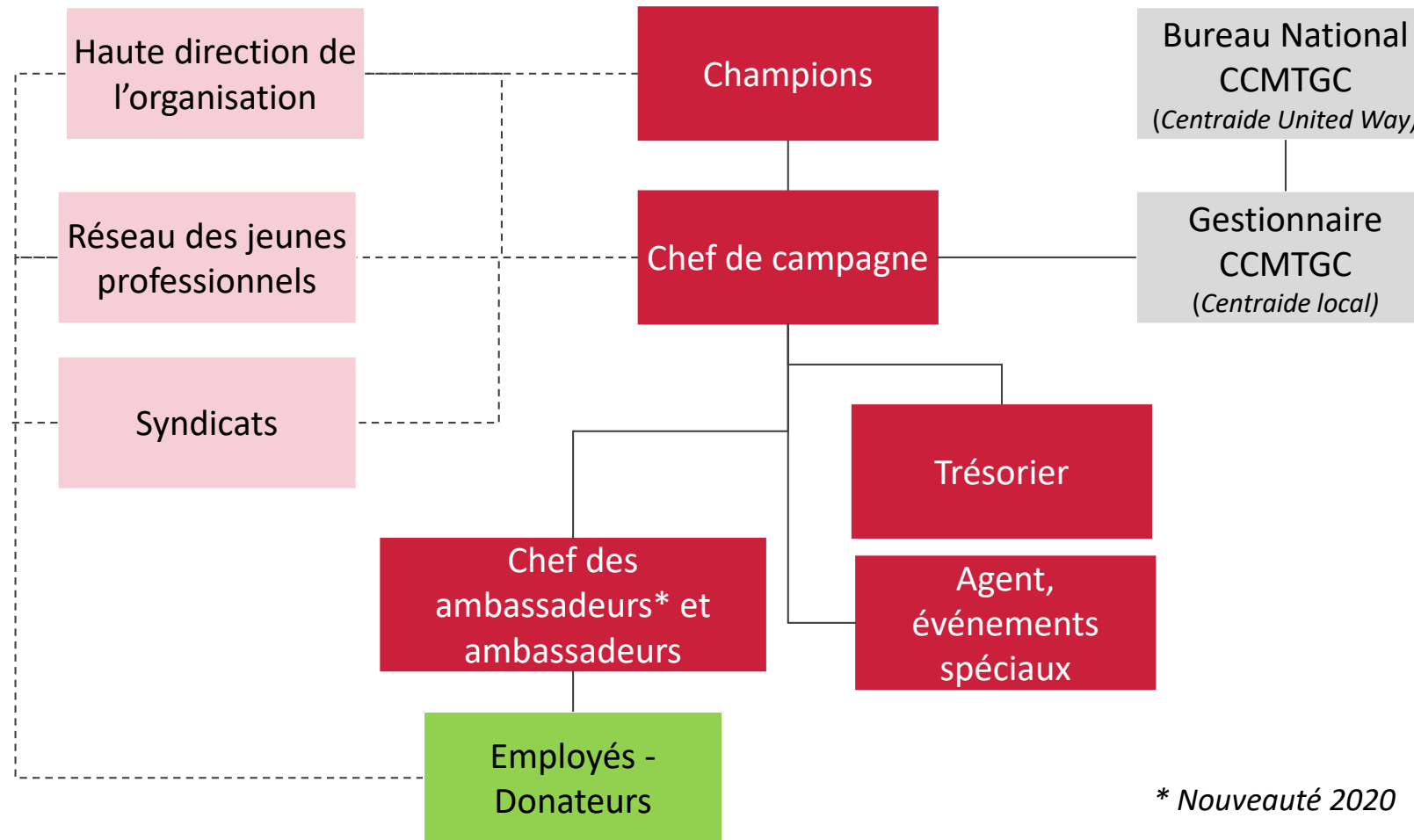
Les étapes d'une campagne réussie

1. **Planifier sa campagne**
2. Un travail d'équipe
3. Sensibilisation
4. Sollicitation
5. Reconnaissance
6. Suivis

Planifier sa campagne : déroulement type



Un travail d'équipe



Haute direction de votre organisation

Les membres de la haute direction ont un rôle d'influence et de leadership essentiel à jouer dans la campagne :

AUPRÈS DES AUTRES GESTIONNAIRES

- Faites de la campagne, une priorité pour l'organisation.
- Mettez l'accent sur les liens entre les campagne et les valeurs de l'organisation.
- Assurez-vous d'obtenir l'engagement de tous les hauts dirigeants.
- Faites circuler l'information à propos de la campagne.

AUPRÈS DES BÉNÉVOLES

- Allouez des ressources suffisantes (temps, budget si possible) aux volontaires pour qu'ils puissent remplir leur rôle.
- Permettez aux volontaires de profiter des réunions/possibilités existantes pour sensibiliser leurs collègues.
- Encouragez les volontaires et accordez-leur une reconnaissance.

AUPRÈS DES EMPLOYÉS

- Donnez une légitimité à la campagne et au fait de donner.
- Encouragez les employés à contribuer.
- Expliquez les raisons personnelles qui motivent à donner.
- Soyez inspirant!

Champion

Les principales responsabilités du champion sont:

Choisir le **chef de campagne** pour son organisation.

Assurer la disponibilité des ressources humaines et financières et apporte un **soutien visible** à la campagne de son équipe.

Fournit les **conseils** nécessaires pour que la campagne connaisse du succès, est le **porte-parole** de la de son organisme et **veille à l'engagement** de son équipe.

Gestionnaire local de la CCMTGC



Vous aide à planifier et exécuter la campagne

- Forme les bénévoles de campagne
- Fournit des conseils stratégiques
- Suit l'évolution de la campagne et proposer des ajustements



Fournit les outils qui vous aideront à faire campagne

- Exemples: histoires d'impacts, capsules de dons, FAQ, dépliants, témoignages de porte-paroles, tournées de quartiers, etc.



Traite les dons

- Traite tous les formulaires de dons papier et les activités
- Émet des reçus d'impôt, le cas échéant



Rapporte les résultats au Cabinet National :

- Partage des progrès, défis et succès de votre campagne

Votre contact principal: **INSÉRER NOM, COURRIEL ET TÉLÉPHONE DU CONTACT PRINCIPAL**

Chef de campagne et Co-chef de campagne

Les principales responsabilités du chef de campagne sont les suivantes :

INSPIRER

Mobilise son équipe de campagne pour la cause et s'assure du soutien de tous.

Est une **source d'inspiration**.

Obtient le soutien des hauts dirigeants et d'autres acteurs clés.

Donne l'exemple en partageant ses propres raisons qui le motivent à donner et en participant à des activités de sensibilisation.

PLANIFIER

Bâtit une équipe et rassemble les ressources clés.

Analyse les campagnes précédentes.

Fixe les dates et les **objectifs** de la campagne.

Élabore un plan de campagne et d'engagement pour sensibiliser les employés et atteindre les objectifs.

COORDONNER

Coordonne et dirige la sensibilisation et la collecte de fonds.

Suit l'évolution de la campagne et ajuste les stratégies en fonction des besoins.

Rend compte des résultats pendant et à la fin de la campagne.

Effectue une analyse du bilan.



Trésorier

Assure le respect des **procédures administratives et financières**

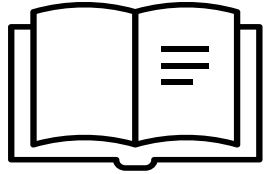
Reçoit tous les **formulaires et argents** pour les contributions d'employés et activités spéciales, et les remet au gestionnaire CCMTGC local

Soutient le **traitement des dons** par déduction à la source

Assure un suivi des **résultats**, prépare les **rapports financiers** et rend compte des progrès financiers de la campagne

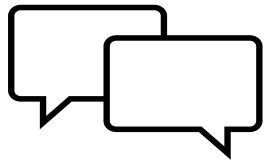
Guide l'équipe dans les démarches pour obtenir les **permis** relatifs aux jeux et boissons alcoolisées

Chef des ambassadeurs et ambassadeur



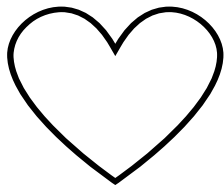
INFORMER ET SENSIBILISER

- Démontre comment un don peut améliorer la vie des Canadiens dans toutes les communautés
- Exprime ses propres raisons qui le motivent à donner/à s'impliquer
- Explique les différentes façons de donner



SOLLICITER

- Demande à ses collègues leur soutien pour la campagne
- Offre son aide avec ePledge
- Effectue des suivis pour s'assurer que chaque employé qui voulait contribuer soit en mesure de le faire



REMERCIER

- Remercie sincèrement et chaleureusement chaque collègue (qu'il ait fait un don ou non) pour son temps et sa participation



Agent, événements spéciaux

Coordonne les événements spéciaux qui sont organisés pour célébrer les efforts de collecte de fonds.

Collabore avec le trésorier pour assurer le respect de tous les aspects financiers, des directives relatives aux événements et aux jeux et des règlements provinciaux.

Toujours avec la collaboration du trésorier, **s'assurer que les fonds soient versés de manière appropriée.**

Fournir des conseils et des recommandations aux collègues qui souhaitent organiser des événements afin de s'assurer qu'ils sont conformes aux priorités, règles et règlements de la campagne.

Recrute un groupe de bénévoles pour organiser des événements réussis.

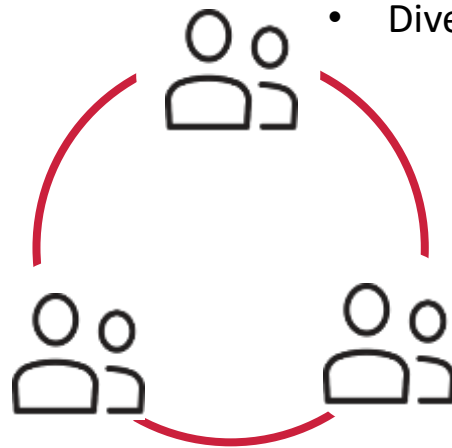
Bâtir son équipe : qui recruter?

Choisir des personnes ayant une expertise dont vous avez besoin pour mener la campagne

- Habilité avec la technologie
- Dotée de solides compétences en communications et en gestion de communauté.

L'équipe de campagne doit refléter tous les employés de l'organisation

- Secteurs/fonctions
- Niveaux hiérarchiques
- Diversité (d'âge, de genre, d'origine, etc.)

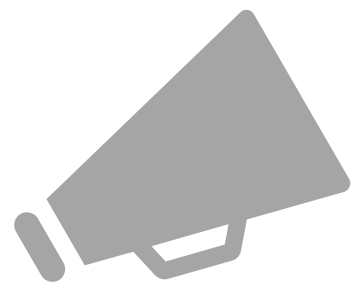


Impliquer les représentants syndicaux

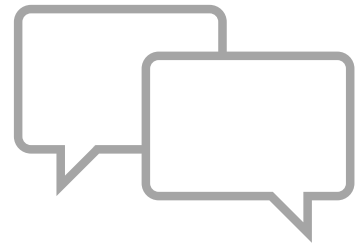
Leur soutien peut influencer positivement de nombreux employés



Comment réussir sa campagne?



Sensibiliser



Solliciter

Sensibiliser : faire comprendre les raisons pour lesquelles donner est important

L'impact du don



- Expliquer les besoins dans nos communautés
- Partager des exemples concrets du travail de Centraide et PartenaireSanté (avec X\$, on peut faire ceci)
- Partager des histoires de personnes soutenues

Des outils de communications existent, à votre portée! N'hésitez pas à en faire usage!

Les raisons pour lesquelles on donne

Chacun a ses raisons de donner; les partager permet d'inspirer ses collègues

- Faire un appel à témoignage et donner la parole à vos collègues
- Afficher et partager vos raisons : *#jedonne* parce que...



Quels moyens utiliser pour communiquer au sujet de la campagne?

Compte tenu de la COVID-19, nous nous orientons vers une campagne en ligne/virtuelle. Soyez créatifs !

Web – plateformes existantes

- Intranet
- Courriels
- Médias sociaux
- Zoom, Microsoft, Teams, Skype, Messenger ou autres outils autorisés



Virtuellement ou en personne (tout en respectant les règles de distanciation sociale en vigueur)

- Utilisez les réunions virtuelles déjà planifiées pour parler de l'impact du don (vidéos, porte-paroles d'organismes, témoignages de collègues...)
- Organisez: journées d'action bénévoles, diner-causeries, etc.

Affichage dans les espaces de travail, si possible

- Affiches, certificats «#Jedonne parce que... », thermomètres, etc.

Solliciter : encourager à donner

La raison principale pour laquelle une personne ne donne pas, c'est qu'on ne lui a pas demandé!



Les rencontres individuelles de pair à pair permettent un échange authentique

- L'ambassadeur répond aux questions et inquiétudes
- Le donateur partage son intention de donner (ou non) – facilite le suivi de campagne

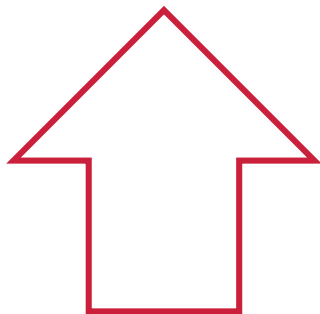
Objectif : s'assurer que 100% des fonctionnaires soient rencontrés par un ambassadeur, en personne

Message clé : chaque don a un impact, peu importe le montant!

+85% des fonds de la campagne proviennent de la sollicitation

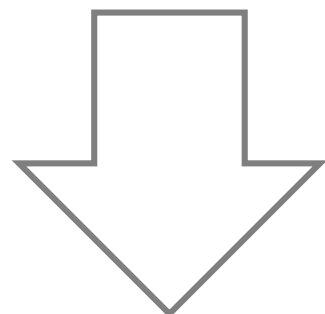
Privilégier la sollicitation directe plutôt que les activités!

Recentrer les activités sur l'essentiel



Les activités sont excellentes pour :

- Mobiliser et promouvoir l'esprit d'équipe
- Sensibiliser à l'impact de la CCMTGC et de ses bénéficiaires principaux.
- Créer un sentiment d'appartenance à la communauté
- Avoir du plaisir



Compte tenu des règles de distanciation sociale en vigueur, les rencontres en personne et les activités de groupe sont peu souhaitables.

- Les activités rapportent peu ou pas de revenus pour la communauté
- Un trop grand nombre d'activités peut être peut avoir un impact négatif sur votre campagne :
 - Prend du temps, des ressources et de l'énergie
 - Entraîne fatigue/usure des bénévoles et des employés
 - Menace les dons individuels car l'employé a l'impression d'avoir déjà fait sa part

- Organiser des événements virtuels misant sur la sensibilisation (assemblée générale, conférence, témoignage)
- Utiliser une plateforme de collecte de fonds en ligne pour organiser des événements respectant la distance sociale
- Envisager de faire moins d'événements en 2020 et se concentrer sur la sollicitation

Remercier et reconnaître



Les bénévoles

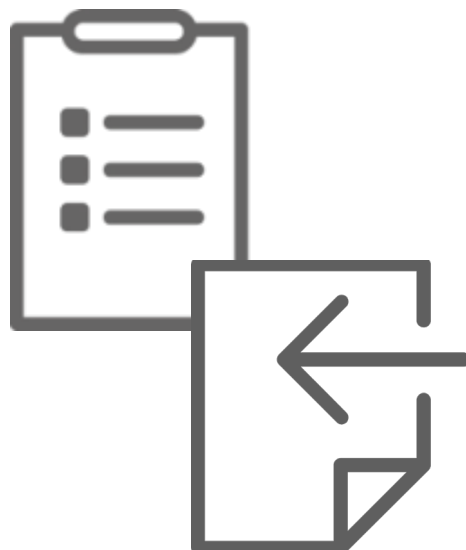
- Remercier CHAQUE membre de l'équipe de campagne
- Organiser un évènement pour célébrer
- Reconnaître ceux qui se sont distingués (certificats, mention sur médias sociaux, etc.)



Les donateurs

- Remercier TOUS les donateurs
- Un merci plus particulier aux donateurs chefs de file
- Faire connaître vos résultats à toute l'organisation
- Soyez fiers de ce que vous avez collectivement accompli !

Plusieurs suivis à faire pendant et après la campagne



1

Suivre attentivement la **sollicitation** – objectif 100% des employés rencontrés

2

Communiquer **l'avancement** de votre campagne – nous pouvons vous aider!

3

Transmettre rapidement les formulaires de dons papiers et montants d'argent – pour en accélérer le **traitement**

4

S'assurer que l'information des dons par **déduction à la source** soit transmise au centre de paie selon la date limite en vigueur



Pour conclure

Ce qu'il faut retenir

Sensibiliser

- Une personne doit se sentir interpellée pour donner!
- Utiliser le matériel et les exemples de Centraide et PartenaireSanté

Solliciter

- Une personne ne donnera pas si on ne lui demande pas!
- Objectif: 100% de sollicitation individuelle, en personne

Remercier

- Bénévoles comme donateurs méritent d'être remerciés
- Faites rayonner la générosité de vos collègues et rendez-les fiers de leur action!

Vous n'êtes pas seuls!

- N'hésitez pas à nous demander de l'aide, nous sommes là pour ça. Votre contact principal: **INSÉRER ICI NOM, ADRESSE COURRIEL ET TÉLÉPHONE DU GESTIONNAIRE CCMTGC**



Merci!

Vous permettez de faire une différence majeure
dans la vie de milliers de personnes
dans nos communautés

