**Campagne de charité en milieu de travail du gouvernement du Canada (CCMTGC) de 2024**

**Messages clés**

# Accessibilité

* Faites de l’accessibilité une priorité explicite dès le début de vos activités de planification de la campagne.
* Demandez à votre réseau de personnes en situation de handicap d’aider, de mettre vos idées à l’épreuve et de vous conseiller.
* Ajoutez un appel à tous pour des demandes de mesures d’adaptation dans toutes vos invitations à des événements ou des réunions.
* Utilisez les outils d’accessibilité de Microsoft :
  + Rappelez les participants aux réunions comment activer les sous-titres au début des réunions.
  + Rappeler les participants aux réunion d'utiliser un langage descriptif lorsqu'ils se présentent et/ou présentent des images/graphiques.
  + Activez le vérificateur d’accessibilité quand vous utilisez Word ou PowerPoint.
* N’oubliez pas d’utiliser un [langage clair](https://conception.canada.ca/guide-redaction/) dans vos rédactions.
* Pour en savoir plus, consultez la page [Accessibilité au sein de la fonction publique](https://www.canada.ca/fr/gouvernement/fonctionpublique/mieux-etre-inclusion-diversite-fonction-publique/diversite-equite-matiere-emploi/accessibilite-fonction-publique.html).

# Thème de la CCMTGC de 2024

* **La CCMTGC nous rapproche de nos collectivités!** Aux collectivités **dans lesquelles nous vivons, aux collectivités que nous soutenons, aux collectivités auxquelles nous nous identifions**. Les fonctionnaires ont à cœur de contribuer à des causes qui les interpellent et de constater concrètement les retombées de leurs contributions.

# Messages clés pour 2024 – Le pourquoi et le comment

* Chaque année, des fonctionnaires fédéraux actifs et retraités de partout au Canada participent à la CCMTGC.
* Grâce à vos contributions et actions caritatives, nous continuons de changer les choses et d’avoir une incidence sur les collectivités à l’échelle du pays.
* Ensemble, nous bâtissons des collectivités plus fortes et aidons les Canadiennes et les Canadiens dans tout le pays.
* **La CCMTGC est une initiative menée par les employés visant à recueillir des fonds pour aider les personnes dans le besoin au sein de nos collectivités.**
* La CCMTGC est le prolongement de ce que nous faisons à titre de fonctionnaires : améliorer la vie des Canadiennes et des Canadiens dans toutes nos collectivités, d’un océan à l’autre.
* C’est une façon concrète d’affirmer et de renforcer les valeurs de la fonction publique, notamment le respect d’autrui, la diversité, l’équité et l’inclusion.
* **Votre générosité en tant que donateur permet d’offrir des soins et des services essentiels** – là et au moment où ils sont le plus nécessaire – **pour changer concrètement les choses pour les Canadiens**.
* Les fonctionnaires se soucient des collectivités et de leur population. Cela transparaît dans notre travail au quotidien et dans notre tradition de donner par l’intermédiaire de la CCMTGC.
* Nous travaillons ensemble au soutien des populations et des collectivités intersectionnelles dans tout le Canada dans un esprit d’ouverture, d’honnêteté et de transparence, en favorisant l’engagement, la collaboration et le respect.
* Les efforts consacrés à lever des fonds cette année sont de la plus haute importance en raison des difficultés économiques qui perdurent dans la plupart des collectivités à l’échelle du pays.
* Les dons acheminés par l’intermédiaire de la CCMTGC **permettent d’améliorer les conditions de vie en bâtissant des collectivités plus fortes et en aidant les Canadiens dans tout le pays.**
* Notre engagement et notre soutien continus sont **essentiels** alors que les besoins dans nos collectivités continuent de croître.
* Nous sommes **unis pour soutenir nos collectivités dans le besoin**.
* Vos dons peuvent aider les personnes ayant des identités croisées, qui en ont souvent le plus besoin.

**Pourquoi donner à la CCMTGC?**

Grâce à vos dons :

* + plusieurs personnes âgées de votre collectivité reçoivent l’aide dont elles ont besoin;
  + vos enfants et leurs amis à l’école sont tous heureux, en santé et bien nourris;
  + le coût du billet d’autobus ou de la tasse de café de votre voisin est assumé, ce qui peut changer tout dans sa journée!

Vos dons aident également à réaliser les activités suivantes :

* + aider les personnes en situation d’itinérance à **obtenir un logement abordable, sûr et permanent**;
  + soutenir la **recherche vitale** pour l’identification de nouveaux traitements, de nouveaux remèdes, et de diagnostics précoces;
  + bâtir **des collectivités plus fortes et plus inclusives pour tous**;
  + maintenir **des programmes, des secours et de l’assistance** pour les personnes atteintes d’une maladie chronique.

Pour en savoir plus, visitez la page [gcwcc-ccmtgc.org/fr/outils-communication/beneficiaires-designes](https://gcwcc-ccmtgc.org/fr/outils-communication/beneficiaires-designes/).

**S’attaquer aux problèmes importants auxquels font face les Canadiens**

## **Inflation**

* Lorsque les besoins fondamentaux d’une personne ne sont pas satisfaits, cela a des répercussions sur plusieurs aspects de sa vie. L’inflation contraint les personnes plus vulnérables à choisir entre leurs besoins fondamentaux.
* L’inflation touche les organismes de bienfaisance de deux façons : les coûts de prestation des services augmentent et les contributions diminuent. Elles doivent donc réduire leur aide au moment où elle est plus que nécessaire.
* Il n’y a pas de petits dons. Toutes les aides sont grandement utiles aux personnes qui en ont besoin.
* Vaincre la pauvreté n’est pas simple : cela nécessite plusieurs ressources et une solution globale.

**Retour au bureau**

* La campagne de cette année suit le cycle annuel normal (la campagne active est lancée en septembre et se poursuit jusqu'à la fin du mois de décembre). De janvier jusqu'au 31 mars 2025, des dons peuvent être effectués par carte de crédit et par PayPal et seront pris en compte pour les objectifs de 2024.
* L’objectif de la CCMTGC est d’aider les personnes dans le besoin et ne s’inscrit pas dans l’orientation concernant le retour au bureau.
* Les activités de la campagne peuvent enrichir le retour au bureau, du fait qu’elles créent une ambiance chaleureuse et propice à la discussion et qu’elles favorisent l’esprit de collaboration.
* Vos dons et vos contributions sont plus que jamais nécessaires!
* Profitez d’être en présentiel pour tisser des liens avec vos collègues et discuter de la CCMTGC. Répondez à leurs questions, faites de la sollicitation en personne et demandez-leur s’ils souhaitent faire un don.

# Bénéficiaires désignés

* La CCMTGC a deux bénéficiaires désignés : PartenaireSanté et Centraide. Des partenaires caritatifs qui ont été choisis pour leur capacité à avoir un impact sur les communautés et pour leur réputation au sein du secteur caritatif canadien.
* Les deux bénéficiaires désignés de la CCMTGC jouent des rôles complémentaires pour répondre au besoin des Canadiens. Ensemble, ils bâtissent des collectivités plus fortes et aident la population de tout le pays, ce qui améliore considérablement les conditions de vie pour tous.
* **Ces deux organismes sont des experts dans leur domaine d’intervention respectif. Ils se fondent sur la recherche, la connaissance du milieu local et les partenariats communautaires pour prendre des décisions d’investissement éclairées afin d’utiliser au mieux l’argent des donateurs.**
* **PartenaireSanté**
  + PartenaireSanté participe à des programmes de dons en milieu de travail en vue de recueillir des fonds pour 17 des organismes de bienfaisance du domaine de la santé les plus respectés au Canada, dont la Société canadienne du cancer, la Fondation des maladies du cœur et de l’AVC du Canada et Diabète Canada.
  + À un moment ou à un autre de leur vie, 9 Canadiens sur 10 sont susceptibles de recevoir un diagnostic d’une ou de plusieurs des maladies graves que les organismes de bienfaisance soutenus par PartenaireSanté œuvrent à éradiquer.
  + Un don à PartenaireSanté soutient ces activités :
    - **RECHERCHE** : pour aider les chercheurs à rester à l’avant-garde et à découvrir des traitements et des remèdes pour plusieurs maladies;
    - **ÉDUCATION** : pour fournir aux Canadiens des informations fiables sur tous les aspects des maladies et des troubles de santé chroniques et aigus;
    - **PROGRAMMES ET SERVICES**: pour améliorer la qualité de vie des Canadiens touchés par des troubles de santé chroniques et aigus;
    - **PLAIDOYER** : pour réduire les obstacles en améliorant les politiques de santé et l’accès aux soins.
  + Les organismes de bienfaisance de PartenaireSanté œuvrent au service des Canadiens d’un océan à l’autre. Votre don permettra de sauver des vies et d’améliorer la santé de tous les Canadiens.
  + PartenaireSanté unit ses efforts à ceux des donateurs et des bénévoles pour contribuer à créer un Canada plus sain.
* **Centraide**
  + Centraide sert chaque année plus de 7,3 millions de personnes dans 5 000 collectivités au Canada pour améliorer les conditions de vie des gens d’un bout à l’autre du pays. À l’échelle locale et pancanadienne, son but est le même : créer un avenir plus équitable pour tous.
  + Centraide rassemble des personnes et des organismes afin de répondre aux besoins immédiats des collectivités et de s’attaquer à des problèmes sociaux complexes.
  + Centraide privilégie trois grandes stratégies pour améliorer les conditions de vie à l’échelle locale et bâtir un avenir plus prometteur pour tous :
    - améliorer les conditions de vie des gens;
    - favoriser la réussite des jeunes;
    - bâtir des collectivités fortes et saines.
  + Grâce à votre soutien, tous ont une chance d’améliorer leur qualité de vie. Vos contributions ont des incidences claires et durables dans les collectivités où vous vivez et travaillez.
* Visitez le site <https://gcwcc-ccmtgc.org/fr/outils-communication/beneficiaires-designes/> pour en savoir plus sur chacun des bénéficiaires désignés.

# Pratiques exemplaires de la CCMTGC

* Pour chaque élément de la campagne, respectez les éléments clés suivants.
  + Éducation : Informez les gens à propos des bénéficiaires désignés, de leur incidence, de leurs programmes et des causes qu’ils soutiennent. Faites découvrir l’impact des dons, partagez les vidéos et demandez des conférenciers.
  + Dons : Au cours de chaque activité organisée au sein de votre ministère, assurez-vous de demander des dons en lançant un appel à l’action clair.
  + Célébrations : Amusez-vous! Profitez de la CCMTGC pour célébrer avec vos collègues et n’oubliez pas de les remercier de leur participation, qu’ils fassent un don ou non.
* Plusieurs personnes ne font pas de don simplement parce qu’on ne leur a pas demandé directement, alors assurez-vous d’en faire clairement la demande. Il est toujours préférable de personnaliser votre demande.
* Rappelez-vous que vous ne faites pas une demande de dons pour vous-même, mais au nom de quelqu’un qui en a bien besoin.
* Profitez des réunions et des activités de mobilisation auxquelles vous participez pour parler de la CCMTGC et en présenter les grandes lignes.
* Offrez aux donateurs potentiels différentes options de don, comme des dons ponctuels, des dons récurrents ou de petits dons retenus à la source. Les dons retenus à la source sont les dons moyens les plus élevés par donateur, notamment en raison de la facilité de cette option et du fait que la somme de ces petits montants prélevés de façon régulière change complètement la situation à la fin de l’année.
* Suggérer d’augmenter le montant des dons en fonction des taux d’inflation (3 % en 2024) simplifie la demande.

# Piliers du contenu

1. **Éduquer et informer**

Importance : Ce pilier est essentiel à la diffusion de renseignements exacts sur la CCMTGC, sa mission et l’incidence des dons. Il contribue à sensibiliser les intervenants à la campagne et à accroître leur compréhension de son incidence.

Application

Médias numériques : Publiez des articles de blogue, des publications sur les médias sociaux et des infographies pour communiquer des mises à jour sur la CCMTGC, des histoires de réussite et des ressources éducatives.

1. **Inspirer**

Importance : Ce pilier est essentiel pour que les gens se sentent interpellés par la cause et prennent des mesures concrètes pour y contribuer. Il donne à la communauté de la CCMTGC un sentiment d’appartenance et un but commun à atteindre.

Application

Médias numériques : Mettez en commun des récits captivants au moyen de vidéos, de témoignages et de contenu généré par les utilisateurs sur les médias sociaux pour susciter l’empathie et inspirer l’engagement.

1. **Influencer**

Importance : Ce pilier est essentiel pour persuader les intervenants de participer à la CCMTGC en faisant un don, en faisant du bénévolat ou en faisant valoir la cause. Il vise à faire bouger les choses et à stimuler le soutien pour la campagne.

Application

Médias numériques : Utilisez des messages persuasifs dans les courriels, les publications sur les médias sociaux et les vidéos de la campagne pour stimuler les dons et la participation. Utilisez des témoignages et des histoires de réussite pour montrer l’incidence de la campagne.

Médias traditionnels : Trouvez des occasions de témoigner, organisez des événements communautaires et tirez parti des histoires personnelles pour stimuler le soutien et inciter à l’action.

1. **Convaincre**

Importance : Ce pilier est le but ultime de tout effort de communication et vise à faire passer les personnes d’observateurs passifs à participants actifs par l’entremise de dons, de bénévolat ou de plaidoyers.

Application

Médias numériques : Publiez des appels à l’action clairs sur le site Web, les pages de destination et les médias sociaux pour guider les utilisateurs vers l’outil ePledge ou vers la page d’inscription des bénévoles. Si possible, utilisez chaque semaine des analyses des données pour optimiser les taux de conversion.

Médias traditionnels : Inclure les coordonnées et les détails de la campagne ainsi que les instructions pour faire un don dans divers documents, comme des brochures, des affiches et des dépliants.

## **Messages clés supplémentaires**

* La CCMTGC est la plus importante campagne de charité en milieu de travail au Canada, ayant permis de recueillir presque 29 millions de dollars en 2023.
* **Chaque don est important** : même un petit don peut améliorer la vie des Canadiens.
* Votre don à la CCMTGC aide les gens de votre collectivité qui en ont besoin, que ce soit un ami, un voisin, un collègue ou un membre de la famille!
* Les donateurs de la CCMTGC croient aux causes qu’ils soutiennent : « **J’y crois. Je donne. C’est important. »**

# Comment contribuer

* Centraide et PartenaireSanté sont les bénéficiaires désignés de la campagne de charité. Ces deux organismes sont des experts dans leur domaine d’intervention respectif, à savoir les services sociaux communautaires et la santé.
* Grâce à la CCMTGC, nous pouvons tous appuyer **une panoplie de causes qui nous tiennent à cœur** en affectant également un don à l’[organisme de charité reconnu au Canada](https://apps.cra-arc.gc.ca/ebci/hacc/srch/pub/dsplyBscSrch?) de notre choix, dont les banques alimentaires, les organismes de protection de la nature, les arts et la culture, etc.
* **L’outil ePledge – c’est facile et sécuritaire.** Vous pouvez décider à quoi servira votre don en une étape, en donnant par l’intermédiaire du système de don en ligne de la CCMTGC (l’outil ePledge). Le **montant de votre don retenu à la source** figurera automatiquement sur votre feuillet d’impôt – nul besoin d’effectuer le suivi de vos reçus!

# Messages sur l’équité, la diversité, et l’inclusion (EDI) et la réconciliation

* La CCMTGC s’inscrit dans le prolongement des valeurs de la fonction publique : nous travaillons ensemble au soutien des populations et des collectivités dans tout le Canada dans un esprit d’ouverture, d’honnêteté et de transparence, en favorisant l’engagement, la collaboration et le respect.
* Par l’entremise de la CCMTGC, vous pouvez soutenir les programmes des bénéficiaires désignés qui soutiennent l’EDI, aident à améliorer les conditions de vie des membres de groupes marginalisés (p. ex. les personnes 2ELGBTQIA+, les personnes noires et les femmes) et favorisent la réconciliation.

# « Comment faire » pour les champions

## Faire avancer la réconciliation

* Soyez inclusif en organisant des événements et en diffusant des messages sur la Journée nationale de la vérité et de la réconciliation dans le cadre de la CCMTGC. Utilisez les médias sociaux pour sensibiliser un plus grand nombre de personnes.
* Encouragez la sensibilisation et l’apprentissage dans le cadre des efforts de réconciliation avec les groupes communautaires autochtones.
* Informez les gens à propos des programmes et des services que les bénéficiaires désignés offrent pour faire avancer la réconciliation.
* Exemples de PartenaireSanté : <https://healthpartners.ca/wp-content/uploads/2023/09/HealthPartners-and-EDI_FR.pdf>.
* Chaque organisme de Centraide au pays offre des programmes tout à fait uniques. Voici quelques exemples d’organismes de Centraide Est de l’Ontario (<https://www.unitedwayeo.ca/our-impact/#cwi> [en anglais seulement]) et de Centraide Outaouais (<https://centraideoutaouais.com/que-fait-on/impact-social/videos-et-temoignages>).

## **Promotion de l’équité, la diversité et l’inclusion**

* **Favorisez une communication inclusive**: utilisez l’EDI comme sujet ou stratégie d’approche dans vos messages ministériels tout au long de vos campagnes ministérielles. Par exemple, utilisez un [langage inclusif](https://www.noslangues-ourlanguages.gc.ca/fr/ressources-resources/ecriture-inclusive-writing/principes-anglais-guidelines-english-fra) et un langage simple dans vos rédactions.
* Organisez des activités qui représentent votre personnel et invitez des conférenciers des bénéficiaires désignés qui sont représentatifs de la diversité des fonctionnaires, de leurs communautés d’appartenance et de leurs collectivités locales respectives. Consultez la [fiche des coordonnées des gestionnaires locaux de la CCMTGC](https://gcwcc-ccmtgc.org/fr/coordonnees-des-gestionnaires-locaux/).
* **Soyez représentatifs et inclusifs** : les activités et événements de la campagne doivent être représentatifs de notre fonction publique diversifiée et des Canadiens. Montrer comment la CCMTGC, par l’entremise des bénéficiaires désignés, vient en aide à plusieurs causes et personnes. Mobilisez les réseaux d’EDI et des jeunes professionnels à la planification et à la mise en œuvre d’événements; consultez la liste des réseaux de la diversité sur la page [GC Diversity Networks – Réseaux de la-diversité-du GC – wiki (gccollab.ca)](https://wiki.gccollab.ca/index.php?title=GC_Diversity_Networks_-_R%C3%A9seaux_de_la-diversit%C3%A9-du_GC&mobileaction=toggle_view_desktop).
* **Consultez** vos réseaux d’EDI ministériels (p. ex. les Autochtones, les personnes noires, les groupes de promotion de la fierté, les personnes 2ELGBTQIA+, les femmes et les personnes handicapées) pour obtenir de l’aide et des conseils afin de mener une campagne véritablement inclusive et libre d’obstacles. Sollicitez différents points de vue sur la façon d’encourager l’implication de bénévoles issus de milieux représentatifs du personnel et de leur communauté d’appartenance.
* Les ministères devraient rencontrer leurs réseaux autochtones pour trouver des façons d’intégrer la réconciliation dans les activités de la CCMTGC.
* **Assurez une représentation et une participation diversifiée** : réfléchissez à qui fait partie de votre équipe de campagne (représentation) et de votre groupe de bénévoles. Donnez-vous la chance à toutes les voix d’être entendues? Formez une équipe de campagne diversifiée, qui attache de la valeur aux différences, pour favoriser l’inclusion.
* Faites la promotion du bilinguisme et de l’accessibilité dans l’organisation des événements de campagne et la sollicitation de fonds.
* Évitez d’organiser de grands événements ou activités les jours de fêtes religieuses alors que les employés sont peut-être en congé. Pour plus d’information, consultez le calendrier sur la page [Journées importantes et commémoratives – Canada.ca](https://www.canada.ca/fr/patrimoine-canadien/services/journees-importantes-commemoratives.html).
* Présentez les œuvres de bienfaisance et l’incidence des dons reçus d’une manière qui respecte la culture et les valeurs de chacun. Respectez les nuances et les coutumes culturelles.
* Pour les événements de plus longue durée, envisagez d’inclure une pause pour accommoder tous les employés.
* Pour d’autres questions, communiquez avec vos réseaux ministériels ou les réseaux fédéraux suivants :
  + [Réseau des employés fédéraux musulmans](mailto:https://gcconnex.gc.ca/groups/profile/81850598/muslim-federal-employees-network-mfen-reseau-des-employes-federaux-musulmans-refm)
  + [Réseau des employés fédéraux autochtones](mailto:https://gcconnex.gc.ca/groups/profile/28747184/indigenous-federal-employee-network-ifen?language=en)
  + [Réseau des fonctionnaires juifs](mailto:jps.gc.fpj@gmail.com) et juives
  + [Réseau des employés fédéraux asiatiques](mailto:nafe.gc.rfagf@gmail.com)
  + [Réseau de la Fierté à la fonction publique](mailto:pspn-rffp@csps-efpc.gc.ca)
  + [Réseau des employées fédérales arabes](https://gcconnex.gc.ca/groups/profile/138475520/federal-employee-network-of-arab-women-reseau-des-employees-federales-des-femmes-arabes?language=en)
  + [Réseaux interministériels](mailto:IBEN.RENI@outlook.com) des employés noirs
  + BEN/REN (à confirmer par le réseau)
  + Infinité – [Le](mailto:%20infinity-infinite@tbs-sct.gc.ca) [réseau des fonctionnaires neurodivergents](mailto:%20infinity-infinite@tbs-sct.gc.ca)

## Assurez l’inclusion géographique (régionale par rapport à nationale)

* Liez les campagnes régionales à la campagne nationale afin de veiller à inclure tous les employés au pays.
* Tenez compte du moment de la journée où vos événements ont lieu pour que les employés des régions puissent y participer pendant les heures normales de travail.
* Encouragez le leadership bénévole (p. ex. chefs de campagne ou ambassadeurs) dans votre région, en fonction de sa capacité.

# Jeunes professionnels, nouveaux fonctionnaires et retraités

## Engagement tout au long du cycle de vie professionnelle

* Tous – jeunes professionnels, nouveaux fonctionnaires ou retraités – peuvent mettre leurs aptitudes à contribution!
* Les fonctionnaires qui donnent sont plus susceptibles de le faire tout au long de leur carrière et de continuer à donner une fois à la retraite.

## Avantages du bénévolat

* **Soyez de la partie!** Les nouveaux fonctionnaires et les jeunes professionnels peuvent participer à la CCMTGC de nombreuses façons, notamment en donnant de leur temps pour organiser des événements, ainsi qu’en faisant de la sollicitation et de la promotion dans le cadre de la CCMTGC auprès de collègues, de membres de la famille et d’amis. Vous pouvez également promouvoir les [publications de la CCMTGC dans les médias sociaux](https://canada-preview.adobecqms.net/fr/campagne/charite/contactez-nous.html) et utiliser le mot-clic **#CCMTGCEstImportante** pour accroître la visibilité de la campagne.
* Vous avez beaucoup à gagner en participant à la CCMTGC comme **bénévole** : **perfectionnez diverses aptitudes**, notamment la planification d’événements et le réseautage, et gagnez de l’expérience en leadership, tout en donnant à votre tour à la collectivité!
* Vous pouvez également participer au Programme des représentants délégués pour travailler avec les gestionnaires de campagne locaux, soutenir la CCMTGC et acquérir de nouvelles compétences.
* Votre temps et vos petits gestes ont une grande incidence : le bénévolat dans le cadre de la CCMTGC est un excellent moyen d’acquérir de la visibilité en tant que jeune professionnel tout en ayant une incidence positive sur la collectivité.
* L’énergie des jeunes professionnels, ainsi que leur capacité à défendre les intérêts d’autrui et leur volonté d’aider les autres sont inégalées; de plus, leur créativité unique peut vraiment aider à changer les choses!
* N’oubliez pas que la participation à la CCMTGC aide aussi à acquérir des aptitudes en **leadership** et en **réseautage**.

\*Des messages supplémentaires rédigés par le Conseil des jeunes de la CCMTGC sont accessibles en consultant le [kiosque du Bureau du président](https://ccmtgc.vexplore.ca/main/kiosks/K230501) sur la plateforme vExpo de la CCMTGC.

# Planification de la campagne et autres messages

* **Formez vos équipes rapidement!** Des mesures de soutien sont à votre disposition ainsi qu’à la disposition de vos équipes, y compris la Boîte à outils de la campagne et d’autres outils accessibles. Utilisez-les pour planifier des événements ou communiquer avec votre personnel.
* Recrutez des personnes passionnées et inspirées qui veulent changer les choses en mieux dans vos équipes de campagne.
* Les campagnes personnalisées, soutenues et axées sur le don, connaissent plus de succès et mobilisent les employés. Faites toujours attention d’utiliser les bons pronoms dans les campagnes personnalisées. Pour en savoir plus, visitez la page [publicservicepride.ca/fr/learn-about-pronouns](https://publicservicepride.ca/fr/learn-about-pronouns/).
* Inscrivez les dates importantes et les événements nationaux à vos calendriers et communiquez-les le plus tôt possible à vos employés.
* Collaborez avec votre [gestionnaire local de Centraide](https://gcwcc-ccmtgc.org/fr/coordonnees-des-gestionnaires-locaux/) pour déterminer la meilleure façon de recueillir des fonds pour vos campagnes ministérielles.
* **Soyez visible** : votre leadership est essentiel. Soulignez l’importance de la CCMTGC et expliquez pourquoi dans toutes les communications, y compris lors d’événements et dans les médias sociaux.
* Enregistrez un témoignage « Pourquoi je donne » et communiquez-le à grande échelle, y compris dans les médias sociaux, à l’aide du mot-clic #CCMTGCEstImportante.
* **Participez** aux événements en personne et encouragez la reprise de ceux-ci tout en offrant la participation virtuelle.
* **Reconnaissez** et **soulignez** les réalisations de votre équipe et de vos bénévoles. Proposez leur candidature pour un prix de la Coupe du président.

## Plateforme vExpo de la CCMTGC

* **Passez au numérique** : suivez le lancement de la plateforme vExpo de la CCMTGC lors des cérémonies de lancement; puis, montez un kiosque ministériel.
* Explorez [l’accueil, le Bureau du président et les autres kiosques ministériels](https://ccmtgc.vexplore.ca/main) pour afficher d’autres pratiques exemplaires, outils et ressources ministériels.

Coûts de la collecte de fonds pour la campagne

* Les coûts de collecte de fonds (taux de recouvrement des coûts) de la CCMTGC sont récupérés auprès des bénéficiaires désignés, PartenaireSanté et Centraide United Way Canada.
* Au cours des années précédentes, les coûts de collecte de fonds de la Campagne se sont élevés en moyenne à 16%, ce qui est inférieur au niveau acceptable de 35% fixé par l’Agence du revenu du Canada (ARC). Pour plus d’informations, consultez : [Les activités de financement par les organismes de bienfaisance enregistrés - Canada.ca](https://www.canada.ca/fr/agence-revenu/services/organismes-bienfaisance-dons/organismes-bienfaisance/politiques-lignes-directrices/activites-financement-organismes-bienfaisance-enregistres.html" \l "toc6)
* En tant qu'organismes de bienfaisance canadiens enregistrés, tous les Centraides United Way déposent chaque année des rapports T3010 auprès de l'ARC, détaillant toutes leurs collectes de fonds, les coûts de fonctionnement connexes, la rémunération des dirigeants et d'autres coûts. Les données les plus récentes peuvent être consultées sur le [site web de l'ARC](https://apps.cra-arc.gc.ca/ebci/hacc/srch/pub/dsplyBscSrch).
* Pour plus d'informations, vous pourriez également consulter les [Foire-aux-questions - CCMTGC - Canada.ca](https://www.canada.ca/fr/campagne/charite/faq.html).

## Données

* **Recueillez des données et utilisez-les dans votre campagne.** Examinez les données fournies et mettez vos équipes au défi. Les contributions ont des incidences claires et durables dans les collectivités où vivent les employés.
* Cette année, en vue d’aider les ministères et les organismes à recueillir et à utiliser des données, il vous sera possible de participer à un « Réseau d’analystes de données » pour mettre en commun des ressources, des outils et des pratiques exemplaires.
* **Nouveauté cette année,** **un taux de donateurs** plus fréquent **et des données régionales seront disponibles** pour mieux informer vos campagnes.
* Encouragez vos équipes à exploiter les données existantes via ePledge. En outre, vos trésoriers pourront exploiter un tableau de bord de données dans ePledge pour suivre les résultats comparatifs et plus encore.
* Consultez votre gestionnaire local pour connaître la façon de lire, d’analyser et de recueillir des données de façon uniforme et efficace.
* Rappelez-vous que les derniers 20 à 25 % des objectifs de la campagne sont ceux vers lesquels 80 % des ressources de votre équipe seront dirigées.
* Les événements sont utiles pour créer une effervescence et rassembler les gens; les données montrent que les retenues sur la paie ont le plus d’incidence dans les campagnes ministérielles.

## Collecte de fonds – outil ePledge et dons retenus à la source

* Encouragez votre personnel à faire des dons en ligne au moyen de l’outil ePledge : des reçus pour déductions d’impôt pourront être obtenus (sous réserve de limites minimales).
* Renforcer les activités de sensibilisation pendant quelques jours afin de susciter un engouement et insuffler un élan à la campagne.
* Rappelez-vous que cette année, la date limite pour présenter une demande de retenues sur la paie est le **5 décembre 2024**.