

# Société canadienne de la sclérose en plaques

## Guide des politiques

### Politique relative aux activités, aux campagnes et aux événements de collecte de fonds menés à l'échelle nationale

---

#### Bien-fondé et liens avec notre mission, nos principes et nos valeurs

La Société canadienne de la sclérose en plaques (« Société de la SP ») met sur pied des campagnes et des événements de collecte de fonds dont la réalisation et la tenue relèvent des divers échelons de l'organisme, comme le décrit la présente politique.

Le recours à une démarche méthodique de même qu'à un langage et à des descriptions uniformes permettra à la Société de la SP d'intégrer ses activités, ses campagnes et ses événements de collecte de fonds dans une stratégie nationale cohérente qui suscitera l'intérêt et l'appui du public. Cette démarche lui permettra de mener ses activités de collecte de fonds conformément à sa mission, à ses principes et à ses valeurs.

#### Objectifs de la politique

La présente politique comporte un objectif double : elle vise d'une part à désigner les activités de collecte de fonds de portée nationale menées à l'échelle de la Société de la SP et, d'autre part, à faire en sorte que toutes les activités et tous les événements aient un impact favorable sur la Société de la SP et qu'ils renforcent l'image et la marque de l'organisme.

#### Champ d'application

La présente politique s'applique aux employés et aux bénévoles de tous les échelons et de tous les bureaux de la Société de la SP.

#### Approbation

Cette politique a été approuvée par le conseil d'administration de la Société de la SP le 20 novembre 2009.

<b>Société canadienne de la sclérose en plaques – Guide des politiques</b>	
<i>S'applique à :</i>	Bénévoles et personnel de tous les échelons
<i>Fréquence des révisions :</i>	Au moins tous les trois ans
<i>Première approbation :</i>	20 novembre 2009 par le conseil d'administration de la Société de la SP
<i>Dernière révision :</i>	19 mai 2021
<i>Prochaine révision :</i>	Mai 2024

## Détails

La Société de la SP a mis sur pied des activités et des événements de collecte de fonds de portée nationale, c'est-à-dire qui sont exécutés ou appelés à être exécutés d'un bout à l'autre du pays.

Les activités et événements de collecte de fonds de portée nationale présentent les caractéristiques suivantes :

- leur nom constitue une marque de commerce nationale ou est en passe de le devenir;
- ils font l'objet de directives relatives à l'utilisation de la marque (ou des directives sont en cours d'élaboration);
- ils sont mis en œuvre à l'échelle nationale;
- leur concept et leur structure, de même que l'expérience offerte aux participants, peuvent être repris et appliqués à l'occasion de chaque événement et en divers lieux.

La présente politique s'applique à toute activité de portée nationale déjà établie, nouvellement créée ou en cours d'élaboration. Parmi les activités et événements de collecte de fonds de portée nationale, mentionnons les suivants :

- le marketing interactif (sollicitation par correspondance, télémarketing, cybermarketing);
- le Vélo SP;
- la Marche SP;
- le Marathon de lecture SP;
- Unies pour la SP;
- Savourez pour stopper la SP;
- la campagne #stopponslaSP.

Le vice-président de la collectivité et le vice-président de la philanthropie sont autorisés à élaborer des procédures détaillées pour la mise en œuvre de la Politique relative aux activités, aux campagnes et aux événements de collecte de fonds menés à l'échelle nationale. Ces procédures détaillées peuvent porter sur l'exécution et le nom des activités de collecte de fonds ainsi que sur l'utilisation de la marque en ce qui les concerne, de même que, s'il y a lieu, sur l'affectation des revenus.

## Marketing interactif

Seule l'équipe de la philanthropie de la Société de la SP – sous la supervision du vice-président de la philanthropie – a pour mandat d'élaborer et de mettre en place

2

<b>Société canadienne de la sclérose en plaques – Guide des politiques</b>	
<i>S'applique à :</i>	Bénévoles et personnel de tous les échelons
<i>Fréquence des révisions :</i>	Au moins tous les trois ans
<i>Première approbation :</i>	20 novembre 2009 par le conseil d'administration de la Société de la SP
<i>Dernière révision :</i>	19 mai 2021
<i>Prochaine révision :</i>	Mai 2024

des campagnes de marketing interactif de portée nationale (dont les méthodes comprennent l'envoi de courrier par la poste et de courriels, le télémarketing et les techniques de communication commerciale de masse).

### **Événements de collecte de fonds**

La Société de la SP organise des événements dans les collectivités des quatre coins du pays. L'équipe ayant pour champ de responsabilité les activités de la Société de la SP menées au sein de la collectivité – sous la supervision du vice-président de la collectivité – est chargée d'élaborer des plans de mise en œuvre à l'échelle des collectivités et peut confier l'exécution de ces plans aux dirigeants bénévoles de l'organisme et au personnel de celui-ci à l'œuvre à l'échelle locale. Dans tous les cas, le nom des activités, les directives relatives à l'utilisation de la marque, les plans de marketing et les normes approuvés par la Société de la SP à l'échelle du pays doivent être respectés dans le cadre des événements de collecte de fonds de portée nationale.

De plus, aucune campagne, aucune activité, aucun événement de collecte de fonds ni aucune campagne de marketing direct semblable d'un point de vue conceptuel et structurel à une activité de collecte de fonds nationale de la Société de la SP ne peut être élaboré ni mis en œuvre par quelque groupe de bénévoles ou bureau local de l'organisme que ce soit, et ce, peu importe le nom utilisé. Cette disposition évitera à la Société de la SP la répétition inutile d'activités et contribuera au renforcement de sa marque auprès de ses partenaires, des médias et du public.

### **Maître d'œuvre**

Le vice-président de la collectivité et le vice-président de la philanthropie de la Société de la SP sont les maîtres d'œuvre de la Politique relative aux activités, aux campagnes et aux événements de collecte de fonds menés à l'échelle nationale. L'équipe de la haute direction est autorisée à élaborer des procédures détaillées pour la mise en œuvre de la Politique relative aux activités, aux campagnes et aux événements de collecte de fonds menés à l'échelle nationale, ainsi que d'autres procédures connexes.

### **Surveillance et conformité**

Il incombe au vice-président de la collectivité et au vice-président de la philanthropie de la Société de la SP – conjointement avec les autres membres de la haute direction – de diriger les activités de surveillance de l'application des orientations de la présente politique ainsi que de veiller au respect des modalités de cette dernière. Le vice-président de la collectivité et le vice-président de la

<b>Société canadienne de la sclérose en plaques – Guide des politiques</b>	
<i>S'applique à :</i>	Bénévoles et personnel de tous les échelons
<i>Fréquence des révisions :</i>	Au moins tous les trois ans
<i>Première approbation :</i>	20 novembre 2009 par le conseil d'administration de la Société de la SP
<i>Dernière révision :</i>	19 mai 2021
<i>Prochaine révision :</i>	Mai 2024

philanthropie travailleront en collaboration avec le personnel concerné pour assurer la conformité à la présente politique.

## **Politiques et lois connexes**

La présente politique et celles qui ont pour objet la collecte de fonds constituent le cadre de directives selon lequel la Société de la SP mène ses activités, ses campagnes et ses événements au chapitre de la collecte de fonds.

## **Révision**

La présente politique doit être révisée au moins tous les cinq ans à partir de sa date d'approbation.

- Politique approuvée pour la première fois par le conseil d'administration de la Société de la SP : 20 novembre 2009.
- Politique révisée et approuvée : février 2016.
- Politique révisée et approuvée : février 2019.
- Politique révisée et approuvée : mai 2021.

## **Définitions**

**Marketing interactif** – Méthodes de sollicitation consistant à communiquer directement avec les donateurs actuels ou potentiels par différents moyens. Les techniques de marketing interactif comprennent notamment l'envoi de courrier par la poste et de courriels, le télémarketing et les techniques de communication commerciale de masse. Seul le Bureau national est autorisé à mettre en œuvre des campagnes impliquant la location, l'achat ou l'échange de listes (qu'il s'agisse de listes d'adresses, de numéros de téléphone ou d'adresses électroniques). Au sein de la Société de la SP, ces activités font l'objet d'une administration centrale pour le compte de toutes les collectivités. La présente politique permet toutefois aux collectivités de communiquer avec les parties prenantes avec lesquelles elles ont déjà établi des relations.

**Équipe de la haute direction** – Groupe d'employés occupant les postes de direction les plus élevés de la Société de la SP, soit le président et chef de la direction, les présidents, les vice-présidents principaux et les vice-présidents. Ces personnes peuvent cumuler plusieurs postes. Le président et chef de la direction peut modifier la composition de l'équipe de la haute direction, au besoin.

<b>Société canadienne de la sclérose en plaques – Guide des politiques</b>	
<i>S'applique à :</i>	Bénévoles et personnel de tous les échelons
<i>Fréquence des révisions :</i>	Au moins tous les trois ans
<i>Première approbation :</i>	20 novembre 2009 par le conseil d'administration de la Société de la SP
<i>Dernière révision :</i>	19 mai 2021
<i>Prochaine révision :</i>	Mai 2024