

# **Guide des politiques** **Société canadienne de la sclérose en plaques**

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

---

### **Justifications et liens avec notre mission, nos principes et nos valeurs**

La Société canadienne de la sclérose en plaques (la « Société de la SP ») met sur pied des campagnes et des événements de collecte de fonds élaborés dont la réalisation et la tenue relèvent des divers échelons de l'organisme, comme le décrit la présente politique. Celle-ci regroupe des propositions approuvées par le conseil d'administration de la Société de la SP en matière de collecte de fonds ainsi que des pratiques traditionnelles relatives à ce type d'activité. Le 18 juin 1983, le conseil d'administration de la Société de la SP a autorisé le Bureau national à planifier, à financer et à mettre en œuvre des programmes de collecte de fonds dirigés par le Bureau national ainsi qu'à mener une campagne de publipostage coordonnée de manière centralisée.

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.

### **Objectif**

La présente politique comporte un objectif double : elle vise d'une part à désigner les activités de collecte de fonds de portée nationale menées aux divers échelons 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, à savoir le Bureau national et toutes les divisions et les sections locales de l'organisme.

### **Approbation**

Guide des politiques de la Société canadienne de la sclérose en plaques

1  
S'applique aux bénévoles et au personnel de tous les échelons

Date d'approbation : le 20 novembre 2009  
Date de révision : le 25 février 2016  
Approuvé par le conseil d'administration de la Société de la SP

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

## 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 exécutés par le Bureau national et/ou par diverses divisions ou sections;
- 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 tout événement ou à toute campagne de portée nationale nouvellement créé. Son champ d'application comprend les activités de collecte de fonds de portée nationale déjà établies, de même que celles qui sont 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);
- les campagnes « Ralliez vos proches! » et « Ralliez vos voisins! »;
- le Vélotour SP;
- la Marche de l'espoir;
- la Campagne de l'œillet SP;
- le Marathon de lecture SP;
- Unies pour la SP;
- Totale Bouette.

Le vice-président en chef du marketing et du développement est autorisé 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

2

Guide des politiques de la Société canadienne de la sclérose en plaques

S'applique aux bénévoles et au personnel de tous les échelons

Date d'approbation : le 20 novembre 2009

Date de révision : le 25 février 2016

Approuvé par le conseil d'administration de la Société de la SP

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**

Seul le Bureau national de la Société de la SP a pour mandat d'élaborer et de mettre en place 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). Les campagnes « Ralliez vos proches! » et « Ralliez vos voisins! » font partie des campagnes de marketing direct et de sollicitation par correspondance de la Société de la SP.

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

Le Bureau national de la Société de la SP délègue aux sept divisions de l'organisme la responsabilité de mettre en œuvre les événements de collecte de fonds de portée nationale dans leur région respective. Sur approbation du vice-président en chef du marketing et du développement, les divisions peuvent déléguer à leurs sections le pouvoir de mettre en œuvre des événements de collecte de fonds de portée nationale.

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, quel que soit leur nom, les campagnes, activités et événements de collecte de fonds, ainsi que les campagnes de marketing direct semblables – d'un point de vue conceptuel et structurel – à une activité de collecte de fonds nationale de la Société de la SP ne pourront être élaborés ni mis en œuvre à n'importe quel échelon de l'organisme. 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 en chef du marketing et du développement de la Société de la SP est le maître d'œuvre de la présente politique. 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.

3

Guide des politiques de la Société canadienne  
de la sclérose en plaques

S'applique aux bénévoles et au  
personnel de tous les échelons

Date d'approbation : le 20 novembre 2009

Date de révision : le 25 février 2016

Approuvé par le conseil d'administration de la  
Société de la SP

## Surveillance et conformité

Il incombe au vice-président en chef du marketing et du développement 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 celle-ci. Le vice-président en chef du marketing et du développement travaillera 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 après son approbation.

---

## 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 divisions et sections. La présente politique permet toutefois aux divisions et aux sections de communiquer avec leurs membres ainsi qu'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 des divisions, le vice-président en chef du marketing et du développement, le vice-président des compétences, de la recherche, des programmes et des services, le vice-président des relations avec les gouvernements, le vice-président des services partagés (finances, technologies de l'information et immobiliers). Une même personne peut occuper plus d'un poste à la fois. Le président et chef de la direction peut modifier la composition de l'équipe de

4

Guide des politiques de la Société canadienne  
de la sclérose en plaques

S'applique aux bénévoles et au  
personnel de tous les échelons

Date d'approbation : le 20 novembre 2009

Date de révision : le 25 février 2016

Approuvé par le conseil d'administration de la  
Société de la SP

la haute direction, au besoin.

---

Guide des politiques de la Société canadienne  
de la sclérose en plaques

Date d'approbation : le 20 novembre 2009

Date de révision : le 25 février 2016

Approuvé par le conseil d'administration de la  
Société de la SP

5  
S'applique aux bénévoles et au  
personnel de tous les échelons