



PARTI CONSERVATEUR DU QUÉBEC

GUIDE DE L'ORGANISATEUR D'ÉVÉNEMENTS

I. Introduction

Par le passé, les partis politiques avaient l'habitude d'organiser des événements, par exemple des cocktails à \$250 le billet, souvent (mais pas exclusivement) dans le but de lever des fonds.

Depuis la réforme du financement des partis politiques, la loi électorale prévoit que le prix d'entrée d'une activité politique (définie comme une activité tenue par un parti qui ne vise pas le financement de cette dernière) n'est pas considéré comme une contribution et donc ne compte pas dans la limite annuelle de 100\$ par électeur par parti¹. Par contre, le prix d'entrée ne peut excéder le coût réel de l'activité de plus de 5 %, jusqu'à concurrence d'une entrée par personne. Les sommes recueillies qui excèdent de plus de 5 % le coût réel d'une activité doivent être remises au DGEQ qui les versera au ministre des Finances.

Les événements demeurent importants. Même s'ils ne peuvent faire qu'un maigre profit de 5%, ils demeurent une source de financement en donnant l'occasion de vendre des cartes de membre et de recueillir des contributions. Ils permettent aussi de recruter des bénévoles et des candidats et stimulent les échanges entre membres et encouragent une socialisation entre ceux-ci. Les événements donnent l'occasion au Chef ou aux autres porte-parole du Parti de communiquer directement avec des électeurs potentiels et ils augmentent le sentiment d'appartenance des membres au Parti et la mobilisation de ces derniers. Ce Guide a pour objectif de vous aider, en tant qu'organisateur d'un événement, à mener votre événement à bon port et d'en faire un succès.

Peu importe le type d'activités que vous choisirez d'organiser, trois éléments doivent demeurer au centre de vos préoccupations:

- L'atteinte des objectifs que vous vous êtes fixés
- La satisfaction des participants

¹ Rappel : Le total des contributions qu'un électeur peut effectuer au cours d'une année civile est limité à 100 \$ à chacun des partis politiques incluant leurs instances, et à chacun des candidats indépendants et des députés indépendants autorisés. Référez-vous au « **Guide du solliciteur** » du Parti disponible auprès du Représentant Officiel pour plus d'informations.

- La rentabilité financière de l'activité

Dans ce guide, vous allez trouver des conseils qui pourront vous être utiles dans l'organisation de vos activités ainsi qu'une liste de choses à ne pas oublier.

2. Le comité organisateur

En tant qu'initiateur d'un événement, vous devez constituer un comité organisateur qui se chargera de rendre cette activité à bon port. Il est important de nommer une personne qui sera responsable de l'événement afin qu'elle garde une vue d'ensemble de l'activité et qu'elle assure la cohésion du comité organisateur. Ce rôle peut être joué par l'initiateur de l'événement ou le président de la Commission de financement du Parti ou toute autre personne de confiance.

Vous déterminerez avec votre Comité le lieu, la date, l'heure, le type d'activité, le ou les conférenciers s'il y a lieu, le coût et les objectifs de mobilisation. Lorsque vous souhaitez la présence de porte-parole du PCQ (le chef par exemple), il est essentiel d'en faire la demande à votre président régional avant de fixer la date de votre événement. Ce dernier s'assurera d'acheminer votre demande auprès de l'organisation nationale.

Lorsque vous communiquerez avec le personnel des restaurants et des salles de réception, vous devrez vous rappeler qu'il y a pratiquement toujours place à la négociation quant au prix et aux modalités. Il est important de ne pas s'engager, dès le départ, à avoir un nombre précis de participants. Dans certains cas, comme celui d'un repas, il vous faudra donner une estimation du nombre de participants prévus, mais vous devrez pouvoir confirmer le nombre réel de repas à servir le plus tard possible, quelques jours avant l'événement. Comme les restaurateurs peuvent de façon générale servir un nombre de personnes supérieur à celui annoncé (entre 5 % et 10 %), il est préférable d'annoncer un nombre de participants légèrement inférieur à celui prévu pour parer les effets de quelques annulations tardives. De toute façon, il sera toujours possible de servir quelques convives de plus. Ne prévoyez pas de repas supplémentaires destinés à des participants qui ne se seraient pas annoncés. Il faut se rappeler que, la plupart du temps, vous devrez payer pour les repas que vous aurez commandés même si moins de gens se sont présentés et qu'ils n'ont pas été servis.

3. Personnes ressources

Votre Vice-président régional est votre principale personne ressource pour vous aider dans la préparation de votre événement. Celui-ci pourra vous conseiller sur les différents aspects de l'organisation de l'événement et pourra vous mettre en contact avec les autres personnes-ressources du Parti (par exemple, aux communications ou aux finances) pour vous aider à faire de votre événement un succès.

4. Le budget

Compte tenu des contraintes financières imposées par la loi électorale, vous devrez déterminer à l'avance si les participants seront responsables de leurs propres coûts de présence (par ex., Pinte & Politique où les participants paient eux-mêmes leur repas et leurs consommations - cette approche est beaucoup plus simple) ou si certains frais seront assumés par le Parti. Si vous voulez que certains frais soient assumés par le Parti, vous devez préparer un budget et obtenir l'approbation de ce budget par votre Vice-président régional avant de commencer à engager des frais. À noter qu'en vertu de la Loi électorale, le Parti ne peut pas accepter de commandite pour financer une activité politique.

5. Stratégie d'établissement du prix des billets d'entrée

La détermination du prix du billet d'un événement de financement est très importante. Elle doit tenir compte de trois facteurs : le coût réel de l'activité, la clientèle visée par celle-ci et la capacité de votre organisation à vendre des billets. Il faut se fixer des objectifs réalistes. Rien ne sert d'organiser un cocktail à 500 \$ par billet si vous ne pouvez en vendre un seul. Il faut se méfier des coûts fixes (les coûts qui demeurent les mêmes peu importe le nombre de participants) trop élevés qui peuvent transformer de bonnes idées en gouffre financier.

Il faut aussi examiner la possibilité de recueillir des contributions plutôt que de vendre des billets puisque les contributions politiques peuvent déclencher du financement additionnel provenant du gouvernement (votre vice-président régional en discutera avec le Président de la Commission de financement ou le représentant officiel).

Enfin, il est possible d'envisager la pré-vente des billets « VIP » dont la création de valeur se fait à faible coût. Les acheteurs de tels billets seront d'abord favorables à l'idée d'encourager un événement d'envergure et pourront profiter d'un traitement privilégié au cours de l'événement. Le montant de la catégorie de billet « VIP » n'est pas plafonné et sera déterminé en fonction des objectifs promotionnels et de l'intérêt des participants. Dans un tel scénario, les billets réguliers sont à prix populaire afin d'attirer le maximum de sympathisants. Après avoir payé les frais de salles, de conférenciers et autres, les revenus de vente de billets « VIP » peuvent être affectés à la publicité afin d'attirer les membres et sympathisants pour discuter politique, mais également pour augmenter le nombre de contributeurs potentiels. Voir le document préparé par la Commission de financement sur le sujet si une telle stratégie peut s'appliquer à l'événement que vous préparez.

6. La mobilisation, la vente et le paiement de billets

Le Président du comité organisateur devra dès le départ contacter le Vice-président de la Commission des communications pour déterminer les stratégies de marketing/communication de l'événement (réseaux sociaux, campagne de courriel, appels téléphoniques, etc), cibler la clientèle recherchée (géographie, membres ou non, sympathisants ou non, etc.) et mettre la campagne de sensibilisation en marche.

Vous devrez fournir les informations suivantes au responsable des communications désigné par le Vice-président de la Commission des communications :

- a. Le texte de l'invitation apparaissant sur les réseaux de communication (y compris la version anglaise si une telle version est désirée)
- b. La date désirée du début de la campagne de marketing
- c. L'endroit de l'événement (nom de l'endroit, adresse, code postal)
- d. L'heure et la durée prévue
- e. La capacité maximum de participants (s'il y en a une)
- f. Le nom et les coordonnées de l'hôte (téléphone, email, adresse twitter, page Facebook)
- g. Le nom et les coordonnées de la personne contact le jour de l'événement (si différent de l'hôte)
- h. Des billets seront-ils émis à ceux qui s'inscrivent?
- i. Ceux qui sont sollicités peuvent-ils amener des invités?
- j. Cherchez-vous des bénévoles parmi ceux qui sont intéressés par l'événement? Si oui, y a-t-il des plages horaires de bénévolat à prévoir pour ceux-ci?
- k. Le prix du billet (ou les prix s'il y a plusieurs catégories de prix, ex : membre et non-membre, ou escompte si plusieurs billets sont achetés, etc.)
- l. L'objectif en termes de nombre de participants.

Les textes diffusés seront révisés préalablement par le groupe des communications quant à la forme et à la grammaire pour éviter les fautes pouvant mettre le Parti dans l'embarras. N'attendez donc pas à la dernière minute pour faire parvenir les textes! Discutez avec le responsable des communications si les textes doivent être aussi diffusés en anglais.

Le groupe des communications préparera un événement sur le site du Parti et sur la page Facebook du Parti. Les participants devraient être encouragés à utiliser le site web ou la page Facebook pour s'enregistrer et payer puisque les données seront inscrites dans la base de données de notre système de gestion de membres. Ce système émettra automatiquement les billets aux participants et générera les paiements par carte de crédit ou PayPal, etc. Si des participants se présentent à la porte, il faudra leur demander le paiement idéalement par chèque au nom du Parti conservateur du Québec ou, à la rigueur, au comptant. Tout paiement reçu autrement que par le site web ou la page Facebook doit être constaté par un reçu émis manuellement en utilisant les fiches du DGEQ et en indiquant à la case 4 qu'il s'agit d'une activité politique.

Bien que les commandites d'entreprises ne soient pas permises, les entreprises peuvent acheter des billets d'entrée pour leurs employés, clients et autres. Bien que ce ne soit pas la responsabilité du Parti de vérifier si tous les détenteurs de billets se sont présentés, il serait contraire à l'esprit de la loi de vendre un nombre élevé de billets d'entrée à des gens qui ne se présentent pas à l'activité.

Il est d'une importance capitale que, si le Parti prend une responsabilité financière de l'événement selon le budget, les participants paient leur billet le plus rapidement possible avant la tenue de l'événement. On ne peut jamais compter vraiment sur la présence de quelqu'un qui n'a pas payé son inscription.

Le groupe de communications conservera toutes les données relativement à l'invitation : récipiendaires de l'invitation, récipiendaires ayant ouvert le courriel, ayant accepté, ayant payé, etc. et enverra un rappel de la tenue de l'événement. Vous pourrez demander en tout temps le statut de l'événement (par

exemple, combien de personnes se sont enregistrées) au responsable des communications ou à votre vice-président régional.

7. Le déroulement de l'activité

Vous devrez préparer un scénario de l'événement et y inscrire le déroulement, le nom des personnes qui seront responsables de chacune des tâches qui devront être effectuées pendant l'activité et à quel moment elles devront l'être et en envoyer une copie à votre Vice-président régional. Par exemple :

QUAND	QUOI	QUI
17h00	Préparation de la salle	Membres du comité organisateur
18h00	Arrivée des participants	Président et responsable de l'inscription
18h15	Accueil du Chef	Vice-président régional et Président de l'Association de comté
18h17	Confirmation de l'heure de service avec les gens de la salle	Responsable de l'événement
18h30	Mot de bienvenue, on invite les gens à prendre place et on donne l'horaire de la soirée	Président de l'Association de circonscription électorale
18h35	Début du service aux tables	Responsable de la coordination avec la cuisine
19h00	Introduction du Chef	Vice-président régional
19h02	Discours du Chef	Chef
19h15	Introduction du conférencier-invité	Président de l'événement
19h17	Discours du conférencier-invité	Conférencier-invité
...

Vous devrez choisir votre salle en fonction de sa dimension et prévoir un nombre de place qui correspond au nombre de billets réellement vendus ou au nombre de personnes réellement confirmées. Si votre salle contient deux fois plus de chaises que de personnes présentes, on aura l'impression que l'événement est un échec. Il est donc important d'avoir l'heure juste sur la vente de billets et de ne pas prendre ses rêves pour des réalités. Dans le cas de repas, on prévoira un nombre de places équivalent aux billets vendus. Si vous n'avez besoin que de chaises pour votre événement, il est suggéré d'en mettre un peu moins que le nombre de participants que vous attendez. Ayez-en quelques-unes de plus à proximité. Vous pourrez les ajouter en cas de besoin.

Les événements sont des vitrines sur le Parti. Il est donc important qu'ils soient bien organisés et qu'ils fassent preuve d'un certain professionnalisme. De plus, dès que l'on sait que la présence de médias est possible, il est important de le faire savoir à votre vice-président régional afin qu'une structure d'accueil adéquate soit prévue et que l'équipe de communications soit prévenue.

8. Calendrier de l'organisation d'une activité

Nous vous présentons ici une liste de choses à penser lorsque vous organisez un événement. Évidemment, vous pouvez adapter la liste au type d'activités que vous organisez.

a. Organisation

- i. Discuter de votre volonté d'organiser un événement d'abord avec votre vice-président régional.
- ii. Former un comité organisateur et nommer une personne responsable de l'activité. Dans le cas d'une activité régionale, nommer un représentant officiel pour l'activité ;
- iii. Déterminer le type d'activité que vous voulez organiser ;
- iv. Dresser une liste des endroits où vous pourriez tenir votre activité ;
- v. Procéder à la visite des sites potentiels, les faire soumissionner et faire un choix;
- vi. Déterminer le ou les prix du billet;
- vii. Faire la demande d'un porte-parole auprès de votre vice-président régional;
- viii. Fournir les informations au responsable des communications;
- ix. Décider des aspects généraux de l'activité (disposition de la salle, thème, déroulement de l'activité);
- x. Faire préparer des soumissions pour le matériel nécessaire au déroulement de la soirée (système de son, etc.);
- xi. Faire le scénario de l'activité et en faire parvenir une copie à votre vice-président régional;
- xii. Établir les besoins en bénévoles, dresser une liste de gens qui pourront remplir ces fonctions et les contacter;
- xiii. Communiquer avec les responsables de l'endroit où aura lieu l'activité afin de leur confirmer le nombre de personnes présentes, s'il y a lieu. Il faut négocier pour que ce moment soit le plus tard possible (idéalement quelques jours avant l'activité);
- xiv. Arriver avant le début de l'activité. Le moment dépendra des choses qui devront être faites (décoration, système de son, etc.). On peut penser à au moins une heure ou deux avant l'ouverture des portes selon le travail qui doit être fait;
- xv. Identifier une personne qui agira à titre de maître de cérémonie
- xvi. Prévoir :
 1. une table d'inscription;
 2. une petite caisse;
 3. des crayons et du papier;
 4. une table de recrutement pour vendre des cartes de membre à ceux qui n'en ont pas et recueillir des contributions – prévoir un ou deux ordinateurs portables et une connexion internet;
 5. des formulaires d'adhésion et des formulaires de contribution;
 6. des épinglettes du Parti à vendre;
 7. des bannières publicitaires du Parti;

8. un appareil photo numérique, idéalement et un photographe bénévole;
9. obtenir du responsable des communications une liste des personnes confirmées ou des billets payés s'il y a lieu;
10. de l'eau pour toutes les personnes qui vont s'adresser aux participants;
11. fond de scène PCQ;
12. lutrin;
13. système de son et micro (à moins qu'il s'agisse d'un très petit événement).

b. Après l'événement

- i. Transmettre les photos au responsable des communications pour diffusion sur nos réseaux sociaux;
- ii. rencontrer les gens impliqués dans l'organisation de l'activité pour faire un retour (debriefing);
- iii. remplir le rapport d'activité de financement ou d'activité politique sur le formulaire prescrit par le DGEQ (voir Annexe 1);
- iv. recueillir toutes les factures et les faire parvenir au représentant officiel;
- v. remplir l'État détaillé des dépenses engagées et payées selon le formulaire prévu à cet effet (voir Annexe 2) pour les dépenses payées par l'organisateur (ou autres) autorisées selon le budget et le soumettre au représentant officiel;
- vi. remettre les sommes recueillies à la porte (chèques ou comptant) le cas échéant au représentant officiel; ne pas envoyer de numéraire par la poste;
- vii. préparer le texte de remerciement aux participants et le faire parvenir au responsable des communications;
- viii. si approprié, préparer le texte d'un communiqué pour diffusion pour faire un retour sur l'activité;

c. Mobilisation

- i. dresser une liste des personnes et entreprises à contacter pour la vente des billets avec tous les membres de votre organisation de même que les critères pour l'envoi des invitations par le responsable des communications ;
- ii. identifier des vendeurs qui seront en mesure de vendre des billets à l'extérieur de vos réseaux habituels;
- iii. mettre en commun la liste des gens et entreprises qui seront sollicités et déterminer qui sera chargé de contacter chacune des personnes qui se trouve sur cette liste;
- iv. s'assurer que tous les vendeurs potentiels sont munis d'un certificat de solliciteur émis par le représentant officiel du Parti;
- v. préparer une lettre d'invitation qui sera remise au responsable des communications pour diffusion;
- vi. faire des téléphones pour vendre des billets (quelques jours après le lancement de la campagne de marketing);

- vii. faire un suivi sur la vente des billets;
- viii. faire un rappel auprès de tous ceux qui ont dit « peut-être »;
- ix. organiser un blitz pour aller chercher l'argent de ceux qui ont confirmé leur présence et qui n'ont toujours pas payé.

Il faut être capable de porter, assez tôt, un jugement lucide sur l'état de votre mobilisation. Il est possible qu'on se rende compte qu'on avait surestimé notre capacité à vendre des billets par exemple. Il ne s'agit pas de se laisser abattre par la moindre difficulté, mais bien de se donner les moyens de réajuster le tir avant qu'il ne soit trop tard.

C'est particulièrement vrai lorsqu'un porte-parole du Parti doit participer à l'activité, surtout s'il doit se déplacer pour y prendre part. Il est alors essentiel de se poser des questions sur les résultats qui pourront être atteints dans le cadre de cette activité. Une discussion franche avec votre vice-président régional est fortement conseillée. Ce dernier pourrait apporter un éclairage intéressant et des avenues à explorer en cas de difficultés.

9. Paiement des frais encourus pour l'événement

- a. Si le Parti a accepté de s'engager financièrement dans le budget que vous avez présenté (voir item 4), vous devez obtenir toutes les factures relatives à l'événement et les faire parvenir à l'agent officiel dans les trente (30) jours de la fin de l'événement;
- b. Dans ce cas, toutes les factures doivent être adressées au Parti;
- c. Si le Parti a accepté de rembourser l'organisateur ou d'autres personnes pour des dépenses qu'elles auraient encourues, tel que prévu au budget approuvé à l'item 4, vous devez compléter un rapport de dépenses et y joindre toutes les pièces justificatives et envoyer le tout à l'agent officiel dans les trente (30) jours de la fin de l'événement.
- d. Les dépenses non prévues au budget sont la responsabilité de l'organisateur, à moins que le vice-président régional n'ait accepté à l'avance qu'elles soient encourues.

ADOPTÉ PAR LE BUREAU DE L'EXÉCUTIF NATIONAL LE 17 OCTOBRE 2017.