

# **L'ART DE LA** REPRÉSENTATION

GUIDE À L'INTENTION DES  
ORGANISMES SANS BUT LUCRATIF  
ET DE BIENFAISANCE



# QU'EST-CE QUE LA REPRÉSENTATION ?

*Un représentant est une personne ou un organisme qui parle au nom d'autres personnes. La représentation comporte la définition, le soutien et la promotion d'une cause. Cette activité vise à influencer l'opinion du public et à amener des changements favorables pouvant nécessiter ou non l'adoption d'une loi.*

« Ne doutez  
jamais du fait  
qu'un petit  
groupe de  
citoyens  
réfléchis et  
engagés puisse  
changer le  
monde : en fait,  
c'est la seule  
chose qui l'ait  
jamais changé »  
Margaret Mead

Un trop grand nombre d'organismes sans but lucratif et de bienfaisance voient l'arène politique comme un monde étranger dans lequel ils sont démunis et ne se sentent pas à leur place. Ils laissent donc le lobbying et la représentation aux soins des « experts ». Néanmoins, afin de réaliser au mieux leurs missions, la plupart des organismes sans but lucratif et de bienfaisance doivent mener des activités de sensibilisation du public, établir des liens avec les représentants élus et participer à l'élaboration des lois et des politiques.

Les organismes sans but lucratif et de bienfaisance ont la capacité juridique de mener des activités de représentation et politiques au nom des individus, des communautés et des causes qu'ils défendent. Forts de leurs connaissances et expériences étendues et de leur passion, ils enrichissent le débat public et améliorent la qualité des décisions en matière de législation, de réglementation et de politiques publiques. Ils peuvent contribuer à résoudre les problèmes qu'ils connaissent bien.

Il est primordial de comprendre que les règles relatives à la représentation diffèrent selon le statut d'organisme sans but lucratif ou d'organisme de bienfaisance enregistré.

Le statut d'organisme sans but lucratif est une catégorie qui, selon la *Loi de l'impôt sur le revenu*, est exonérée de l'impôt sur le revenu, mais ne peut pas délivrer de reçus officiels de dons aux fins de l'impôt sur le revenu. Les organismes sans but lucratif font face à peu de restriction en ce qui concerne leurs activités et à aucune en ce qui concerne la représentation. Ils sont libres de mener des activités de représentation et politiques, dont des activités partisans, si celles-ci sont conformes à leurs mission et objectifs.

Au contraire, les organismes de bienfaisance enregistrés sont soumis à des restrictions légales et administratives en matière d'activités de représentation. Tout organisme de bienfaisance devrait connaître les lignes directrices du document de l'Agence du revenu du Canada (ARC) *Activités politiques CPS-0221*.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> <http://www.cra-arc.gc.ca/chrts-gvng/chrts/plcy/cps/cps-022-fra.html>

Cet énoncé de politique propose une description détaillée de ce que l'ARC entend par activités de bienfaisance, activités politiques et activités proscrites. Voici quelques points saillants :

- Les activités politiques partisans, c'est-à-dire les activités qui visent à appuyer directement ou indirectement un candidat ou un parti politique, sont proscrites.
- Les activités politiques - l'ARC présume qu'une activité est de nature politique si l'organisme lance explicitement un appel à l'action politique (c'est-à-dire, qu'il incite le public à communiquer avec un représentant élu ou avec un haut fonctionnaire, en vue de l'exhorter à maintenir, à contester ou à modifier une loi, une politique ou des décisions de l'un ou l'autre ordre de gouvernement au Canada ou à l'étranger) - sont permises pour les organismes de bienfaisance sous réserve de certaines limites.
- Les organismes de bienfaisance peuvent consacrer 10 à 20 % de leurs revenus annuels, selon leur taille, à des activités politiques liées à leurs fins.
- Les organismes de bienfaisance peuvent communiquer avec un représentant élu ou avec un haut fonctionnaire, ceci n'est pas considéré une activité de nature politique. Les organismes de bienfaisance peuvent diffuser les exposés de leur position auprès du gouvernement, ceci, de la même manière, n'est pas considéré une activité de nature politique.
- De même, les campagnes de sensibilisation du public telles que définies dans l'Énoncé CPS-022 ne sont pas considérées des activités de nature politique et ne sont donc pas comprises dans le calcul des montants de 10 à 20 %.

Il serait judicieux que les organismes de bienfaisance qui envisagent de mener des activités de représentation étudient l'Énoncé de politique CPS-022 et qu'ils planifient, documentent, enregistrent et rapportent ces activités afin qu'elles soient conformes à ces exigences.

Les organismes sans but lucratif ne doivent pas s'en faire vis-à-vis de l'Énoncé CPS-022, car il ne s'applique pas à eux.

Cette brochure est un guide pratique visant à aider les organismes sans but lucratif et de bienfaisance tout au long de la planification de leur travail de représentation.

# SIX CHOSES À FAIRE

## AVANT D'ENTREPRENDRE UNE CAMPAGNE DE REPRÉSENTATION

### 1 CRÉEZ UNE LISTE DE PERSONNES RESSOURCES

Dressez la liste de tous les représentants du gouvernement qui peuvent exercer une influence sur votre programme ou mission : représentants élus, hauts fonctionnaires, agents de dotation, etc. Assurez-vous d'obtenir leurs coordonnées complètes (et exactes!) et d'ajouter ces dernières dans votre base de données.

### 2 RECUEILLEZ DES DONNÉES UTILES

Pour convaincre un politicien de l'importance du travail de votre organisme, rien n'est plus efficace qu'un message persuasif. Effectuez un sondage auprès des participants à votre programme pour obtenir de l'information sur les répercussions de vos programmes. Souvent, cette information servira de base aux consultations gouvernementales, aux conférences de presse et aux autres événements médiatiques.

### 3 ÉTABLISSEZ UNE COALITION

Un projet de loi a plus de chance d'être adopté s'il bénéficie d'un soutien élargi. Cherchez à savoir si celui-ci pourrait avoir les mêmes répercussions sur d'autres organismes dans votre région ou province. Lorsqu'il est question de lobbying, l'union fait la force.

#### **4 RENSEIGNEZ-VOUS SUR LES REPRÉSENTANTS ÉLUS**

Effectuez une enquête sur les législateurs. Cherchez à connaître leurs intérêts. Ont-ils des antécédents personnels ou professionnels liés votre cause? Vous trouverez cette information sur le site Web de la plupart des représentants élus.

#### **5 COMPRENEZ LE PROCESSUS**

À chaque ordre de gouvernement, qu'il s'agisse de la Chambre des communes, de l'Assemblée législative provinciale ou du conseil scolaire local, l'adoption des projets de loi et l'acceptation des demandes de financement sont soumises à un processus désigné. Bien sûr, contrairement à vous, les lobbyistes professionnels sont payés pour connaître les détails de ce processus. Vous devriez tout de même en connaître la base, c'est-à-dire les échéances pour le dépôt de projets de loi, les comités affectés à des projets de loi particuliers et la façon d'amender les projets de loi durant leur processus d'adoption.

#### **6 METTEZ VOTRE CONSEIL D'ADMINISTRATION AU COURANT**

Il y a de fortes chances que des membres de votre conseil d'administration entretiennent des relations étroites avec des gens d'influence dans l'arène politique. Discutez avec le président de votre conseil de la possibilité d'établir un comité de politique publique composé de membres du conseil intéressés à participer au renforcement des capacités politiques de votre organisme.

# SEPT ÉLÉMENTS À PRENDRE EN COMPTE

## POUR CRÉER UNE STRATÉGIE LÉGISLATIVE EFFICACE

### 1 QUELS SONT VOS OBJECTIFS?

La réussite d'une campagne de représentation passe d'abord par la définition d'objectifs clairs. Mise sur vos forces. Établissez les objectifs stratégiques de votre organisme. Posez-vous les questions suivantes : Que voulons-nous accomplir? Voulons-nous déposer des projets de loi utiles? Défaire un projet de loi préjudiciable? Sensibiliser le public à une cause? Selon les objectifs de l'organisme, que demande votre gouvernement?

### 2 QUI SONT VOS PUBLICS CIBLES?

Différents publics cibles peuvent vous aider à atteindre votre objectif. Par exemple, le député (député provincial) peut parrainer votre projet de loi, les médias peuvent l'appuyer et d'autres groupes constitutifs peuvent apporter leur concours à votre campagne de représentation globale. Une fois que vous avez défini ces publics cibles, vous pouvez définir les éléments névralgiques qui feront en sorte qu'ils répondront ou agiront.

### 3 QUEL EST VOTRE MESSAGE?

Comme vous travaillez auprès de différents publics cibles, vous devez créer un message persuasif adapté aux préoccupations particulières de chacun. Il ne s'agit pas là d'avoir le même message pour chacun, mais des messages similaires adaptés à chaque public selon ce que les personnes qui le composent ont besoin d'entendre.

### 4 QUI SONT VOS MESSEGERS?

Au sein de chaque public cible, certains messagers sont plus efficaces que d'autres. Le même message peut avoir un impact différent selon la personne qui le communique. Des experts devront être désignés pour communiquer votre message auprès de certains publics. D'autres publics seront plus influencés par le récit des expériences personnelles de « gens ordinaires ».

## **5 QUI SONT VOS PARTENAIRES?**

Quelles personnes et quels organismes poursuivent les mêmes objectifs que les vôtres et peuvent vous aider à établir une coalition de soutien élargie et diversifiée? Quels groupes peuvent exercer une influence sur les législateurs clés ou dans la circonscription de ces derniers?

## **6 QUELLE EST VOTRE STRATÉGIE?**

La stratégie que vous choisissez pour mener votre campagne de représentation peut être passive (ex. : envoi de lettres) ou énergique (ex. : réunions en personne). Les campagnes les plus efficaces englobent différentes stratégies adaptées à chaque contexte et personne.

## **7 COMMENT METTEZ-VOUS EN ŒUVRE VOTRE CAMPAGNE?**

Quelle est la meilleure façon de faire progresser votre campagne? Vous pouvez notamment entreprendre quelques projets à court terme, par exemple créer des groupes de discussion, établir la liste des législateurs dont vous recherchez le soutien et définir quelles personnalités du secteur des médias locaux peuvent couvrir votre cause particulière.

# RÉDACTION D'UNE LETTRE

La plupart des représentants élus vous le diront : une lettre bien rédigée constitue l'un des moyens les plus efficaces de communiquer avec eux.

**En rédigeant votre lettre, n'oubliez pas de suivre les règles suivantes.**

- Vérifiez si le nom et le titre du député ou du ministre sont exacts et correctement orthographiés. Vous trouverez la liste des contacts gouvernementaux à l'adresse suivante : <http://www.parl.gc.ca>
- Limitez votre lettre à une page. Il n'est pas nécessaire d'être un expert. La simple explication de votre sujet de préoccupation est tout aussi efficace.
- Soyez courtois dans vos propos et ne traitez que d'une question. Exprimez-vous dans vos propres mots; n'utilisez pas de jargon ou d'acronymes inconnus.
- Si possible, écrivez votre lettre à l'ordinateur, tout en lui donnant une forme personnelle. Si vous utilisez une lettre type, ajoutez-y des idées personnelles. Les politiciens reçoivent de nombreuses lettres types. Pour que la vôtre se démarque du lot, donnez-lui une touche particulière. Si vous utilisez une lettre type, vous recevrez une réponse type.
- N'oubliez pas de préciser au député ou au ministre à qui vous écrivez la mesure que vous aimeriez le voir prendre.
- Posez des questions. Le destinataire de votre lettre sera ainsi plus enclin à vous répondre rapidement.
- Si vous écrivez au nom de votre organisme, faites connaître ce dernier à votre représentant élu. Par exemple, parlez de vos activités, du nombre de personnes desquelles vous défendez les intérêts, etc.
- Flattez votre représentant élu. S'il a pris une mesure allant dans le sens de votre cause, exprimez-lui votre gratitude.
- Il est très important d'envoyer une copie de votre lettre au ministre responsable, car il a le pouvoir de modifier les lois, les règlements, les politiques et les programmes, et a besoin d'entendre les citoyens directement. Envoyez également une copie de votre lettre à votre député local.
- Apposez votre signature au-dessus de votre nom et de votre adresse inscrits en lettres moulées. Il arrive que les enveloppes soient ouvertes, alors il est important d'indiquer aussi votre adresse dans le corps de votre lettre.



# FORMULES ÉPISTOLAIRES

## Gouverneur général du Canada

Le gouverneur général du Canada portera le titre *très honorable* à vie et, pendant son mandat, lui et son conjoint porteront chacun le titre *Son Excellence*.

## Lieutenant-gouverneur provincial

Le lieutenant-gouverneur de chaque province portera le titre *honorable* à vie et, pendant son mandat, lui et son conjoint porteront chacun le titre de *Son Honneur*.

## Premier Ministre du Canada

*Très Honorable à Vie*

## Membres du Cabinet

*Honorable*

## Ministre d'État

*Honorable*

## Secrétaire parlementaire

*Honorable*

## Le juge en chef du Canada

*Très Honorable à Vie*

## Sénateurs du Canada

*Honorable à Vie*

## Ambassadeurs au Canada

*Son Excellence*

Pour plus de détails, visitez le site :

[www.pch.gc.ca/eng/1359145344405/1359145417936](http://www.pch.gc.ca/eng/1359145344405/1359145417936)

## LE COURRIER ÉLECTRONIQUE

### COMME OUTIL DE REPRÉSENTATION

Au cours des dernières années, l'utilisation du courrier électronique en tant qu'outil de représentation a gagné en popularité. Le courriel est maintenant considéré comme un moyen de communication valable, particulièrement si vous avez déjà établi le contact avec un député.

Même si le courrier électronique est de plus en plus utilisé, il est aussi de plus en plus facile de l'ignorer. Le courriel demeure tout de même un moyen efficace pour communiquer avec les membres du personnel; souvent, ces derniers le préfèrent aux contacts téléphoniques.

Dans une campagne de représentation réussie, le courriel ne constitue qu'un instrument parmi tant d'autres; les contacts téléphoniques, les télécopies, les lettres par écrit et les visites personnelles font également partie de la stratégie. Et, tout comme avec la correspondance par écrit, les agents de dotation vous diront que si vous n'êtes pas un mandant et ne fournissez pas vos coordonnées (adresse postale complète) dans votre courriel, ne vous devez pas vous attendre à recevoir une réponse.

## RENCONTRE AVEC VOS REPRÉSENTANTS ÉLUS

### 1 PRENEZ RENDEZ-VOUS

Ne vous présentez pas au bureau de votre représentant élu sans avoir d'abord pris rendez-vous. Prenez rendez-vous bien à l'avance et précisez le sujet qui vous amène. Le représentant pourra ainsi se préparer à la rencontre ou désigner une autre personne parmi les membres de son personnel qui y assistera à sa place. Ne soyez pas indigné si on cherche à en savoir plus sur le sujet dont vous voulez parler avec le représentant. Donnez des réponses directes et préparez-vous à mettre par écrit l'objet de votre rencontre. Les politiciens détestent les surprises. Et, si le représentant n'est pas en mesure de vous recevoir, passez du temps avec les membres de son personnel. Ce contact pourrait vous être grandement profitable.

### 2 SOYEZ ORGANISÉ

Préparez un ordre du jour pour éviter que la réunion aille dans toutes les directions. Rappelez-vous que les représentants élus et leurs employés se forgeront une opinion de vous, de votre groupe et sans doute de votre cause. Soyez ordonné dans vos idées, ne surestimez pas votre cause et demeurez réaliste.

### 3 SI VOUS PARLEZ AU NOM D'UN GROUPE, TENEZ-VOUS-EN À L'ESSENTIEL ET ORGANISEZ UNE RÉUNION PRÉLIMINAIRE

Prenez le temps de bien préparer votre réunion pour assurer son bon déroulement. Déterminez qui présentera chaque thème. Désignez une personne pour mener la conversation et veillez à ce que soit suivi votre ordre du jour. Voilà un exemple où l'union ne fait pas la force.

### 4 FAITES TOUJOURS PREUVE D'ÉCOUTE

Les propos que tiendra le représentant élu vous donneront une perspective de la stratégie de suivi ou encore vous indiqueront quels éléments doivent être pris en compte dans une prochaine rencontre. Rappelez-vous que tout comme vous, le représentant veut que son point de vue soit compris. Vous montrer à l'écoute ne signifie pas pour autant que vous deviez être d'accord avec lui ou remettre en question vos idées. Prévoyez du temps pour des questions.

## **5 SOYEZ PONCTUEL ET NE DÉPASSEZ PAS LE TEMPS ALLOUÉ**

Si un représentant élu vous demande de poursuivre l'entretien, soit. Or, rappelez-vous qu'il a un horaire très chargé. Si vous êtes bien organisé, vous pouvez traiter des éléments critiques de votre cause dans un temps limité.

## **6 N'HÉSITEZ PAS À POSER DES QUESTIONS**

Ne demandez pas simplement du soutien : faites une demande précise. Ne partez pas du bureau du représentant élu sans lui avoir d'abord demandé à quelles autres personnes vous devriez parler. Assurez-vous de rencontrer ces personnes également.

## **7 N'AYEZ PAS L'AIR INTIMIDÉ**

Même si les représentants élus occupent des fonctions importantes, ils sont des êtres humains comme vous. Certes, ils pourraient ne pas très bien connaître votre cause, non pas parce qu'ils sont fermés ou qu'ils s'en moquent, mais plutôt, car ils doivent être des « généralistes » sur différents sujets. Discutez de l'enjeu en cause; ne faites pas un exposé magistral.

## **8 PRÉPAREZ DE COURTS FEUILLETS DE RENSEIGNEMENTS**

Mettez l'accent sur l'impact des programmes ou des lois sur l'électorat du représentant élu. Assurez-vous que vos faits sont vérifiables; si vous citez des chiffres, vous devez être en mesure de les justifier. Proposez de fournir plus de renseignements, sur demande.

## **9 AUCUN POLITICIEN N'EST EN MESURE DE S'ENGAGER SUR-LE-CHAMP**

Le mieux que vous pouvez espérer est de recevoir des nouvelles du représentant élu très bientôt.

## **10 N'OUBLIEZ PAS D'ENVOYER UNE LETTRE AU REPRÉSENTANT POUR LE REMERCIER**

Sur un papier portant l'en-tête de votre organisme, bien sûr!

## PARTICIPATION AUX

# CONSULTATIONS GOUVERNEMENTALES

Le savoir, c'est le pouvoir. Votre organisme détient de l'information importante que les législateurs doivent connaître avant de prendre des décisions capitales relatives au budget, à la réglementation et à l'adoption de nouvelles lois. Renseignez-vous sur les comités législatifs et les groupes parlementaires qui tiennent des consultations sur des sujets en lien avec votre mission et demandez l'autorisation de présenter un témoignage en personne.

**Voici huit conseils pratiques qui vous aideront à présenter de façon efficace votre position devant les comités gouvernementaux.**

1. Préparez un court exposé. Lors de consultations, on demande habituellement aux présentateurs de ne pas dépasser cinq minutes, même si un exposé écrit plus long sera accepté pour la documentation de votre dossier.
2. Si possible, demandez à un membre du personnel de haut rang ou à un bénévole bien informé de présenter le témoignage.
3. Préparez le résumé de votre témoignage (une page), ainsi qu'un exposé écrit plus long, s'il y a lieu.
4. Pratiquez votre exposé plusieurs fois pour que vous puissiez le présenter sur un ton naturel; ne le lisez pas mot à mot.
5. Renseignez-vous le plus possible sur les membres du comité. Les politiciens aiment toujours se faire appeler par leur nom (monsieur le président Smith, monsieur le ministre Jones, etc.).
6. Posez des questions aux législateurs sympathiques.
7. Anticipez et préparez des réponses pour les contre-arguments.
8. Concluez en demandant aux membres du comité de voter en faveur de votre position.

Les organes législatifs – des commissions parlementaires au conseil municipal local – filment souvent les audiences de leurs comités. Si vous devez faire une présentation dans le cadre d'une audience, prenez du temps pour visionner quelques-unes de ces consultations : vous aurez alors une bonne idée du déroulement des séances et vous vous sentirez ainsi plus à l'aise lorsque viendra votre tour de prendre la parole.

## L'IMPORTANCE DU TRAVAIL AVEC **LES MÉDIAS**

Les médias peuvent jouer un rôle important dans les activités de représentation de votre organisme. Les représentants élus lisent les journaux tous les jours et suivent étroitement les questions couvertes par les médias dans leur circonscription. Plus les médias seront au courant de votre position, plus vous pourrez faire entendre votre cause.

**Voici quelques façons de travailler de façon stratégique (et économique) avec les médias.**

### ÉCRIVEZ UNE LETTRE AU RÉDACTEUR EN CHEF

Expliquez au journal quel sera l'impact d'un certain projet de loi ou d'une certaine mesure législative sur votre organisme. Voilà un moyen efficace et économique de vous faire connaître d'un public élargi.

### ORGANISEZ UNE RENCONTRE AVEC LE COMITÉ DE RÉDACTION

Réunissez plusieurs représentants de votre organisme et convoquez une réunion avec le comité de rédaction de votre journal local. Profitez de cette occasion pour souligner les répercussions que telle ou telle mesure législative proposée aura sur votre groupe et sur les personnes pour qui vous défendez les intérêts. Demandez au journal d'écrire un éditorial sur la question ou proposez de soumettre un article à publier à la page d'opinions.

### ÉCOUTEZ LA RADIO

Écoutez les émissions de radio locale pour définir lesquelles pourraient présenter les causes défendues par votre organisme. Faites-leur connaître votre position. Créez un message simple et factuel.

### SOYEZ UNE RESSOURCE

Faites savoir aux médias qu'ils peuvent communiquer avec vous pour obtenir de l'information ou pour connaître votre opinion sur des questions législatives particulières.

## RÉDACTION D'UNE

# LETTRE AU RÉDACTEUR EN CHEF

Les médias locaux sont les outils de représentation les plus importants auxquels vous avez accès. Voilà le moyen le plus efficace de sensibiliser le public à votre cause. Quant à l'envoi d'une lettre au rédacteur en chef, il s'agit de l'une des façons les plus sûres de vous faire connaître des médias. Il suffit de suivre les quelques règles ci-dessous.

Parfois, les médias sont informés de source sûre de certains plans du gouvernement et en font la une pour connaître la réaction du public. Par exemple, le gouvernement provincial de l'Ontario a dû mettre au rancart ses plans visant à octroyer à ses ministres une augmentation salariale de 42 % à l'automne 2000 après la publication de cette histoire dans les médias, qui a causé tout un remous dans la population. Gardez cela à l'esprit quand vous regardez les bulletins de nouvelles et lisez le journal. Si vous croyez fermement en une cause, exprimez votre opinion.

### Lettre au rédacteur en chef :

- La page éditoriale est la deuxième page la plus lue dans les journaux, après la page couverture.
- La plupart des journaux sont heureux de recevoir des lettres de leurs lecteurs. Ils doivent remplir l'espace.
- Les politiciens lisent la page éditoriale pour jauger l'opinion du public sur une question donnée. Certains journaux tiennent même un registre du nombre de lettres qu'ils reçoivent sur chaque sujet.
- Les lettres au rédacteur en chef sont le moyen le plus rapide et le plus économique de communiquer votre message à un public élargi.
- Votre lettre doit être courte et simple et s'en tenir à l'essentiel; limitez-la à 200 mots. Ne vous éloignez pas de votre sujet. Si vous avez d'autres questions à soulever, écrivez d'autres lettres!
- Parlez dans vos propres mots. N'essayez pas d'impressionner le rédacteur en chef en employant des mots savants et en présentant des connaissances encyclopédiques. Ce qu'il faut, c'est de la passion!
- Ne faites pas d'attaque personnelle. Vous pouvez être en désaccord avec une opinion ou une action, mais il ne sert à rien de l'exprimer avec véhémence : vous vous éloigneriez de la question que vous voulez soulever.
- Écrivez le même jour ou le jour suivant la parution d'un article. Plus le sujet est actuel, plus il suscitera l'intérêt des lecteurs.
- Envoyez une lettre dès que vous avez une opinion à partager. Vous pouvez envoyer deux lettres sur deux sujets différents la même journée.
- Incluez toujours vos nom, adresse et numéro de téléphone. La plupart des journaux ont établi une politique de vérification des droits d'auteur et conformément à celle-ci, ils doivent communiquer avec vous avant la publication de votre lettre.
- Si vous envoyez votre lettre par courriel, collez-la dans le corps du courriel. Ne l'insérez pas en pièce jointe! La plupart des journaux n'ouvrent pas les pièces jointes.
- L'union fait la force. Incitez d'autres gens à écrire.

## COMMENT

# SOUTENIR ET INTENSIFIER

## VOS ACTIVITÉS DE REPRÉSENTATION

- Ajoutez les représentants élus à vos listes d'envoi. Tenez-les au courant!
- Invitez les représentants élus à vos événements.
- Invitez les représentants élus aux cérémonies d'inauguration des travaux et aux réunions des comités et des employés.
- Présentez tous les représentants élus et précisez leurs fonctions à chaque événement auquel ils assistent.
- Suivez l'évolution du travail des comités et de leurs activités législatives, passez en revue les ordres du jour et, dans la mesure du possible, assistez aux réunions des comités.
- Donnez du crédit aux représentants élus tout en demeurant sincère.
- Organisez des petits déjeuners ou des déjeuners thématiques sur des questions particulières et invitez les représentants élus à y participer.
- À l'occasion, invitez les représentants élus à dîner avec les membres de votre conseil d'administration, avec comme seul ordre du jour de les tenir au courant de vos activités.
- Assistez aux événements ou aux réunions si on vous y invite.
- Proposez d'écrire un article dans le bulletin de votre législateur.
- Organisez une « journée sur la Colline parlementaire » pour vos membres.
- Intéressez-vous aux membres de votre personnel et établissez une relation de travail étroite avec eux.
- Laissez vos convictions politiques personnelles à la maison.
- Dites toujours merci.
- Soutenez ceux qui vous soutiennent.

# REMERCIEMENTS

Gina Warner est présidente de Strategic Solutions (Nouvelle-Orléans, Louisiane) et auteure de Being A Player.

Ceci est une version révisée et mise à jour de la brochure originale publiée en 2003 conjointement par Habitat pour l'humanité Canada et le Réseau canadien de DÉC.

**Nous tenons à remercier les partenaires ci-dessous pour leur contribution à cette nouvelle édition :**

Richard Bridge, avocat et notaire, <http://www.lawyerforcharities.ca/>

Accelerating Social Impact Community Contribution Company <http://asiccc.ca>

*Pour obtenir des exemplaires supplémentaires ou passer une commande en grand nombre, envoyez un courriel à :  
[info@ccednet-rcdec.ca](mailto:info@ccednet-rcdec.ca)*



## LE RÉSEAU CANADIEN DE DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE COMMUNAUTAIRE (RCDÉC)

Le Réseau canadien de développement économique communautaire (RCDÉC) est un organisme de bienfaisance sans but lucratif mené par ses membres. Il regroupe des organismes communautaires, des coopératives, des entreprises sociales, des praticiennes et des praticiens, des citoyennes et des citoyens actifs, des chercheuses et des chercheurs ainsi que d'autres organismes engagés dans le développement économique communautaire (DÉC).

Nous œuvrons au renforcement du DÉC dans les communautés urbaines, rurales, nordiques et autochtones du Canada. Nous contribuons à l'amélioration des conditions sociales, économiques et environnementales à l'échelle locale.

**Pour en savoir plus et devenir membre, veuillez visiter notre site Web :**  
*[cednet-rcdec.ca](http://cednet-rcdec.ca)*





*ccednet-rcdec.ca*