

✓e À voix égales

**SE LANCER EN
POLITIQUE:
UN GUIDE PRATIQUE**

** Tout au long de ce document, nous utilisons le mot « femme » pour désigner les personnes qui s'identifient comme étant femmes, et pour inclure TOUTES les femmes représentant la diversité du Canada, y compris (sans s'y limiter) la diversité d'âge, de race, de religion, d'orientation sexuelle, de capacités et de milieu socioéconomique.*

CONTENU

POURQUOI LE CANADA A BESOIN DE VOUS	4
Pourquoi se présenter aux élections?	4
Vos motivations	4
Préparation	4
Vos compétences	5
À quoi pouvez-vous vous attendre en politique?	5
Activité : Pourquoi se présenter aux élections?	6
Activité : Votre personnalité et vos compétences	8
Activité : Défis potentiels	9
LE SYSTÈME POLITIQUE DU CANADA	10
Palier municipal	10
Palier provincial/territorial	11
Palier fédéral	12
Partis politiques	12
Associations de circonscription et associations de circonscription électorale locales	12
Processus de mise en candidature	13
Obstacles systémiques	13
Autres obstacles	14
Activité : Choisir votre podium	14
Activité : Votre expérience	16
AMÉLIORER VOTRE VISIBILITÉ	18
Tactiques	18
Avant de vous présenter	19
Stratégie et plan de communication	19
Rédaction de discours	20
Sollicitation	21
Activité : Votre présentation éclair	21
Activité : Votre réseau	24
MÉDIAS ET MÉDIAS SOCIAUX	25
Médias traditionnels	25
Répondre aux questions	25
Porte-parole	26
Suivi et analyse des médias	26
Comptes de médias sociaux de campagne	26
Comptes personnels	26
Activité : Comptes de médias sociaux personnels	27
MOBILISER UNE ÉQUIPE	28
Votre équipe de mise en candidature	28
Votre équipe de campagne	28
Activité : Former votre équipe	32
FINANCEMENT ET COLLECTE DE FONDS	33
Règles de financement des campagnes électorales	33
Collecte de fonds	33
Budgets	34
Activité : Sources de soutien	35
PROCHAINES ÉTAPES : SE LANCER	37
Élaborer votre stratégie de campagne	37
Exemple de calendrier de campagne	38

POURQUOI LE CANADA A BESOIN DE VOUS

Pour qu'un système politique soit vraiment démocratique, tous les citoyens doivent être représentés de façon égale et équitable par leurs dirigeants élus et avoir des chances égales de s'exprimer et d'être entendus. Les femmes ont des points de vue différents et uniques sur toutes les questions de politique; points de vue qui doivent être inclus dans nos processus démocratiques. Une représentation diversifiée des femmes est nécessaire, car leurs expériences variées élargiront la base d'information sur laquelle les décisions seront prises, ce qui se traduira par des décisions de meilleure qualité.

L'absence d'une représentation égale au sein du gouvernement renforce les obstacles à l'entrée en politique en maintenant une arène politique inhospitalière au partage équitable du pouvoir entre les genres. En comblant l'écart entre les genres, les femmes auront plus d'occasions de se présenter en politique.

Si vous ne vous présentez pas, alors qui le fera? Le Canada a besoin que vous fassiez votre part pour aider à combler l'écart entre les genres et faire en sorte que les expériences et les voix des femmes soient entendues.

Pourquoi se présenter aux élections?

L'une des principales raisons pour lesquelles les gens entrent dans l'arène politique, c'est pour participer aux processus décisionnels qui ont un impact sur la société. Se présenter aux élections est un moyen de faire entendre votre voix et celle de votre collectivité, et de vous assurer que les questions qui vous tiennent à cœur sont à l'ordre du jour.

À mesure que vous établirez un réseau et une coalition solides pour appuyer votre élection, vous établirez des relations avec des personnes et des organismes qui travaillent dans votre collectivité. Le fait de se présenter aux élections peut aussi faire progresser votre carrière en dehors du milieu politique. Une campagne électorale peut établir et améliorer votre profil public. Cette expérience vous offre une tribune pour développer et améliorer vos compétences en leadership et en communication, et pour faire progresser votre position de leader communautaire.

La politique est une façon incroyable de redonner à votre collectivité et de consolider votre héritage. C'est une opportunité qui peut vous permettre de partager vos connaissances et vos expériences. Vous servirez de modèle et ouvrirez la voie à d'autres qui ont aussi quelque chose à offrir en politique.

Vos motivations

Le but premier de la politique est de faire une différence. Cette différence sera facilitée si vous comprenez clairement comment vos objectifs personnels et votre vision influenceront sur votre cheminement politique. Lorsque vous élaborez votre vision, imaginez à quoi elle ressemble lorsque vous réussirez dans votre vie politique. Imaginez les changements que vous pourriez apporter et comment vous pourriez les apporter. Votre vision sera essentielle pour communiquer avec vos partisans sur la façon dont vous allez améliorer leur vie.

Préparation

La meilleure façon de vous préparer au succès est de vraiment vous connaître. La création d'une liste de vos forces et de vos faiblesses, aussi élémentaire que cela puisse paraître, est une façon concrète de déterminer où vous réussirez et où vous pourriez avoir besoin de soutien supplémentaire de la part de votre équipe.

Le fait de se présenter à une élection générale ou à une investiture au sein d'un parti politique est une compétition. Vous devez être prête à faire valoir que vous êtes la meilleure personne pour représenter votre circonscription. Il est important que vous vous posiez les questions suivantes :

- Le moment est-il venu pour vous de présenter votre nom et vos priorités? Tenez compte des conditions électorales dans lesquelles vous prévoyez vous présenter.
- Êtes-vous prête à gagner?
- Êtes-vous prête à perdre? Vous pouvez apporter une contribution importante au processus démocratique et soulever des questions à débattre même si vous ne gagnez pas votre siège. La plupart des candidats ne gagnent pas, lors de leur première élection.

Vos compétences

Bien qu'aucun titre de compétence ne soit requis pour une charge électorale, il est très bon de tenir compte de vos réalisations, y compris celles qui comptent le plus pour vous et pour les autres.

Examinez attentivement vos forces et vos faiblesses. Cela peut aussi vous aider à décider si le moment est venu ou si vous profiteriez d'occasions supplémentaires d'apprendre, d'établir des liens et de perfectionner vos compétences avant de vous lancer en politique.

Un inventaire de vos compétences personnelles et de vos traits de personnalité peut également être utilisé pour mieux préparer votre équipe à travailler ensemble. Lorsqu'une équipe comprend bien avec qui et pour qui elle travaille, tous les membres de cette équipe sont en mesure de réagir adéquatement aux traits de personnalité uniques. En fin de compte, cela crée un milieu de travail plus positif et productif.

Vous apprendrez bon nombre des compétences et de l'expertise sur le terrain, de ceux qui vous entourent et de l'expérience de la course. Vous n'avez pas besoin de tout savoir avant de commencer!

Si vous avez travaillé pour obtenir des titres de compétences professionnels importants, avez assumé des rôles de leadership dans votre collectivité ou avez préconisé des changements, soyez fière et partagez-les. Vous devrez peut-être aider les gens à comprendre ce que signifie votre titre, y compris pourquoi ce que vous avez étudié ou réalisé fera de vous une meilleure représentante.

Vos expériences de vie sont tout aussi importantes que vos titres de compétences. Que vous n'ayez pas étudié en raison de contraintes financières ou que vous ayez eu de la difficulté à accéder aux possibilités, vos expériences vécues peuvent et doivent faire partie de votre marque.

À quoi pouvez-vous vous attendre en politique ?



Voyage : Vous pouvez vous attendre à être souvent loin de chez vous. Quel que soit le palier de gouvernement, les réunions avec vos électeurs, dans la collectivité ou avec vos collègues ont souvent lieu le soir et parfois tard le soir. Les activités communautaires, commerciales et caritatives ont souvent lieu les fins de semaine.



La vie publique : Les représentants élus sont soumis à un examen public accru, tant en ce qui concerne les décisions politiques qu'ils prennent que certains détails de leur vie personnelle. Ce que vous faites ou dites peut se retrouver dans les médias, et les attaques ciblées sur les médias sociaux peuvent être incessantes. Vous risquez de perdre l'anonymat dans votre collectivité, quel que soit le palier de gouvernement où vous travaillez. Des choses qui étaient autrefois simples et anonymes, comme aller prendre un café le matin ou faire l'épicerie, sont susceptibles d'être interrompues par ceux qui veulent votre aide ou qui ont quelque chose à dire au sujet de la politique et des décisions auxquelles vous avez participé en cours de route.



Être définie par un slogan : Votre message clé deviendra votre slogan. Il doit être clair, simple, accrocheur et inspirant pour votre équipe. Ce message doit constamment souligner tout ce que vous et les membres de votre équipe faites et dites, que ce soit en personne, au téléphone, sur papier ou en ligne. Assurez-vous que toute traduction de votre message clé transmette la même énergie et la même vision; la traduction littérale pourrait ne pas suffire. Parfois, votre slogan sera partagé avec un parti politique, mais il est bon d'ajouter une touche personnelle, dans la mesure du possible.



Répéter constamment votre argumentaire éclair : Vous rédigerez un bref discours persuasif que vous pourrez utiliser pour susciter de l'intérêt pour vous en tant que candidate et pour votre plateforme. Ce discours doit être intéressant, informatif, mémorable et concis. Vous voulez pouvoir dire aux gens qui vous êtes, pourquoi vous vous présentez et pourquoi ils devraient être intéressés. Lorsque vous serez dans votre collectivité, vous serez en mesure de communiquer rapidement vos messages clés.



Défis : Les femmes font face à un éventail d'obstacles réels et perçus lorsqu'elles se présentent à des élections. Les identités intersectionnelles aggravent ces obstacles. Le sexisme, le racisme, l'homophobie ou la discrimination fondée sur les capacités, l'âge, la religion ou d'autres facteurs ne peuvent être négligés. Dans toute leur diversité, les femmes font face à ces défis à des degrés différents, mais nous pouvons nous entraider pour les relever.

ACTIVITÉ : POURQUOI SE PRÉSENTER AUX ÉLECTIONS ?

Préparez des réponses aux questions suivantes. Il n'y a pas de bonnes ou de mauvaises réponses, seulement vos propres expériences. Soyez honnête avec vous-même.

Je veux faire me lancer en politique parce que :

***Messages-guides :** Quels sont les facteurs qui ont suscité votre intérêt pour la politique ? Que voulez-vous accomplir ? Voulez-vous défendre les intérêts de votre collectivité ? Changer une politique ? Mobiliser les résidents ?*

J'ai commencé à penser à la politique comme une possibilité pour moi lorsque :

***Messages-guides :** Y a-t-il un enjeu ou un événement particulier qui vous a donné l'impression que c'était important pour vous ? Quelqu'un vous a-t-il dit quelque chose de significatif ? Est-ce lorsque vous avez identifié une force importante ou un ensemble de compétences que vous avez à offrir ? Avez-vous toujours pensé à cela ?*

Je veux me présenter parce que je tiens à :

Messages-guides : *Qu'est-ce qui est le plus important pour vous et que vous pourriez améliorer ou appuyer davantage grâce à de meilleures lois ou politiques ? Quels sont les enjeux qui vous passionnent ? Y a-t-il une politique ou une loi que vous voulez modifier ?*

Je veux me présenter parce que :

Messages-guides : *Y a-t-il des gens qui vous poussent à vous présenter ? Qui sont ces gens ? Vous pouvez identifier des personnes, comme les « propriétaires de petites entreprises », des familles ou même des personnes précises qui vous inspirent ou qui, selon vous, ont besoin d'une voix.*

ACTIVITÉ : VOTRE PERSONNALITÉ ET VOS COMPÉTENCES

Évaluez-vous sur une échelle de 1 à 5. Même si vous n'obtenez pas une bonne note pour une compétence donnée, cela ne veut pas dire que vous ne devriez pas vous présenter aux élections. Cette activité porte sur la conscience de soi et la détermination de vos forces et de vos faiblesses afin que vous puissiez planifier à l'avance.

1 FAIBLE -- 2 OK -- 3 MOYENNE -- 4 BONNE -- 5 EXCELLENTE	1-5
DISCOURS EN PUBLIC Pouvez-vous parler facilement devant divers groupes et aux médias ? Parlez-vous de manière claire ? Est-ce qu'il vous faut beaucoup de temps pour pratiquer un discours avant de vous sentir à l'aise, ou vous suffit-il de le lire une ou deux fois pour vous assurer de vous souvenir des points saillants ? Êtes-vous en mesure de répondre efficacement aux questions imprévues ?	
TECHNIQUES DE GESTION DU STRESS Pouvez-vous composer avec les hauts et les bas de votre campagne en gardant un tempérament assez uniforme ? Êtes-vous capable d'accomplir de nombreuses tâches différentes en même temps, ou êtes-vous facilement submergée par la désorganisation et la confusion ?	
CONFORT FACE AUX CONFLITS Que ce soit lorsque vous participez à des débats avec d'autres candidats, collègues ou représentants ou lorsque vous discutez de votre position avec des électeurs, il y aura parfois des conflits et des désaccords actifs avec d'autres personnes pendant les campagnes et une fois que vous serez élue. Êtes-vous à l'aise avec les conflits et les désaccords et pouvez-vous les gérer ? Pouvez-vous débattre poliment et respectueusement ? Êtes-vous à l'aise avec l'idée que tout le monde ne sera pas toujours d'accord avec vous sur toutes les questions ?	
NIVEAU DE PATIENCE Il est possible que les journalistes et les électeurs vous posent des questions inappropriées. On vous posera peut-être souvent la même question. Pouvez-vous rester calme lorsque vous traitez régulièrement avec des personnes avec lesquelles vous n'êtes pas d'accord ou que vous trouvez agaçantes ou frustrantes ?	
RÉSISTANCE/ENDURANCE Êtes-vous capable de travailler durant de longues heures dans des conditions stressantes ? Pouvez-vous suivre votre rythme ? Êtes-vous en mesure de planifier vos activités de façon à ne pas vous épuiser ? Êtes-vous capable de vous arrêter et de dire « non » avant de devenir complètement épuisée ?	
RÉPERCUSSIONS SUR LA VIE PERSONNELLE Votre employeur et votre famille sont-ils d'accord pour que vous vous lanciez en politique ? Pouvez-vous modifier vos engagements professionnels, bénévoles ou familiaux ou prendre congé pendant la campagne ? Pourriez-vous, au besoin, faire passer les besoins de vos électeurs avant les vôtres ?	
SAVOIR-FAIRE POLITIQUE Connaissiez-vous les subtilités du fonctionnement des gouvernements ? Avez-vous une connaissance et une compréhension adéquates des enjeux ? Savez-vous jouer le jeu de la politique ? Savez-vous quelles ressources sont disponibles pour vous aider à vous informer ? Si vous faites de la politique partisane, étiez-vous active dans le parti avant de vous présenter à l'investiture ?	
EXPÉRIENCE EN POLITIQUE/REPRÉSENTATION Avez-vous fait partie d'organismes, de conseils ou de commissions ? Avez-vous fait partie de comités bénévoles dans votre collectivité ? Avez-vous déjà milité avec passion ? Avez-vous fait du lobbying ou avez-vous exercé des pressions auprès des structures de pouvoir existantes sur une question ?	
VIVRE SOUS LE REGARD DU PUBLIC Pendant les campagnes électorales, vous, vos compétences, vos opinions et même votre passé pourriez faire l'objet d'une attention médiatique, de discussions sur les forums en ligne et de conversations publiques et privées. Êtes-vous à l'aise avec l'idée d'être sous le regard du public ? Seriez-vous à l'aise de perdre une partie de votre vie privée dans votre collectivité ? Avez-vous discuté de la vie privée et des limites avec votre famille ? Comprennent-ils quel sera leur rôle pendant la campagne ? Sont-ils à l'aise avec la décision ?	

ACTIVITÉ : DÉFIS POTENTIELS

Personne ne veut s'attarder sur les aspects négatifs, mais le fait de prévoir certains obstacles ou défis auxquels vous pourriez faire face, et identifier à l'avance les personnes ou les ressources qui peuvent vous aider, pourrait vous mettre plus à l'aise. Il est avisé de parler aux gens à l'avance pour leur demander s'ils vous aideront dans certaines circonstances. Certains de ces obstacles potentiels ne sont peut-être pas liés au genre. Par exemple, si vous ne possédez pas de voiture, le transport peut constituer un obstacle pendant la campagne, surtout dans une circonscription rurale ou de banlieue. Qui pouvez-vous identifier à l'avance pour vous aider ?

Dressez une liste de cinq obstacles auxquels vous pourriez être confrontée pendant la campagne en raison de votre situation personnelle. Que pouvez-vous faire à l'avance pour atténuer les répercussions de ces obstacles ?

OBSTACLE POTENTIEL	CONSÉQUENCES POSSIBLES SUR LA CAMPAGNE	QUI OU QUOI PEUT AIDER À ATTÉNUER LES RÉPERCUSSIONS ?

LE SYSTÈME POLITIQUE DU CANADA

Votre décision de vous présenter aux élections municipales, provinciales, territoriales ou fédérales devrait être bien informée. Profitez de l'occasion pour en apprendre davantage sur chaque ordre de gouvernement, les pouvoirs qu'ils détiennent, la façon dont ils sont structurés et le temps que votre charge élective exigera de vous. L'ordre de gouvernement que vous choisirez dépendra probablement, en partie, des questions dans lesquelles vous avez de l'expertise et de celles sur lesquelles vous voulez travailler en tant que représentante élue.

Palier municipal

Les gouvernements municipaux représentent l'ordre de gouvernement qui est souvent le plus près de la population. Si vous êtes élue tant que conseillère, préfète, présidente de conseil de comté, administratrice ou mairesse, vous aurez la possibilité d'avoir une incidence directe sur la vie de vos électeurs. Le fait d'être une représentante élue au niveau municipal vous permet non seulement de rester près de chez vous, mais aussi de communiquer plus souvent avec les résidents de votre circonscription. En passant du temps avec vos électeurs, vous serez outillée à bien comprendre leurs préoccupations et leurs souhaits pour votre collectivité. Grâce à ces renseignements, vous pouvez commencer à mettre en œuvre des politiques et des décisions qui reflètent directement les désirs de vos électeurs. En tant que débutante en politique, vous devriez chercher à établir des liens solides avec les résidents de votre circonscription. Le fait d'écouter les préoccupations de vos électeurs vous aidera à le faire. Un lien solide vous aidera à continuer tout au long de votre carrière politique.

Parfois, le palier municipal est aussi un tremplin pour accéder à d'autres paliers de gouvernement. Selon la taille de votre ville, village ou région, l'emploi peut être considéré comme à temps partiel. Dans de nombreuses villes et de nombreux villages, les élus occupent leur emploi habituel tout en siégeant au conseil municipal.

Pouvoirs: Les municipalités sont créées par une loi adoptée par une province ou un territoire. Les provinces et les territoires délèguent ensuite des responsabilités à l'organe directeur municipal. En général, ces responsabilités comprennent (sans toutefois s'y limiter) :

- Superviser les services de police et d'incendie
- Répondre aux préoccupations en matière de transport local
- Financer l'éducation, les conseils scolaires et les commissions scolaires
- Planifier et développer des zones industrielles, commerciales et résidentielles
- Fournir des services publics et d'autres services

Les impôts fonciers sont la principale source de revenus des municipalités, bien que la plupart d'entre elles dépendent également du financement d'autres ordres de gouvernement. Le pouvoir des gouvernements municipaux d'adopter des lois dépend de l'approbation de la province. Cependant, les récents changements apportés à la relation entre les provinces et les municipalités dans certaines provinces permettent aux municipalités de mieux répondre aux besoins de leurs citoyens.

Structure : La structure exacte d'un conseil municipal dépend de sa taille, de sa population et de la présence ou non de plus d'un ordre de gouvernement local. Dans certaines régions rurales, les gouvernements sont à deux vitesses et comprennent une fédération de municipalités locales dans les limites d'un comté ou d'une région qui englobe plus d'un canton.

Les cantons et les villages sont généralement dirigés par un préfet ou un maire, tandis que les administrations régionales ou de comté sont dirigées par un président de conseil de comté. Le mode d'élection varie d'une municipalité à l'autre. Les conseillers peuvent être élus de façon générale ou par l'entremise d'un système de district. Les conseils de comté sont formés de membres élus des municipalités de niveau inférieur qui choisissent ensuite un président du conseil. Les maires sont habituellement élus par tous les électeurs de la municipalité.

Dans les administrations municipales, le maire préside le conseil où les conseillers des différents comtés se réunissent pour adopter des règlements, approuver des budgets et établir des politiques. Des comités du conseil sont mis sur pied pour poursuivre les politiques et surveiller les projets lorsque le conseil ne se réunit pas. Chaque conseil et comité du conseil établit son propre ordre du jour et son propre calendrier.

Engagement en matière de temps : Au niveau municipal, votre gouvernement est près de chez vous. Vous n'aurez pas à passer beaucoup de temps à parcourir de longues distances pour assister à des réunions ou à des événements. Toutefois, il y aura encore des responsabilités que vous devrez assumer et qui exigeront du temps dans votre horaire.

- En plus des réunions régulières, habituellement hebdomadaires pour les conseils municipaux et mensuelles pour les conseils régionaux, on peut vous demander de siéger à des comités spéciaux, des conseils, des commissions ou des organismes qui nécessitent un engagement important en matière de temps.
- On s'attend à ce que les conseillers et les membres du conseil assistent à chaque réunion, bien que ce ne soit pas obligatoire. Un conseiller ou un membre du conseil qui s'absente des réunions pendant une période de 60 jours consécutifs ou durant quatre réunions régulières consécutives, sans permission, sera disqualifié dans certaines provinces.
- Vous devrez assister à des conférences, à des congrès, à des séminaires, à des ateliers et à des activités de promotion de votre municipalité.

Palier provincial/territorial



ASSEMBLÉES LÉGISLATIVES CANADIENNES

Membre de l'Assemblée législative (MAL) :
Î.-P.-É., N.-É., N.-B., C.-B., SK, MB, AB, YK, T.N.-O., NU

Député provincial : Ontario

Député à la Chambre d'assemblée : T.-N.-L

Membre de l'Assemblée nationale (MAN) : QC

En tant que représentante élue au palier provincial/territorial, vous pourrez représenter les préoccupations de vos électeurs en ce qui concerne les responsabilités provinciales à l'Assemblée législative provinciale.

Pouvoirs : Les gouvernements provinciaux et territoriaux ont compétence sur l'enseignement primaire et secondaire, les impôts, les services sociaux et de santé, la propriété et les droits civils, les tribunaux provinciaux et municipaux et les institutions municipales. Les provinces ont le pouvoir législatif d'adopter et de modifier des lois et des règlements, d'établir des politiques et de mettre en œuvre des programmes dans leurs champs de compétence, et elles ont également le pouvoir d'imposer des impôts afin de recueillir des fonds pour s'acquitter de leurs responsabilités.

Les trois gouvernements territoriaux ont plus ou moins les mêmes responsabilités que les provinces, mais ils ne contrôlent pas les terres et les ressources naturelles. Les pouvoirs législatifs des territoires sont accordés par le gouvernement fédéral plutôt que garantis par la Constitution, et ils sont donc plus facilement modifiés.

Structure : Chaque province et territoire a une assemblée législative composée de députés élus et fonctionne selon un système parlementaire de gouvernement. Dans les provinces, la majorité des élus forment le parti au pouvoir dont le chef devient premier ministre. Les territoires peuvent avoir un système différent.

Engagement en matière de temps : La politique au palier provincial ou territorial exige généralement un engagement en matière de temps plus grand qu'au palier municipal. La Chambre se réunit habituellement deux fois par année pour les sessions d'automne et de printemps, qui durent chacune de deux à trois mois. Certaines législatures ont des calendriers prévisibles et prédéterminés, tandis que d'autres n'en ont pas. Vous pouvez consulter le site Web de votre Assemblée législative pour savoir quand et à quelle fréquence les élus se réunissent.

La plupart des députés participent également aux réunions des nombreux comités et comités permanents qui s'étendent au-delà des sessions de l'Assemblée législative. Étant donné que l'Assemblée législative est située dans la capitale de chaque province ou territoire, vous devrez peut-être passer beaucoup de temps à l'extérieur de votre circonscription et aussi beaucoup de temps de déplacement pour vous rendre dans votre circonscription et en revenir, selon l'endroit où elle est située. Cela peut s'additionner rapidement si vous vivez dans une région rurale qui n'est pas facilement accessible par les transports privés ou publics, ou si vous vivez dans une région plus éloignée où les conditions de déplacement sont parfois difficiles.

Les fins de semaine, les députés ont souvent l'occasion de retourner dans leur circonscription où ils passent du temps à rencontrer leurs électeurs. Il ne faut pas sous-estimer le temps requis pour les activités de la circonscription. Les citoyens de votre circonscription viendront vous voir pour diverses raisons et ils s'attendent à ce que vous trouviez une solution pour eux. Cet engagement ne devrait pas non plus être sous-évalué, car c'est grâce à ces activités que vous maintiendrez et renforcerez votre base de pouvoir afin d'être réélue aux prochaines élections générales.

Palier fédéral

À titre de députée, vous agirez à titre de législatrice, de négociatrice, d'analyste des politiques, de conférencière et de diplomate.

Pouvoirs : Le gouvernement fédéral est généralement responsable des questions qui concernent tous les Canadiens et qui transcendent les frontières interprovinciales et internationales, notamment :

- la défense
- les affaires étrangères
- la réglementation du commerce interprovincial et international
- le droit pénal
- la citoyenneté
- la banque centrale et la politique monétaire

La Chambre des communes est constitutionnellement autorisée à présenter des projets de loi portant sur la collecte ou la dépense de fonds, tandis que le Sénat possède tous les pouvoirs de la Chambre des communes, sauf celui d'adopter des mesures législatives de nature financière.

Structure : Le Parlement du Canada se compose de trois parties, soit la Reine (représentée par le gouverneur général), le Sénat (aussi appelé Chambre haute) et la Chambre des communes (aussi appelée Chambre basse). La Chambre des communes est composée de 338 députés élus pour représenter la population de leur circonscription. Le Sénat est composé de 105 sénateurs nommés par le gouverneur général sur recommandation du premier ministre.

Engagement en matière de temps : Les exigences de temps au niveau fédéral sont souvent les plus importantes. Habituellement, les circonscriptions sont assez éloignées d'Ottawa et, par conséquent, les déplacements sont un élément important de l'horaire de tous les députés. La Chambre siège habituellement de septembre à décembre, et de février à juin, cinq jours par semaine, jusqu'à vendredi après-midi, pour permettre aux députés de se rendre dans leur circonscription. On s'attend à ce que les députés consacrent du temps aux affaires de leur circonscription une fois qu'ils y retournent. De nombreux députés doivent également remplir des fonctions au sein d'un ou de plusieurs comités, sous-comités, comités permanents et comités mixtes, ou à titre de ministre ou de secrétaire parlementaire d'un ministre.

Partis politiques

À moins que vous n'ayez l'intention de vous présenter comme candidate indépendante ou au niveau municipal (la plupart des municipalités au Canada n'ont pas de partis politiques), il est essentiel que vous choisissiez le parti avec lequel vos points de vue et votre image de marque concordent le plus étroitement, sachant qu'il n'y a probablement aucun parti avec lequel vous êtes entièrement d'accord. Regardez le programme du parti et d'autres documents de politique. On peut trouver tous ces renseignements sur le site Web du parti. Parlez aux membres du parti pour avoir une idée de leurs désirs pour l'avenir du parti. En tant que candidate partisane, vous devrez travailler en harmonie avec le parti et ses priorités publiques. Appuyez-vous le chef actuel du parti? Vous devrez faire campagne en son nom une fois la candidature proposée.

Vous pouvez également travailler ou faire du bénévolat pour un candidat ou un parti politique. Cela vous fournira des renseignements précieux sur le déroulement d'une campagne, vous mettra en contact avec des personnes qui peuvent vous aider à poursuivre une carrière politique, à démontrer vos compétences et à rehausser votre profil. De plus, en devenant membre d'un parti politique, vous pouvez participer aux congrès du parti et avoir la possibilité d'influencer la politique en présentant une résolution ou en appuyant une résolution.

Associations de circonscription et associations de circonscription électorale locales

Une fois que vous avez déterminé votre affiliation partisane, il est important de faire des recherches sur l'association de circonscription électorale locale, parfois aussi appelée association de circonscription. Une association de circonscription électorale ou une association de circonscription est un groupe de bénévoles partisans qui représentent localement le parti national, provincial ou territorial. Les membres de ce groupe ont une structure organisationnelle officielle avec un président et des membres exécutifs élus aux assemblées générales annuelles.

Les activités des associations de circonscription électorale ou des associations de circonscription peuvent varier considérablement selon le parti et la circonscription. Les associations de circonscription électorale ou les associations de circonscription n'ont pas toutes un grand nombre de bénévoles actifs, il est donc important de déterminer le type de ressources qu'elles peuvent ou non avoir afin que vous puissiez planifier en conséquence.

L'association de circonscription électorale peut être très impliquée dans la recherche et la mise en candidature d'un candidat. En devenant une membre active de votre association de circonscription électorale locale, non seulement serez-vous mieux en mesure de bâtir votre réseau partisan local, mais vous aurez aussi une meilleure idée des délais de mise en candidature.

Processus de mise en candidature

Aussi appelé « course à l'investiture », c'est le moment où vous vous présentez à l'association de circonscription électorale d'un parti politique en tant que personne intéressée à se présenter à une élection à venir.

Les partis ont souvent un processus de « feu vert » ou de « vérification », que vous devez suivre avant même de pouvoir présenter votre candidature. Les partis et les associations de circonscription électorale locales ont aussi beaucoup de contrôle sur le moment des courses à l'investiture, la date limite pour les nouvelles adhésions et d'autres règles pour la course. Communiquez avec l'association de circonscription électorale locale afin de participer à ces discussions ou au moins d'être informée des décisions, des exigences, des dates clés et des échéances prévues.

Une mise en candidature est votre premier test à savoir si vous pourrez être élue. Vous devrez organiser, mobiliser et faire voter vos partisans. Vos partisans doivent être

des membres en règle du parti. Vous aurez l'occasion de vendre vos adhésions au parti politique à vos partisans avant la date limite. Il sera essentiel de mobiliser votre vote. Au moment de la mise en candidature, tous les membres locaux inscrits se réunissent pour voter pour leur candidat préféré.

Si votre association de circonscription électorale vous choisit comme candidate, vous pourrez vous présenter aux élections. Vous aurez alors le plein appui de l'association de circonscription électorale de votre parti pour vous aider à gagner les élections, y compris les fonds recueillis par l'association de circonscription.

Admissibilité : Tout citoyen canadien âgé de plus de 18 ans qui est admissible à titre d'électeur peut se présenter comme candidat. Vous n'êtes pas toujours tenue d'être une électrice inscrite ou de résider dans la circonscription que vous représentez. Vérifiez soigneusement les critères pour le palier municipal. Par exemple, dans certaines municipalités, vous devez avoir résidé dans la municipalité en question pendant au moins six mois avant les élections.

Obstacles systémiques

Malheureusement, nous n'avons pas encore atteint l'égalité entre les genres en politique canadienne et il est possible que vous rencontriez des obstacles systémiques en cours de route vers le succès politique. Même si vous êtes hautement qualifiée, vous ne serez peut-être pas sollicitée par votre parti comme candidate aux prochaines élections, ou il est possible que vous pensiez que vous n'avez pas une chance égale, si vous avez été sollicitée. Mais il y a des gens, des ressources et des organisations comme À Voix Égales qui travaillent à éliminer ces obstacles systémiques.

- Le harcèlement sexuel demeure un véritable problème sur la scène politique canadienne. Un récent sondage mené auprès de députées a révélé que plus de la moitié d'entre elles avaient été victimes d'au moins une forme d'inconduite sexuelle et que presque autant avaient fait l'objet de commentaires inappropriés en ligne. À Voix Égales travaille sur cette question depuis de nombreuses années et, grâce à ce travail, toutes les assemblées législatives du Canada ont maintenant des politiques sur le harcèlement sexuel en place, de sorte que le harcèlement sexuel est inacceptable et entraîne des conséquences.
- Nous savons que les femmes en politique font toujours l'objet d'une attention négative de la part des médias sociaux et du grand public en raison de leur apparence, de leurs vêtements et même du son de leur voix. Cette situation est particulièrement grave pour les femmes racialisées, celles qui portent des symboles religieux visibles ou des personnes non conformes dans le genre. Demandez à des membres de votre équipe de campagne ou de votre réseau de soutien personnel de dénoncer ce type de comportement inacceptable et de le faire disparaître, et envisagez de demander aux gens de vous protéger contre ce type de commentaire négatif et inacceptable pour ne pas vous distraire de votre campagne.
- Les femmes sont plus susceptibles d'être interrompues lorsqu'elles prennent la parole dans le cadre de débats ou d'autres événements auxquels participent les candidats. Assurez-vous de connaître le temps alloué à chaque candidat lors de débats. Si votre adversaire a l'habitude de vous interrompre pendant les débats, quelqu'un de votre équipe peut parler au modérateur du débat avant l'événement.
- Le fait que les femmes aient ou non des enfants est également sujet à des jugements deux poids, deux mesures. Si les femmes ont des enfants, elles doivent répondre à plus de questions que les hommes sur la façon dont elles gèrent la politique et la parentalité. Si elles n'ont pas d'enfants, on leur demande constamment pourquoi et si elles peuvent quand même comprendre les problèmes auxquels font face les familles. Quelle que soit votre situation familiale, élaborez un énoncé concis sur la façon dont elle vous prépare bien à la politique et à représenter votre collectivité.
- Il est important de reconnaître la dynamique liée au genre de la collecte de fonds et des possibilités d'accès aux ressources financières. L'écart salarial entre les genres et l'écart salarial des personnes racialisées continue d'exister au Canada, même si les écarts en matière d'éducation et de participation au marché du travail diminuent au fil du temps. Cet écart salarial entre les genres peut avoir une incidence sur votre capacité de prendre du temps non rémunéré pour faire campagne. Cela pourrait aussi avoir une incidence sur votre possibilité de solliciter des dons auprès de votre réseau. Si votre réseau professionnel ou social est composé principalement d'autres femmes, les salaires traditionnellement plus bas et les taux de pauvreté peuvent réduire le montant de la contribution monétaire à laquelle vous pouvez vous attendre pour votre campagne. Votre équipe de campagne devrait comprendre un groupe diversifié de collecteurs de fonds qui peuvent s'adresser à différentes communautés pour appuyer votre campagne.

Vous représentez un facteur clé dans la déconstruction de ces obstacles systémiques. Lorsqu'un plus grand nombre de femmes se présentent comme candidates, vous y compris, les femmes ont plus de chances d'être élues. Avec plus de femmes élues, la politique sera ainsi perçue comme un lieu d'appartenance des femmes. Faites connaître votre intérêt pour la politique, faites la promotion active de vos qualifications et demeurez à l'affût d'une occasion d'inscrire votre nom sur un bulletin de vote.

Autres obstacles

Une partie du succès de votre campagne consistera à relever efficacement les défis au fur et à mesure qu'ils se présenteront. Comptez sur votre équipe pour vous aider à les gérer. Tous les défis qui se présenteront ne seront pas nécessairement de votre responsabilité. D'autres défis seront plus personnels pour vous, par exemple si votre parent tombe malade. Parfois, il se produit des choses que vous ne pouvez pas prévoir, mais vous devriez réfléchir à votre situation personnelle et à la façon d'atténuer les répercussions des défis qui sont susceptibles d'émerger pendant la campagne en ce qui concerne vos finances personnelles, votre santé, votre logement, votre transport, vos relations et d'autres facteurs.

ACTIVITÉ : CHOISIR VOTRE PODIUM

Quels enjeux vous préoccupent ?

Prenez quelques notes sur les meilleurs moyens de régler les problèmes que vous avez cernés. Jetez ensuite un coup d'œil à la plateforme ou aux résolutions stratégiques des partis auxquels vous pourriez adhérer. Parlent-ils de ces questions? Comment l'approche des partis correspond-elle à ce que vous croyez être la meilleure stratégie?

Si vous êtes déjà affiliée à un parti politique ou avez pris cette décision, vous pouvez utiliser cet espace pour identifier les enjeux qui sont importants pour vous et les approches de votre parti et des autres partis politiques (ou vous-même et vos adversaires au niveau municipal). Cela peut aider à façonner vos messages, vos réfutations et l'approche globale de la campagne!

Les enjeux fédéraux qui me passionnent le plus :

COMMENT LES PARTIS POLITIQUES CORRESPONDENT À MES CONVICTIONS SUR MES TROIS PRINCIPAUX ENJEUX FÉDÉRAUX :					
LE PROBLÈME ET MA CONVICTION (par exemple : politique fiscale — je crois qu'il est possible de réduire les impôts)	POLITIQUE DU PARTI LIBÉRAL	POLITIQUE DU PARTI CONSERVATEUR	POLITIQUE DU NPD	POLITIQUE DU BLOC QUÉBÉCOIS (SI AU QUÉBEC)	POLITIQUE DU PARTI VERT

Les enjeux provinciaux et territoriaux qui me passionnent le plus :

COMMENT LES PARTIS POLITIQUES CORRESPONDENT À MES CONVICTIONS SUR MES TROIS PRINCIPAUX ENJEUX PROVINCIAUX ET TERRITORIAUX :

LE PROBLÈME ET MA CONVICTION (par exemple : santé — je crois que l'assurance- médicaments est importante)	POLITIQUE DU PARTI 1	POLITIQUE DU PARTI 2	POLITIQUE DU PARTI 3	POLITIQUE DU PARTI 4	POLITIQUE DU PARTI 5

Les enjeux municipaux qui me passionnent le plus :

MON PODIUM : Je veux me présenter au palier _____ pour le Parti _____

ACTIVITÉ : VOTRE EXPÉRIENCE

Il est essentiel de faire le point sur vos expériences et vos qualifications et d'en faire la liste. C'est une liste que vous pouvez consulter si vous avez des doutes, mais elle vous aidera aussi à rédiger votre argumentaire éclair et à expliquer aux membres du parti, aux électeurs et aux donateurs pourquoi ils devraient vous appuyer.

Le fait de lier votre expérience aux enjeux de votre collectivité et aux enjeux qui vous tiennent à cœur aidera les électeurs à comprendre pourquoi vous pouvez les aider à répondre à leurs préoccupations et pourquoi vous avez les connaissances et les compétences nécessaires pour faire le travail.

EXPÉRIENCE	CE QUE J'AI FAIT/COMMENT CELA M'A PRÉPARÉE POUR LA POLITIQUE	LIEN AVEC LES ENJEUX QUI ME TIENNENT À CŒUR
ÉDUCATION		
EMPLOI		
BÉNÉVOLAT		
CONSULTATIONS PUBLIQUES		
SYNDICATS OU COMITÉS		

EXPÉRIENCE	CE QUE J'AI FAIT/COMMENT CELA M'A PRÉPARÉE POUR LA POLITIQUE	LIEN AVEC LES ENJEUX QUI ME TIENNENT À CŒUR
CLUBS ÉTUDIANTS ET ÉLECTIONS ÉTUDIANTES		
CLUBS ET ASSOCIATIONS COMMUNAUTAIRES		
COMMISSIONS SCOLAIRES OU CONSEILS SCOLAIRES OU AUTRES CONSEILS		
DISCOURS EN PUBLIC		
DÉFENSE DES INTÉRÊTS ET ACTIVISME		
GROUPE EN LIGNE		
ÉVÉNEMENTS		

AMÉLIORER VOTRE VISIBILITÉ

Que vous décidiez de vous présenter maintenant ou plus tard, vous pouvez prendre des mesures pour vous faire mieux connaître et établir des liens dans votre circonscription. Le fait d'améliorer votre visibilité et de vous faire connaître dans votre circonscription sera essentiel à votre réussite politique.

Une expédition politique exige de la planification, de la préparation et de la réflexion stratégique, ce qui doit se faire en grande partie bien avant que votre nom soit inscrit sur le bulletin de vote.

Tactiques

Voici quelques tactiques clés à garder à l'esprit lorsque vous planifiez votre parcours vers une charge électorale :

1

SAISIR LES OCCASIONS

De nombreux politiciens prospères commencent leur carrière politique parce qu'ils ont saisi l'occasion de s'impliquer lorsqu'on leur en a offert. Soyez à l'affût des moments opportuns pour inscrire votre nom sur le bulletin de vote ; ils peuvent survenir de façon inattendue, mais n'oubliez pas que l'occasion peut être éphémère et ne se présenter qu'une seule fois. Sensibilisez les gens autour de vous (partisans, famille, amis) à votre intérêt à être une représentante élue. Ils pourraient être au courant des possibilités qui vous seraient bénéfiques et pourraient vous aider à élaborer une stratégie pour les saisir.

2

ANALYSER ET ÉLABORER DES STRATÉGIES

Apprenez à vous arrêter et à réfléchir à vos actions le plus souvent possible. Analysez vos émotions et leurs racines et prenez le temps de déterminer comment vous allez réagir. Faites confiance à votre intuition, mais assurez-vous qu'elle s'appuie sur les faits. Vous devrez déterminer un objectif précis (par exemple : gagner votre mise en candidature ou votre élection), analyser la situation et fixer un délai pour atteindre cet objectif. Lorsque vous élaborerez votre plan stratégique, visualisez une feuille de route avec la destination finale représentée par votre objectif atteint.

3

CRÉER UNE SOURCE D'INFLUENCE

Il s'agit d'un réseau de niveau supérieur. Lorsque vous entrez en politique, vous avez probablement un réseau existant de personnes de l'école, du travail, des groupes d'intérêt, des groupes communautaires, etc. Considérez ces personnes comme faisant partie de vos circonscriptions naturelles. Pour bâtir votre source d'influence, vous devrez tendre la main à ces membres de vos circonscriptions et obtenir leur appui. Considérez votre source d'influence comme le pouvoir des gens : plus il y a de gens qui vous appuient, plus votre campagne sera solide. Une campagne solide sera essentielle à votre succès lors du scrutin. Les tactiques utiles consistent à se rendre visible au public en assistant à des événements, en organisant des séances de photos et en faisant du porte-à-porte régulièrement. Plus vous serez visible au public, plus vous rejoindrez de gens avec votre message, ce qui vous donnera plus d'occasions de gagner des appuis.

4

COMMUNIQUER AVEC LES RÉSIDENTS DE VOTRE CIRCONSCRIPTION

Il sera essentiel d'établir des liens avec les électeurs de votre circonscription pour bâtir votre source d'influence. Ce sont les personnes qui résident dans votre circonscription, les vies que vous toucherez directement par vos actions politiques, et elles devraient être vos premiers partisans. Avec l'appui de vos électeurs, il est beaucoup plus facile de devenir une représentante élue. Pour se sentir liés à vous, les électeurs de votre circonscription doivent voir votre investissement personnel dans la collectivité. Faites-vous du bénévolat auprès d'organismes communautaires ? Représentez-vous des initiatives communautaires dans votre collectivité ? Connaissiez-vous les subtilités de la politique interne de vos communautés ou les conflits entre les groupes ?

Avant de vous présenter

Voici quelques méthodes éprouvées qui renforceront votre visibilité et votre crédibilité :

- Impliquez-vous dans votre communauté. Choisissez un groupe ou une organisation qui correspond à vos croyances. Visez les postes de leadership comme ceux de présidente ou de porte-parole.
- Présentez-vous pour une élection quelconque dans votre collectivité. La politique se fait partout, par exemple : dans les conseils scolaires, les associations de copropriétaires, les associations communautaires, les associations d'affaires. Même s'il n'y a pas d'élection officielle, impliquez-vous en tant que représentante.
- Impliquez-vous dans les médias locaux. Écrivez des lettres aux rédacteurs en chef. Si vous avez un domaine d'expertise particulier que votre station de télévision locale pourrait vouloir accueillir dans la programmation communautaire, offrez de venir parler à la télévision.
- Joignez-vous à un parti politique. Vous pouvez faire du bénévolat pour votre association de circonscription, pour un parti national ou régional, ou pour un candidat.
- Faites du bénévolat ou travaillez à une campagne électorale. Il y a toute une gamme de rôles qui vous aideront à perfectionner vos compétences en leadership, à vous exposer au processus électoral et à la façon dont les décisions de campagne sont prises.
- Joignez-vous à votre association de circonscription électorale. Plus vous participez à l'association de circonscription, plus vous en apprenez sur le processus de mise en candidature, plus vous avez l'occasion de tester vos compétences en leadership et plus vous avez de visibilité auprès des membres.
- Participez à des comités consultatifs municipaux ou à des processus de consultation. Ces activités vous permettront d'approfondir votre compréhension des enjeux, des processus décisionnels locaux et des diverses positions communautaires sur les enjeux.
- Participez au mouvement syndical. Le monde des syndicats reflète de bien des façons le monde de la politique et offre une bonne formation éducative aux femmes qui veulent tâter le terrain et acquérir des compétences et des connaissances qui se traduiront bien en politique à d'autres paliers.

Stratégie et plan de communication

Tout au long de votre campagne, de l'annonce initiale jusqu'au jour du scrutin, vous participerez à de nombreuses activités, comme des collectes de fonds, des campagnes de porte-à-porte, des appels téléphoniques, des événements communautaires, des occasions de prendre la parole et des activités médiatiques planifiées (entrevues, conférences de presse, des émissions-débats, etc.).

Vous avez peut-être un objectif et un message clé, mais vous aurez certainement de nombreux auditoires, alors vous devrez adapter votre message. Gardez ces personnes et ces groupes à l'esprit lorsque vous élaborerez votre plan de communication pour vous assurer que vous pensez à tout. Voici les principaux auditoires avec lesquels vous traiterez :

- | | |
|--|---|
| ■ Les partisans de votre parti, le cas échéant | ■ Les personnes qui ne votent habituellement pas |
| ■ Les partisans de votre collectivité | ■ Les adversaires |
| ■ Les électeurs indécis | ■ Les médias : journalistes, chroniqueurs, éditorialistes, façonneurs d'opinion (qui peuvent devenir des partisans tiers) |
| ■ Les électeurs qui appuient traditionnellement votre adversaire | |

N'oubliez jamais que votre campagne se déroule dans un contexte particulier, à la fois personnel et social. Assurez-vous d'analyser clairement les éléments de base de ce contexte pour vous assurer que votre message et vos activités sont sur la bonne voie.

Voici quelques-unes des questions de base sur lesquelles vous et votre équipe devez vous appuyer pour élaborer le plan de communication et évaluer ses chances de réussite :

- | | |
|---------------------------------------|--|
| ■ Pourquoi êtes-vous candidate ? | ■ Avez-vous ce qu'ils recherchent ? Qui sont vos partisans tiers ? |
| ■ Qui sont les électeurs potentiels ? | ■ Qui sont vos adversaires (candidats et leaders d'opinion) ? |
| ■ Où sont-ils ? | |
| ■ Que recherchent les électeurs ? | |

Le ton de votre campagne doit être cohérent, de la formulation de vos messages au style et au contenu de vos produits, à l'attitude de vos porte-parole et à votre participation aux activités. C'est autant votre signature que les mots que vous utilisez et les photographies sur votre matériel.

Divisez votre plan de communication en **trois phases** afin d'établir les tâches à accomplir et de vous assurer que votre objectif, vos messages, vos produits et vos activités sont cohérents tout au long du processus.

Court terme	La première phase couvre l'organisation de votre mise en candidature ou de votre campagne électorale, l'annonce initiale et le positionnement de votre campagne.
Moyen terme	La deuxième phase couvre la période entre votre annonce initiale et le début de votre campagne. Cela peut aller de quelques semaines à un an ou plus. Il est important de toujours rester concentrée sur votre objectif principal et votre message, mais de continuer à réviser vos données de recherche et de sondage.
Long terme	La troisième phase couvre la mise en candidature ou la campagne elle-même. Si vous remportez la mise en candidature, votre plan de communication devrait être étendu pour inclure également la campagne électorale.

Votre objectif est d'informer le public de vos idées, de vos objectifs et de votre campagne en général (comme les communiqués de presse, les lettres à la rédaction, les articles pour les publications hebdomadaires et les lettres et messages que vous enverrez à diverses personnes pendant votre campagne). Votre équipe et vous devrez rédiger des communiqués de presse tout au long de votre campagne. Pour ce faire, tenez compte des conseils suivants :

- Tenez-vous en à un seul message clé.
- Présentez l'histoire sous un angle intéressant.
- Incluez des citations, s'il y a lieu.
- Souvenez-vous des cinq questions clés d'une histoire : qui, quoi, où, quand et pourquoi.
- Réfléchissez au moment de la diffusion.
- Racontez l'histoire, pas seulement les faits.
- Gardez l'histoire accrocheuse.
- Restez positive.
- Créez de la visibilité, attirez des électeurs et récompensez les partisans (par exemple : dépliants, affiches, t-shirts, macarons, affiches de terrain, etc.).

Rédaction de discours

Le fait de rédiger un bon discours exige de la compétence, de la patience et beaucoup de révision. Réfléchissez à ces conseils avant de rédiger votre prochain discours :

- Écrivez votre discours au complet ; cela vous aidera à élaborer un message cohérent tout au long du discours et facilitera la modification et l'organisation de vos pensées.
- Notez toutes vos réflexions pertinentes pendant votre première ébauche sans vous inquiéter de la longueur, puis retournez en arrière et révisez, peaufinez et révisez à nouveau jusqu'à ce que vous ayez un script avec lequel vous êtes raisonnablement à l'aise.
- Si vous n'êtes pas certaine de ce que vous dites, ne le dites pas.
- Les citations peuvent être une source d'information pertinente. Lisez la citation textuellement.
- Demandez-vous : « Quelqu'un d'autre pourrait-il faire ce discours exact ? » Si la réponse est « oui », abandonnez ce que vous avez fait et recommencez, en y intégrant davantage de vos propres expériences, opinions et recommandations.
- Calculez le temps qu'il vous faudra pour prononcer votre discours. Cela vous aidera à vous assurer de respecter la durée requise.

Sollicitation

.....

Remarque : Pendant la pandémie de COVID-19, veuillez vous assurer de suivre en tout temps les lignes directrices de santé publique relatives aux contacts en personne. Ces lignes directrices sont là pour vous protéger et protéger votre collectivité. De plus, le fait de ne pas suivre les lignes directrices pourrait devenir un scandale politique dont vous ne voulez pas.

La campagne porte-à-porte demeure le meilleur moyen de rejoindre les électeurs. Rien ne remplace le contact personnel. Quelle que soit la stratégie que vous choisissiez, l'expérience a démontré que les électeurs veulent voir la vraie personne, et non le discours électoral habituel. Transmettez votre message vous-même.

Il existe de nombreux outils de distribution, notamment la campagne porte-à-porte, les envois postaux ciblés, les annonces à la radio et à la télévision, les courriels, le télécopieur, les médias sociaux et votre site Web. Le choix d'un outil dépend du type de message que vous livrez (imprimé, verbal, visuel) et du public que vous prévoyez rejoindre.

Votre site Web et vos plateformes de médias sociaux seront parmi les outils de distribution les plus importants pour votre message.

Conseil : Les sollicitateurs et les sollicitantes de votes peuvent transporter tous les documents qu'ils désirent : votre biographie, des photos de vous et de vos partisans, des communiqués, des discours, des articles d'opinion et le calendrier des événements importants. Si vous choisissez de distribuer ces documents, il est important de les examiner régulièrement pour vous assurer que votre message est communiqué de façon uniforme.

Graphiques : Assurez-vous que la taille et la couleur de la police sont visibles et dans les langues parlées dans votre circonscription.

ACTIVITÉ : VOTRE PRÉSENTATION ÉCLAIR

Dans les exercices précédents, vous avez indiqué les raisons pour lesquelles vous voulez vous présenter, ainsi que les expériences et les connaissances qui feront de vous une bonne candidate. Consultez ces raisons à nouveau pour développer votre argumentaire éclair.

Qui je suis

Ce que je fais et comment je suis engagée dans la collectivité

Ce pour quoi je suis candidate/ce pourquoi je prévois être candidate

Pourquoi je suis candidate/quelle différence je veux faire

Y a-t-il quelque chose qui vous rend unique, qui vous distingue comme candidate potentielle ?

Maintenant, regroupez ces renseignements dans un bref argumentaire éclair.

Lisez-le encore et encore, enregistrez-vous et regardez la vidéo. Si vous parlez mille mots par minute, essayez de nouveau et ralentissez. Écoutez bien ce que vous dites, est-ce que vous vous répétez ? Utilisez-vous les mêmes mots à quelques reprises ? Jouez avec le texte et tentez de trouver une façon de rendre le ton plus naturel et authentique. Faites l'essai de votre discours avec votre famille et vos amis et demandez-leur des commentaires honnêtes.

ACTIVITÉ : VOTRE RÉSEAU

Avez-vous travaillé ou participé à...

	OUI, ACTUELLEMENT	OUI, DANS LE PASSÉ	QUI EST-CE QUE JE CONNAIS GRÂCE À CETTE EXPÉRIENCE ET À QUI PUIS-JE M'ADRESSER AU SUJET DE MA CAMPAGNE ?
CONSEILS D'ADMINISTRATION D'ENTREPRISES OU D'ORGANISMES SANS BUT LUCRATIF			
ASSOCIATIONS COMMUNAUTAIRES			
CLUBS PHILANTHROPIQUES			
CONSEILS DE PARENTS OU CONSEILS SCOLAIRES			
POLITIQUE UNIVERSITAIRE			
SYNDICAT OU ORGANISATION SYNDICALE			
GROUPE CONFESSIIONNEL			
ÉVÉNEMENTS SPÉCIAUX DANS VOTRE COLLECTIVITÉ			
ÉVÉNEMENTS CULTURELS			
ÉQUIPES SPORTIVES OU RÉCRÉATIVES			
VOTRE ASSOCIATION DE CIRCONSCRIPTION ÉLECTORALE LOCALE			
BÉNÉVOLAT DE CAMPAGNE POLITIQUE			
AUTRES			

MÉDIAS ET MÉDIAS SOCIAUX

Le choix du moment est essentiel à la réussite des relations avec les médias. Vous ne pouvez jamais garantir ce qui se passera le jour où vous convoquerez une conférence de presse ou enverrez un communiqué de presse. Votre histoire sera peut-être complètement perdue. Des renseignements substantiels sont également essentiels aux relations avec les médias. Les journalistes et les rédacteurs ne sont pas là pour vous faire de la publicité gratuite. Ils cherchent des histoires. Trouvez les histoires d'intérêt humain, ou d'autres, qui appuient votre vision, documentez-les et fournissez l'information aux médias. Aidez-les à en faire une nouvelle. Il y a de fortes chances qu'ils racontent votre histoire.

Médias traditionnels

Le fait d'entrer dans l'arène politique signifie que toute votre vie, y compris votre famille, pourrait être sous les projecteurs. Cela peut être stressant pour certains membres de la famille, ainsi que pour vous-même. Discutez de cette question avec votre famille et vos amis proches avant de commencer votre campagne. Élaborez des stratégies que vous pouvez utiliser pour maintenir un certain niveau de confidentialité pendant votre campagne. Retirez votre numéro de téléphone à la maison de l'annuaire, gardez votre famille à l'écart des yeux du public autant que possible et faites appel à votre personnel comme première ligne de contact avec les médias.

Pendant votre campagne, vous serez presque certainement invitée à faire des entrevues avec les médias. La meilleure façon de se préparer aux entrevues avec les médias est de s'exercer, de s'exercer et de s'exercer encore. Demandez à un ami, un voisin ou un membre de votre équipe de s'exercer à vous poser des questions. Utilisez un langage simple que tout le monde peut comprendre.

Répondre aux questions

Vous devrez répondre à des questions qui seront directes, difficiles et pertinentes. Ces questions peuvent provenir de la circonscription, de groupes d'intérêts spéciaux, d'adversaires, de membres du personnel, d'intervenants et des médias. Vous devrez effectuer des recherches sur les enjeux importants pour votre circonscription et préparer des réponses aux questions qui vous seront probablement posées. Faites des recherches détaillées pour que vous puissiez bâtir votre réponse sur un contenu solide et vérifiable. Vous devriez également simuler ces situations en demandant à des membres de l'équipe d'agir à titre de journaliste ou de membres de votre circonscription. En général, vous aurez peut-être moins de 10 secondes pour faire valoir votre point de vue. Suivez ces trois étapes importantes pour préparer des réponses courtes, efficaces et directes :

1. Accordez trois secondes pour votre réponse. Votre réponse doit être simple et honnête.
2. Accordez 5 secondes pour votre message. C'est ici que vous appuyez votre déclaration préliminaire avec des faits pertinents, expliqués dans un langage clair et simple.
3. Accordez deux secondes pour votre conclusion. Cette phrase conclut ce qui précède et donne une phrase-choc. C'est l'impact que vous voulez avoir sur un public plus large, au-delà de la personne devant vous.

Reliez chaque étape à des ponts comme « et », « cependant » et « à ce propos ». Les trois étapes sont tout aussi importantes, car une seule d'entre elles peut être reprise par la personne qui pose la question et utilisée dans la presse écrite ou en ligne ou diffusée par bouche-à-oreille.

Traitement des questions vagues

Si quelqu'un vous pose une question à la suite d'une déclaration, d'une accusation ou d'une formulation imprécise, il vaut toujours mieux apporter des précisions. Utilisez les cinq questions de base (qui, quoi, où, quand, pourquoi) pour clarifier la question. Demandez des exemples précis. Commencez votre réponse en reformulant la question ou le problème sous forme de question. Demandez à la personne qui vous pose la question de confirmer que vous avez bien identifié la question posée. Répondez en suivant le guide de 10 secondes ci-dessus.

Questions explosives et/ou émotives :

Une question explosive vous sera probablement lancée par un adversaire. La question émotive viendra probablement d'une personne qui a vraiment peur, qui est en colère ou qui est énervée. Dans un contexte public, vous pourriez être bombardée de ces deux types de questions. Les deux questions comporteront des mots déclencheurs qui donnent le ton explosif et/ou émotif. Votre stratégie consiste à : **1)** reformuler la question dans un énoncé dont vous avez retiré les mots déclencheurs, **2)** répondre immédiatement et avec assurance. L'objectif est de désamorcer la question ou l'énoncé en enlevant l'émotion.

Vous pourriez être confrontée à des questions ou à des affirmations qui contiennent des distorsions flagrantes des faits et/ou des attaques directes contre votre crédibilité personnelle. Ne laissez pas ces distorsions passer inaperçues. Répondez immédiatement et sans équivoque pour remettre les pendules à l'heure avec un refus ferme et une correction très claire.

Conseil : Habituellement, les journalistes à la radio ou à la télévision ne prennent pas d'extraits d'un discours. Préparez un extrait de cinq à dix secondes pour résumer votre message à l'intention du journaliste après le discours, si vous voulez qu'il soit diffusé.

Porte-parole

Vous êtes la principale porte-parole de votre campagne, mais d'autres personnes parleront aussi en votre nom, soit votre gestionnaire de campagne, votre président-e des communications et tous les bénévoles qui vous soutiennent sur le terrain, concernant les collectes de fonds, le porte-à-porte, les appels téléphoniques, les réponses au courrier, etc. Vous devez établir des lignes directrices très claires sur les porte-parole de votre campagne.

Suivi et analyse des médias

Demeurez constamment consciente de la façon dont votre message est reçu par les électeurs, les médias et les façonneurs d'opinion. Cela comprend également le fait d'être au courant de l'information concernant vos adversaires. Assurez-vous d'avoir des copies de leur matériel de campagne dès que possible.

Votre équipe doit suivre de près ce qui est dit dans les médias numériques et imprimés, dans les contacts de porte à porte et dans les réunions privées. Cela vous permettra de relever les tendances parmi les électeurs, les médias et les influenceurs. Cela vous permettra également d'être au courant des questions auxquelles vos bénévoles doivent répondre pendant la campagne et d'élaborer les réponses appropriées pour eux.

Conseils pour les entrevues et les réunions :

- Soyez prête (assurez-vous de bien connaître vos messages clés).
- Si vous ne connaissez pas la réponse à une question, dites-le. Vous pourrez transmettre la réponse plus tard, avant la date limite.
- Si on vous pose une question à laquelle vous ne pouvez pas répondre, dites simplement que vous n'êtes pas en mesure de fournir cette information et expliquez pourquoi.
- Lorsque vous répondez à une question, dites d'abord ce qui est le plus important, puis développez votre pensée.
- Ne traitez jamais plus de trois messages à la fois. Cela risque de confondre les gens et de faire en sorte qu'ils ne se souviennent pas de votre message clé.

Comptes de médias sociaux de campagne

Votre campagne établira des comptes de médias sociaux et vous devrez nommer un membre de l'équipe de campagne pour les gérer. Si vous vous portez candidate pour un parti politique, le parti vous fournira probablement des modèles pour ces comptes, ainsi que des messages fondés sur des politiques, de sorte que votre présence dans les médias sociaux corresponde aux objectifs généraux de la campagne du parti. Il sera avisé de combiner ces messages sur les politiques avec des messages vous concernant dans la collectivité, la participation à des événements et des photos avec votre équipe de campagne pour transmettre l'élan et l'enthousiasme qui entourent votre campagne.

Même s'il faut beaucoup de temps pour gérer les comptes de médias sociaux, le contenu devrait être assez simple si vous suivez les lignes directrices de votre parti.

Comptes personnels

Avant de vous lancer dans une campagne politique, il est important que vous teniez compte de vos comptes de médias sociaux personnels et de leur contenu. Selon le niveau de fonction auquel vous vous présentez et vos antécédents dans les médias sociaux, certaines personnes vous recommanderont d'effacer de vos comptes personnels le contenu potentiellement problématique ou de désactiver ou supprimer entièrement vos comptes.

De plus, certains partis politiques, au cours de leur processus de vérification, auront déjà passé en revue votre contenu et pourront vouloir modifier ou supprimer certains contenus ou comptes avant d'approuver votre candidature. Vos comptes de médias sociaux personnels peuvent aussi contribuer à déterminer si un parti politique vous approuvera ou non comme candidate, avant même que vous ayez commencé votre campagne.

Par conséquent, une bonne chose à garder à l'esprit en tout temps, même avant que vous ayez pris la décision de vous présenter, c'est que l'Internet existe pour toujours. Tout ce que vous publiez ou avez affiché en tout temps, même sur des comptes personnels ou privés, pourrait être mis en lumière et utilisé pour vous détourner de vos efforts pour vous porter candidate à une élection.

Cela dit, le fait d'avoir affiché quelque chose de douteux dans le passé ne devrait pas vous dissuader de vous présenter aux élections à l'avenir.

Si vous êtes candidate pour un parti politique et que vous passez par le processus de vérification d'un parti, il est important d'être honnête. Ce n'est pas parce que vous avez dit quelque chose dans votre jeunesse (ou plus récemment) que vous serez disqualifiée de la mise en candidature. Toutefois, si vous êtes au courant d'un problème potentiel et que vous n'êtes pas honnête lorsque vous soumettez vos documents de candidature, le parti pourrait s'en servir pour vous renvoyer, le cas échéant. De nombreux partis politiques peuvent aussi vous aider à élaborer une stratégie pour éviter ou gérer toute publicité négative qui pourrait découler d'une erreur du passé.

Quel genre de contenu est inapproprié ou douteux ?

Cette question est très personnelle et concerne également le programme que vous avez l'intention de poursuivre en tant que représentante élue.

En général, les éléments suivants pourraient poser problème pendant une campagne :

1. Les photos, commentaires ou publications concernant des activités illégales auxquelles vous avez participé, que vous avez appuyées ou que vous avez encouragées
2. Les photos, commentaires ou publications prenant position sur un sujet ou un enjeu qui va à l'encontre de la position de votre parti politique respectif ou qui pourrait contredire votre plateforme personnelle
3. Les photos, commentaires ou publications qui pourraient être perçus comme démontrant un manque de jugement ou un comportement irresponsable (particulièrement en ce qui concerne la consommation excessive d'alcool ou de drogues)

C'est une bonne idée de parler au parti de vos comptes de médias sociaux avant de vous présenter. Les responsables du parti pourront probablement être en mesure de vous fournir des conseils ou de l'aide d'une manière plus personnelle pour vous, la campagne et vos objectifs communs dans une campagne.

Supprimer, désactiver ou effacer ?

Si les responsables d'un parti politique ne vous fournissent pas de conseils, particulièrement dans le cadre d'une campagne pour une élection municipale, vous devrez prendre une décision personnelle sur la façon de gérer vos comptes de médias sociaux personnels. En fin de compte, de nombreux candidats choisissent d'adopter une approche de « mieux vaut prévenir que guérir » et de désactiver ou supprimer des comptes personnels, au moins pour la durée de leur campagne.

Toutefois, si vous avez un nombre d'abonnés important sur vos comptes personnels, vous pouvez décider de les utiliser pour mobiliser vos réseaux pendant votre campagne. Avant de prendre cette décision, il est essentiel que vous vous demandiez :

1. Ya-t-il du contenu dans vos médias sociaux qui pourrait avoir une incidence importante sur votre campagne ?
2. Dans quelle mesure êtes-vous à l'aise avec l'idée que vos comptes de médias sociaux deviennent publics ? (Cela comprend les photos personnelles et familiales, les mises à jour ou tout autre contenu qui peut être visible seulement pour une liste précise d'amis, mais qui pourrait être partagé publiquement)
3. Comment traiterez-vous les demandes de nouveaux amis ou de nouveaux abonnés pendant la campagne ?

Remarque : Ce n'est pas parce qu'un compte a été supprimé que le contenu a disparu pour toujours.

ACTIVITÉ : COMPTES DE MÉDIAS SOCIAUX PERSONNELS

	TWITTER	FACEBOOK	INSTAGRAM	AUTRES
NOMBRE D'ABONNÉS				
MES PARTISANS APPUIERONT-ILS MA CAMPAGNE POLITIQUE ?				
EST-CE QUE J'ACCEPTERAI DE NOUVEAUX ABONNÉS À MON COMPTE PENDANT LA CAMPAGNE ?				
AI-JE CONSULTÉ TOUTES MES PUBLICATIONS POUR EXAMINER LE CONTENU ANTÉRIEUR ?				
QUELS SONT LES AVANTAGES DE GARDER MON COMPTE PERSONNEL ACTIF ?				
QUELS SONT LES RISQUES LIÉS AU MAINTIEN ACTIF DE MON COMPTE PERSONNEL ?				
DÉCISION : DEVRAIS-JE GARDER CE COMPTE ACTIF POUR LA CAMPAGNE OU ME CONCENTRER SUR LES COMPTES DE LA CAMPAGNE ?				

MOBILISER UNE ÉQUIPE

Le fait de bâtir une équipe solide sera essentiel à votre succès aux bureaux de scrutin. Que vous organisiez une campagne dans un contexte rural ou urbain, dans une communauté petite ou grande, le type de membres de l'équipe dont vous aurez besoin sera souvent semblable. N'oubliez jamais qu'un membre de l'équipe peut accomplir plus d'une tâche.

Votre équipe de mise en candidature

Vous pouvez commencer à réunir votre équipe de mise en candidature dès que vous décidez de présenter votre candidature. Cette équipe aura besoin d'un ou d'une gestionnaire de campagne, d'un trésorier ou d'une trésorière et peut-être d'un coordonnateur ou d'une coordonnatrice des adhésions et d'un conseiller ou d'une conseillère en communications. Les membres de votre équipe agiront tous comme votre comité stratégique. En général, ces personnes assument leurs responsabilités au-delà du processus de mise en candidature tout au long de la campagne électorale.

Les tâches de cette équipe de mise en candidature comprennent, sans toutefois s'y limiter :

- S'assurer que toutes les exigences d'inscription sont respectées
- S'assurer du respect de l'ensemble des règles de financement
- Élaborer votre stratégie de campagne de mise en candidature
- Élaborer un budget à l'appui de la stratégie

Votre équipe de campagne

Votre équipe de campagne sera beaucoup plus grande que votre équipe de mise en candidature et devrait être mise en place plusieurs mois avant le jour du scrutin.

Essayez de recruter des gens qui ont de l'expérience organisationnelle, que ce soit en gestion d'entreprise, en politique ou par l'entremise de groupes communautaires ou d'autres organisations. Les personnes avec ce type d'expérience ont tendance à mieux comprendre comment une campagne doit fonctionner, même si c'est la première fois qu'elles s'impliquent politiquement. Toutefois, toute aide que vous pouvez obtenir est précieuse et bon nombre de ceux qui viendront vous appuyer auront des compétences transférables.

Vous devrez également établir un comité stratégique ou directeur, désigner des président-es de sous-comités de campagne et recruter un grand nombre de bénévoles. Les principaux membres de votre comité stratégique ou directeur sont généralement les membres de votre équipe de mise en candidature. Votre comité stratégique ou directeur travaillera avec vous à l'élaboration de votre stratégie et de votre budget de campagne.

Selon la portée et le budget de votre campagne, vous pourriez avoir plus ou moins de gens dans votre équipe et certains pourraient assumer plus d'un rôle. Dans la plupart des cas, votre équipe est surtout composée de bénévoles. Ne vous inquiétez pas si vous n'avez pas les ressources nécessaires pour toute l'équipe. Toutes les campagnes ne nécessitent pas que tous les rôles soient remplis. Formez une équipe adaptée à votre campagne. Par exemple, si vous n'avez pas de bureau, vous n'avez pas besoin d'un ou d'une gestionnaire de bureau.

Votre rôle : En tant que candidate, vous serez sous les projecteurs avant, pendant et après votre campagne. Toutefois, au cours d'une campagne de mise en candidature, vous faites souvent une grande différence en tant qu'individu, c'est-à-dire votre personnalité, vos qualifications et votre plateforme. Votre équipe n'est pas là à cause d'une politique ou d'une idéologie politique; elle est là à cause de vous. Vos partisans vous examineront en tant qu'individu, puisque vous n'avez pas encore obtenu l'appui du parti. On s'attend à ce que vous convainquiez les gens d'acheter une carte de membre d'un parti, de venir à une réunion et de voter pour vous. Le processus de mise en candidature est souvent plus gratifiant personnellement pour la candidate que l'élection elle-même. Si vous gagnez, ce n'est pas à cause du parti ou de son chef, c'est à cause de vous.

Voici une liste de postes possibles pour la campagne. Chaque campagne variera, et les titres de postes peuvent également varier considérablement d'un parti, d'une région ou d'un palier de gouvernement à l'autre.

GESTIONNAIRE DE CAMPAGNE

Le ou la gestionnaire de campagne veille à ce que la vision et les objectifs de la candidate soient atteints pendant la campagne. Il s'agit d'un emploi à temps plein qui commence quelques semaines avant la campagne et se poursuit tout au long de celle-ci. Il ou elle doit :

- ▶ Aider la candidate à élaborer sa plateforme, y compris des documents de communication
- ▶ Recruter et gérer l'équipe de campagne
- ▶ Déterminer les tâches précises et leur date d'achèvement
- ▶ Planifier un budget temporaire et prendre des dispositions pour les paiements par dépôt
- ▶ Faciliter les demandes initiales de financement
- ▶ Diriger l'élaboration d'une liste d'envoi principale
- ▶ Organiser le rassemblement de lancement
- ▶ Effectuer des tâches administratives
- ▶ Formuler des critiques constructives, fermement au besoin, mais toujours discrètement

PRÉSIDENT-E DES FINANCES

Le président ou la présidente des finances recueille le plus d'argent possible au moyen de dons de particuliers et d'entreprises. Il ou elle doit :

- ▶ Identifier, contacter et rencontrer les donateurs potentiels
- ▶ Faire un suivi auprès des personnes qui ont indiqué qu'elles étaient disposées à offrir du soutien
- ▶ Rappeler aux donateurs les crédits d'impôt, le cas échéant
- ▶ Suivre les gains et les revers avec le trésorier ou la trésorière

TRÉSORIER OU TRÉSORIÈRE

Le trésorier ou la trésorière est responsable du budget et doit veiller au respect de celui-ci et de toutes les exigences en matière de rapports. Il ou elle doit :

- ▶ Gérer le budget, payer les factures
- ▶ Établir une politique stricte sur les paiements, les reçus et l'utilisation de la petite caisse (on encourage les chèques plutôt que l'argent comptant)
- ▶ Ouvrir un compte bancaire avec un cosignataire, responsable des dépôts et des retraits

PRÉSIDENT-E DE LA RECHERCHE

Le président ou la présidente de la recherche s'occupe de toutes les recherches liées à votre campagne. Il ou elle doit :

- ▶ Former un comité pour aider à la recherche
- ▶ Demander les horaires des autres candidats
- ▶ Obtenir des renseignements sur les campagnes des adversaires
- ▶ Lire de la documentation générale, des rapports et des plateformes sur des enjeux pour acquérir des faits et des chiffres qui appuient la position de la candidate
- ▶ Aider à la rédaction d'exposés de position et de communiqués de presse

PRÉSIDENT-E DES BÉNÉVOLES

Le président ou la présidente des bénévoles s'occupe de la gestion de vos bénévoles, un poste aussi appelé coordonnateur ou coordonnatrice des bénévoles. Il ou elle doit :

- ▶ Déléguer les tâches en fonction des renseignements fournis par les personnes sur les cartes de participation
- ▶ Recruter des bénévoles supplémentaires si nécessaire
- ▶ Créer une base de données des noms des bénévoles et de ce qu'ils peuvent faire

PRÉSIDENT-E DES ÉVÉNEMENTS

Le président ou la présidente des événements coordonne les activités de la candidate pour optimiser l'utilisation de son temps. Il ou elle doit :

- ▶ Suivre le calendrier des activités et fixer des dates pour les séances de rencontre avec la candidate
- ▶ Prendre des dispositions pour les commanditaires et les emplacements
- ▶ Élaborer des feuilles d'inscription pour obtenir du soutien
- ▶ Préparer des instructions pour les commanditaires et les livrer avant les allocutions
- ▶ Faire des suggestions sur l'aménagement de la salle (la candidate doit être visible pour tous), les porte-noms, les présentations, les rafraîchissements (avant et après la présentation)
- ▶ Travailler avec les commanditaires pour dresser la liste des invités
- ▶ Inviter les partisans de la région aux réunions
- ▶ Tenir des listes de participants à l'événement

PRÉSIDENT-E DU TRANSPORT

Le président ou la présidente du transport est responsable d'organiser les besoins en matière de transport de votre équipe de campagne. Il ou elle doit :

- ▶ Recevoir les noms des conducteurs du président ou de la présidente des bénévoles et les noms des personnes qui ont besoin de covoiturage de la part du représentant ou de la représentante des bureaux de scrutin
- ▶ Organiser, assigner et offrir du covoiturage

PRÉSIDENT-E DE L'AFFICHAGE

Le président ou la présidente de l'affichage est responsable de tous les panneaux et affiches de campagne. Il ou elle doit :

- ▶ Vérifier les limites légales pour les panneaux et les lois locales régissant l'utilisation des poteaux et des arbres pour les affiches et les panneaux
- ▶ Commander des panneaux commerciaux et des affiches de terrain ou former un comité de bénévoles pour les confectionner
- ▶ Communiquer avec les propriétaires de propriétés commerciales et les résidents pour obtenir la permission d'afficher des affiches
- ▶ Élaborer une stratégie de mise en place d'affiches pour démontrer l'élan de la campagne
- ▶ Retirer les affiches après les élections

PRÉSIDENT-E DES ACTIVITÉS DE SENSIBILISATION

Le président ou la présidente des activités de sensibilisation est responsable d'organiser les activités de sensibilisation et de rayonnement de la campagne et élaborer une stratégie de sensibilisation et de rayonnement de la campagne. Il ou elle doit :

- ▶ Déterminer le nombre de résidences à visiter et le nombre de secteurs dans la circonscription
- ▶ Planifier les dates de début et de fin de la sollicitation
- ▶ Vérifier les résultats des élections précédentes pour identifier les zones dans lesquelles les électeurs sont indécis
- ▶ Identifier les représentant-es des bureaux de scrutin
- ▶ Organiser des séances de formation à l'intention des représentant-es des bureaux de scrutin et des sollicitateurs et sollicitatrices sur les procédures de sollicitation et d'élection ou de mise en candidature, le vote par anticipation, le vote par procuration
- ▶ Obtenir les listes électorales du directeur ou de la directrice du scrutin généralement quatre semaines avant le jour du scrutin
- ▶ Organiser un comité pour établir et numéroté les itinéraires de marche (environ 4 heures pour 50 maisons)
- ▶ Tenir des réunions hebdomadaires avec les président-es de secteur pour maintenir l'enthousiasme
- ▶ Superviser les activités de scrutin le jour de l'élection et analyser les résultats pour déterminer les résultats de la candidate dans chaque sondage

PRÉSIDENT-E DES COMMUNICATIONS

C'est un rôle important qui peut être assumé par une ou plusieurs personnes. Souvent, le parti aide à créer des comptes de médias sociaux et fournit des modèles et du contenu pour les médias sociaux. Il ou elle doit :

- ▶ Traiter les demandes des médias et planifier les entrevues
- ▶ Établir des comptes de médias sociaux pour la campagne
- ▶ Établir un calendrier pour les médias sociaux, publier régulièrement sur les médias sociaux et répondre aux demandes de renseignements sur les médias sociaux
- ▶ Établir les priorités et le budget en matière de publicité
- ▶ Élaborer une stratégie de communication comprenant le slogan, la conception et l'exécution d'activités médiatiques payantes et gratuites, la conception et le contenu de dépliants, d'autocollants de pare-chocs, de macarons
- ▶ Trouver des rédacteurs et, au besoin, des traducteurs
- ▶ Conserver des fichiers ou des communiqués originaux, des discours et des copies d'entrevues et d'annonces à la radio et à la télévision
- ▶ Prendre des dispositions pour que des bandes ou des lettres d'appui soient utilisées dans divers médias
- ▶ Gérer le matériel affiché sur le site Web de la candidate

GESTIONNAIRE DE BUREAU

Le ou la gestionnaire de bureau doit gérer les opérations du bureau de campagne. Il ou elle doit :

- ▶ Trouver un endroit convenable, installer des téléphones, prendre des dispositions pour l'éclairage, l'eau, les clés, les meubles, la papeterie, les fournitures pour le café, des assurances contre le feu et le vol, et les services publics
- ▶ Déterminer le nombre de bénévoles nécessaires pour les tâches de bureau
- ▶ Obtenir les listes de circonscription, les cartes, le nombre d'électeurs inscrits et les bureaux de scrutin
- ▶ Établir un système de classement
- ▶ Établir un fonds de petite caisse
- ▶ Élaborer des tableaux pour tout (organisation de la campagne, travailleurs, emplacements des affiches, listes de sollicitation, numéros de téléphone, listes de personnes-ressources, etc.)
- ▶ Surveiller la distribution de la documentation, des affiches et des activités de sollicitation
- ▶ Préparer les scrutateurs et les scrutatrices
- ▶ Préparer des graphiques par bureau de scrutin pour consigner les résultats des élections par candidat

REPRÉSENTANT-E DES BUREAUX DE SCRUTIN

Le représentant ou la représentante des bureaux de scrutin fait de la sollicitation aux bureaux de scrutin pendant la campagne et est responsable de favoriser le plus de votes possible le jour de l'élection ou de la mise en candidature. Il ou elle doit :

- ▶ Choisir des résidents fiables du bureau de scrutin qui sont disposés à faire de la sollicitation
- ▶ Envoyer une liste des solliciteurs et des solliciteuses à l'équipe de campagne
- ▶ Faciliter la formation des solliciteurs et des solliciteuses
- ▶ Vérifier les progrès des solliciteurs et des solliciteuses
- ▶ Informer le président ou la présidente de secteur lorsqu'un itinéraire est terminé
- ▶ Veiller à ce que tous les partisans votent
- ▶ Coordonner une opération éclair d'appels téléphoniques du bureau de scrutin pour offrir des services de transport et de garde d'enfants
- ▶ Inscire les partisans de la candidate sur la liste électorale
- ▶ Maintenir les pressions jusqu'à la dernière minute
- ▶ Être à l'intérieur du bureau de scrutin lorsqu'il ferme, rester pour le dénombrement, vérifier le décompte et téléphoner au bureau central
- ▶ Rassembler les assistants et assister à la fête de la victoire
- ▶ Fournir au bureau central les noms et adresses de tous les assistants pour les lettres de remerciement

COORDONNATEUR OU COORDONNATRICE DU JOUR DES ÉLECTIONS

Il s'agit d'un rôle énorme, aussi appelé coordonnateur ou coordonnatrice d'« incitation à voter ». Le travail du coordonnateur ou de la coordonnatrice du jour des élections consiste à s'assurer que les gens qui veulent voter pour vous sortent vraiment voter, en coordonnant les opérations le jour des élections et en travaillant en étroite collaboration avec les représentant-es des bureaux de scrutin. Il est recommandé que cette personne ait de l'expérience comme scrutateur ou scrutatrice. Il ou elle travaille en étroite collaboration avec les représentant-es des bureaux de scrutin pour :

- ▶ Faire en sorte que des assistants téléphonent aux électeurs et frappent à leur porte
- ▶ Organiser et former les scrutateurs et les scrutatrices
- ▶ Préparer une liste de conducteurs pour conduire les électeurs au bureau de scrutin

RESPONSABLE DE LA CANDIDATE

Cette personne est avec la candidate tous les jours. Il ou elle doit :

- ▶ Assister à des événements avec la candidate
- ▶ Assurer le transport (parfois conduire la candidate à des événements)
- ▶ Apporter ce dont la candidate a besoin pour les événements (documentation, formulaires d'inscription des bénévoles, etc.)
- ▶ S'assurer que la candidate ne passe pas trop de temps à discuter avec chaque électeur, en faisant avancer la candidate au besoin
- ▶ S'assurer que la candidate a des pauses pour manger et pour aller aux toilettes et qu'elle a du temps personnel

ACTIVITÉ : FORMER VOTRE ÉQUIPE

Votre association de circonscription électorale vous aidera à former votre équipe de campagne, et il y a souvent des personnes qui jouent le même rôle pour une association de circonscription électorale depuis de nombreuses années. Utilisez l'expérience inestimable de ces personnes. Par exemple, un président ou une présidente de l'affichage d'expérience connaît déjà toutes les meilleures intersections pour installer des panneaux et sait qui a des camions pour les transporter. Cependant, tous les membres de votre équipe n'ont pas besoin d'avoir une expérience de la campagne, et il est important d'apporter de nouveaux visages et de nouvelles idées à votre équipe de campagne. Vous devriez être entourée de gens en qui vous avez personnellement confiance, surtout lorsque ces gens parlent en votre nom. Commencez à penser aux personnes qui pourraient se joindre à votre équipe. Certaines personnes peuvent être en mesure de remplir plus d'un rôle :

RÔLE	PERSONNE QUI OCCUPERA LE POSTE	PERSONNE DE REMPLACEMENT
GESTIONNAIRE DE CAMPAGNE		
PRÉSIDENT-E DES FINANCES		
SECRÉTAIRE		
TRÉSORIER OU TRÉSORIÈRE		
PRÉSIDENT-E DE LA RECHERCHE		
PRÉSIDENT-E DES BÉNÉVOLES		
PRÉSIDENT-E DES ÉVÉNEMENTS		
PRÉSIDENT-E DU TRANSPORT		
PRÉSIDENT-E DE L'AFFICHAGE		
PRÉSIDENT-E DES ACTIVITÉS DE SENSIBILISATION		
PRÉSIDENT-E DES COMMUNICATIONS		
GESTIONNAIRE DE BUREAU		
REPRÉSENTANT-E DES BUREAUX DE SCRUTIN		
COORDONNATEUR OU COORDONNATRICE DU JOUR DES ÉLECTIONS		
RESPONSABLE DE LA CANDIDATE		
AUTRES		

FINANCEMENT ET COLLECTE DE FONDS

Le financement de votre mise en candidature ou de votre campagne électorale est essentiel à la réussite de votre campagne. Il est important de se tenir au courant des dernières règles en matière de financement, des stratégies de collecte de fonds et des techniques de budgétisation.

Règles de financement des campagnes électorales

Avant de demander ou de recevoir des dons, vous devez vous assurer de bien connaître les règlements financiers qui s'appliquent aux campagnes de mise en candidature et aux campagnes électorales. Il y a des éléments clés dont vous devez être au courant en ce qui concerne le financement électoral. Il est important de savoir :

- la différence entre les règles qui s'appliquent aux candidates à l'investiture et aux candidates aux élections
- les limites qui s'appliquent aux cotisations
- qui peut ou ne peut pas contribuer
- les limites qui s'appliquent aux dépenses de campagne de mise en candidature
- les limites qui s'appliquent aux dépenses pendant une élection
- la période définie pour l'acceptation des cotisations

Certaines candidates préfèrent ne pas connaître l'identité de tous ceux qui ont contribué à leur campagne. Toutefois, à moins que votre président-e de collecte de fonds ne soit personnellement au courant de chaque personne qui a fait un don à votre campagne, il est recommandé de divulguer toute l'information afin d'éviter toute surprise déplaisante.

Les règles de financement évoluent constamment, alors assurez-vous d'examiner celles qui s'appliquent à votre campagne immédiatement avant de vous lancer dans la course. Vérifiez auprès de votre parti toutes les restrictions possibles concernant les contributions des particuliers, des sociétés ou des syndicats, par une association non constituée en personne morale, faites directement aux candidates à l'investiture ou à un parti enregistré et à ses associations de circonscription électorale enregistrées, aux candidates d'une élection qui ne sont pas candidates d'un parti enregistré, et les dates de début et de fin s'appliquant aux contributions.

Collecte de fonds

Vous devriez également apprendre ce qu'il en coûte pour mener une campagne réussie au palier et dans la circonscription où vous vous présentez. Vous pouvez trouver ces renseignements en consultant les documents électoraux de la dernière élection.

L'action de recueillir des fonds pour réussir est l'un des aspects les plus difficiles de l'élection d'une représentante élue. La persévérance et un plan de collecte de fonds bien élaboré seront essentiels pour recueillir des fonds pour votre campagne.

DRESSEZ TROIS LISTES DE PERSONNES À QUI VOUS DEMANDEREZ DES CONTRIBUTIONS.

- 1)** Sur votre première liste, inscrivez les noms de tous vos proches : famille, famille élargie et amis. Cette liste peut compter jusqu'à 100 noms, parfois plus, parfois moins.

Vous, la candidate, devriez être la seule à solliciter les personnes sur cette liste. Cela peut se faire dans le cadre d'une réunion en personne ou au téléphone et, le cas échéant, ce premier contact doit être suivi d'une carte ou d'un appel téléphonique rappelant à la personne son engagement à fournir des fonds pour votre campagne.

- 2)** Sur votre deuxième liste, inscrivez les noms de tous ceux que vous connaissez bien, mais desquels vous êtes un peu moins proche que ceux de la première liste, soit les collègues, les membres d'associations ou de conseils d'administration auxquels vous appartenez, les fournisseurs, les partenaires d'affaires, etc. Vous devriez pouvoir trouver au moins 100 autres noms.

Vous, la candidate, devriez faire le premier appel aux personnes de cette deuxième liste.

3)

Sur votre troisième liste, inscrivez les noms de toutes les autres personnes que vous connaissez, ou que votre famille et votre équipe connaissent, soit des entreprises, des professionnels, des leaders communautaires, etc. Cette liste devrait inclure toutes les personnes qui ont fait des dons aux campagnes de votre parti au cours des 10 dernières années. Une fois que vous avez établi cette liste, vous devez déterminer qui communiquera avec quel donateur potentiel, quand et comment.

En consultation avec votre président-e de collecte de fonds et votre gestionnaire de campagne, vous pouvez choisir d'envoyer une lettre personnalisée à chacune de ces personnes indiquant qu'un appel suivra. Vous, la candidate, pouvez faire l'appel, ou l'un de vos partisans connaissant cette personne pourrait faire l'appel initial, suivi d'un appel de vous.

Votre partisan pourrait dire quelque chose du genre : « Je vous appelle parce que j'appuie la candidature de (votre nom) à titre de (conseillère, députée provinciale, députée [...]) parce que je crois vraiment à ce qu'elle veut faire et à sa capacité de réaliser ses promesses. En fait, j'ai personnellement fait un don de (montant) pour l'aider. Je vous appelle, en tant qu'ami (ou collègue), pour vous demander de faire un don pour l'aider à gagner cette campagne. »

La règle du jeu est que la candidate doit toujours être celle qui fait la demande directe. Le président ou la présidente de la collecte de fonds et d'autres partisans clés peuvent assurer un suivi au besoin.

L'outil de collecte de fonds le plus efficace consiste à appeler des personnes et de dire : « Je veux vraiment me faire élire parce que (votre vision ou votre objectif) et je dois recueillir des fonds pour le faire. J'espérais que vous souhaiteriez peut-être me soutenir avec une contribution financière quelconque. » La façon la moins efficace de recueillir des fonds est simplement d'envoyer une lettre. Il y a habituellement, au mieux, une réponse de 5 %.

Trouvez des personnes qui savent solliciter des fonds pour travailler à votre campagne de collecte de fonds. Ne demandez jamais à un ami qui n'est pas à l'aise de solliciter de l'argent de faire une collecte de fonds pour vous. Il est difficile d'annuler l'impact d'une personne réticente à l'idée de solliciter des fonds.

N'oubliez pas de dire merci ! Les notes et les cartes de remerciement sont une touche personnelle importante.

Conseil : N'acceptez pas de dons en espèces. Il y a des règles concernant le montant des dons qui peuvent être faits en espèces, souvent jusqu'à concurrence de 20 \$ ou 50 \$, mais il est toujours préférable de demander un chèque ou un don en ligne pour avoir un dossier de la transaction. Tous les membres de votre équipe doivent connaître les règles entourant les dons en espèces. Malheureusement, les membres des campagnes de certains de vos adversaires peuvent tenter de vous piéger en demandant à un bénévole d'entrer dans votre bureau de campagne et d'offrir un don de 100 \$. Si votre équipe l'accepte, vous pourriez être signalée aux fonctionnaires électoraux.

Budgets

Votre budget est extrêmement important. L'un de vos principaux objectifs devrait être de ne pas accumuler une énorme dette au cours de la course à l'investiture ou de la campagne électorale. Votre agent-e officiel-le est responsable de toutes les exigences financières de votre mise en candidature et de votre campagne électorale et doit déterminer les dates de début et de fin de la divulgation officielle des dépenses. Il ou elle veillera à ce que vous respectiez votre budget. Lors de l'élaboration d'un budget, il est important d'inclure les éléments suivants :

- Frais de dépôt
- Location de locaux à bureaux
- Frais de déplacement (en particulier pour l'incitation à voter de la journée des élections)
- Téléphone/éclairage/chauffage/eau
- Location de matériel (ordinateurs, télécopieurs, photocopieurs, etc.)
- Papeterie/fournitures de bureau
- Dotation en personnel
- Petite caisse
- Lettres de sollicitation (impression/papeterie/affranchissement)
- Dépliants
- Carte postale préélectorale avec indication de l'endroit où voter
- Photographies
- Radio/télévision
- Publicités dans les médias sociaux
- Macarons/autocollants
- Toile/brochure
- Panneaux/affiches
- Nourriture pour les bénévoles
- Publipostage

Conseils :

- Assurez-vous de séparer votre budget de mise en candidature et votre budget de campagne. La loi l'exige.
- Consacrez une partie considérable de votre budget au jour de la mise en candidature ou au jour des élections.
- Assurez-vous que votre trésorier ou votre trésorière tienne un registre quotidien des dépenses et des dons.
- N'oubliez pas que l'objectif de votre gestionnaire de campagne est de gagner, tandis que l'objectif de votre trésorier ou de votre trésorière est d'équilibrer le budget et de respecter les exigences juridiques pour déclarer les dons et les dépenses. Il peut y avoir des tensions entre les responsables des deux rôles pour respecter ces deux objectifs.

ACTIVITÉ : SOURCES DE SOUTIEN

Il est important de déterminer vos sources de soutien et vos relations actuelles. Cette liste servira de liste de possibles électeurs, bénévoles, travailleurs de campagne et, bien sûr, donateurs. Le fait d'identifier vos sources de soutien peut également vous aider à déterminer les lacunes que vous devriez commencer à combler.

Énumérez toutes les personnes que vous connaissez grâce aux organisations et aux événements auxquels vous avez participé. Vous n'avez pas besoin de savoir tout de suite si ces personnes vous donneraient de l'argent ou si elles appuieraient votre campagne. Énumérez-les toutes (continuez sur une autre page si vous manquez d'espace).

Dressez la liste des membres de votre famille et de vos amis. Les amis et la famille peuvent vouloir afficher une affiche sur leur terrain, faire un don de 20 \$ (ou 200 \$!) et faire du porte-à-porte avec vous.

Qu'en est-il du travail, de l'école, des groupes communautaires? De nombreux collègues voudront peut-être vous appuyer lorsqu'ils apprendront que vous êtes candidate.

Remettez ces listes à votre gestionnaire de campagne et à votre président-e de la collecte de fonds et établissez conjointement un plan pour approcher toutes ces personnes.

PROCHAINES ÉTAPES : SE LANCER

Si vous avez des doutes ou vous demandez si vous avez les compétences, l'expérience et les connaissances nécessaires pour être élue, vous n'êtes pas seule.

On sait aussi que les femmes sont beaucoup plus susceptibles de douter de leurs qualifications et d'attendre d'être bien préparées avant même de penser à se présenter.

Élaborer votre stratégie de campagne

Si vous êtes prête à vous présenter, votre stratégie de campagne assurera le bon déroulement et le succès de votre campagne. Voici quelques étapes clés pour guider votre équipe dans l'élaboration de votre stratégie :

1. Définissez clairement votre circonscription ou votre quartier. Cela comprend la démographie, les limites, les principaux employeurs, la répartition des bureaux de scrutin, les autorités locales, les élus de tous les paliers de gouvernement, les groupes d'intérêts spéciaux et les médias.
2. Définissez votre profil en tant que candidate. Identifiez vos forces, vos objectifs et vos faiblesses, en particulier toute information qui pourrait être utilisée contre vous.
3. Faites des recherches ou des sondages. Découvrez s'il y a une hiérarchie politique dans votre circonscription ou votre quartier, quels sont les problèmes que les gens ont à l'esprit, quelle est la position de la population sur ces questions, quels sont les problèmes importants pour vos adversaires, où vous pouvez recueillir des fonds, etc.
4. Rédigez un message ou un slogan. Créez un message qui sera efficace tout au long de votre campagne.
5. Assurez-vous de connaître toutes les règles et tous les règlements.
6. Créez un calendrier indiquant les dates et les événements importants.
7. Déterminez les objectifs et les tâches à court, moyen et long terme. Il s'agit notamment d'embaucher des gens, de créer du matériel, d'organiser des événements et d'établir des étapes en matière de communication.
8. Communiquez avec vos partisans potentiels. Recherchez des occasions de financement et de communication avec les médias dans vos réseaux.

DATES IMPORTANTES À CONNAÎTRE :

- Journée de mise en candidature
- Date limite de retrait
- Attestation de mise en candidature
- Période de la campagne
- Dates du vote par anticipation
- Jour du scrutin
- Dernier jour pour demander le recomptage
- Fin de la campagne
- Date limite de dépôt des documents financiers

Exemple de calendrier de campagne

SEMAINE 8

- Établir un bureau central officiel
- Conférence de presse/entrevue de lancement
- Distribuer les tâches aux bénévoles

SEMAINE 7

- Rassemblement de lancement
- Poster les lettres de sollicitation
- Annoncer le communiqué de presse
- Organiser des dîners, des déjeuners et des café-causeries
- Le comité stratégique se réunit.
- Rencontre avec les médias (éditeurs ou autres)
- Préparer la stratégie du jour des élections

SEMAINE 6

- Communiqué de presse
- On commence à afficher les macarons et les autocollants de pare-chocs.
- Le comité stratégique se réunit.
- Suivi continu des lettres de sollicitation

SEMAINE 5

- Organiser les rencontres avec la candidate
- Dîners et déjeuners
- Planifier les dates des envois de documents

SEMAINE 4

- Communiqué de presse
- Le comité stratégique se réunit.
- Suivi continu de la collecte de fonds
- Rassemblement des préposés au scrutin
- Début des réunions de tous les candidats
- On commence à remarquer des affiches sur les terrains des résidents.
- Affichage des panneaux publicitaires

SEMAINE 3

- Communiqués de presse sur les enjeux en cours
- Le comité stratégique se réunit.
- Communiquer de nouveau avec les personnes qui ont promis une contribution, mais qui ne l'ont pas encore envoyée
- Réunion de tous les candidats
- Un scrutateur ou une scrutatrice est nommé-e pour chaque bureau de scrutin
- Les candidates font de la sollicitation dans les zones où les électeurs sont indécis.
- Début de la publication des annonces dans les journaux
- Début de la sollicitation en porte-à-porte

SEMAINE 2

- Communiqués de presse sur les enjeux en cours
- Le comité stratégique se réunit.
- Réunion de tous les candidats
- La sollicitation en porte-à-porte se poursuit.
- Distribution des prospectus
- Les candidates font de la sollicitation.
- Messages à la radio et à la télévision
- Publicités dans les journaux
- Obtenir tous les justificatifs d'identité nécessaires pour le directeur ou de la directrice du scrutin

SEMAINE 1

- Communiqués de presse sur les enjeux en cours
- Le comité stratégique se réunit.
- Campagne de cartes postales
- La sollicitation en porte-à-porte se poursuit.
- L'énergie de la candidate est dirigée vers les initiatives les plus productives.
- Messages à la radio et à la télévision
- Publicités de promotion

JOUR DES ÉLECTIONS

- Assurez-vous que tous vos employés votent.
- Assurez-vous de voter si vous ne l'avez pas déjà fait. C'est une excellente occasion pour les médias!
- Coordonner la campagne téléphonique auprès des partisans connus pour offrir des services de transport et de garde d'enfants
- Organiser le transport vers les bureaux de scrutin

APRÈS LES ÉLECTIONS

- Fête de la victoire
- Envoyer des lettres de remerciement
- Démanteler l'organisation, conserver tous les dossiers pour la prochaine élection
- Rapport financier





À Voix Égales Canada

130 rue Albert Street, Suite 1410 | Ottawa, Ontario | K1P 5G4
T 613.236.0302 | info@equalvoice.ca

Pour en savoir plus sur À Voix Égales :
www.avoixegales.ca

Suivez-nous



[EqualVoiceCA](https://www.facebook.com/EqualVoiceCA)



[@EqualVoiceCA](https://twitter.com/EqualVoiceCA)



[Equal-Voice](https://www.linkedin.com/company/Equal-Voice)



[@EqualVoiceCA](https://www.instagram.com/EqualVoiceCA)