

# Planifier votre campagne



**ÉCOLE de CAMPAGNE**  
pour les femmes

# Introduction

Maintenant que vous avez décidé de vous présenter ou avez obtenu une investiture, il est temps de commencer à planifier votre campagne. Il y a de nombreux éléments à considérer – cette brochure comprend des considérations pratiques, des conseils et des outils pour commencer. Une bonne campagne commence par un bon plan!

Cela commence aussi avec une bonne équipe. Cette brochure met en évidence les différents rôles et soutiens qui peuvent vous aider à donner vie à votre stratégie de campagne, ainsi que les éléments clés du parcours de la campagne – du démarchage à la collecte de fonds, en passant par les communications et l'engagement médiatique.

Pour certains candidats, la collecte de fonds est l'un des aspects les plus difficiles de la campagne, tandis que pour d'autres, c'est le démarchage et la rencontre du plus grand nombre d'électeurs possible sur le pas de la porte.

Avec un plan solide, vous serez en mesure d'anticiper les défis, de vous assurer que vous disposez de suffisamment de temps et de ressources, et de réunir une équipe à la hauteur de l'ambition de votre stratégie de campagne.

Cette brochure comprend plusieurs feuilles de travail et outils de planification pour vous aider à élaborer votre plan, à estimer votre budget et à élaborer un message solide.

**Tout au long de votre campagne, saisissez toutes les occasions de répéter votre point de vue sur les enjeux et, si tout échoue, répétez-le encore une fois. Laissez vos électeurs apprendre à vous connaître et à connaître ce que vous représentez.**



Commencez la planification  
**1 an** avant l'élection.

Confirmez l'équipe de campagne  
**6 mois** avant l'élection.

**Le plus tôt vous décidez de vous présenter aux élections, le mieux c'est.** Dans la mesure du possible, un délai entre six mois et un an vous donne assez de marge de manœuvre. Votre équipe de campagne devrait être en place six mois avant le déclenchement de l'élection. Cependant, il se peut que vous ne sachiez pas quand une élection sera déclenchée, donc il est avantageux de planifier votre campagne à l'avance.

# Constituer votre équipe

Il est essentiel d'identifier les bonnes personnes pour combler les postes clés et créer votre équipe de campagne. Vous aurez besoin de personnes engagées, dévouées, dignes de confiance, travailleuses et capables de consacrer beaucoup de temps bénévolement à la campagne.

Il peut y avoir une équipe de campagne déjà disponible dans les cas où un parti tend la main et demande à un candidat de se présenter. Dans certaines campagnes, des travailleurs du parti venant d'autres provinces sont amenés à aider les circonscriptions locales.

Faites appel à des personnes issues d'un large éventail de groupes et d'organisations communautaires pour travailler au sein de votre équipe afin de vous assurer une représentation large et diversifiée au sein de votre circonscription.

Un large soutien est crucial, et la diversité au sein de votre équipe améliorera votre base de soutien et améliorera votre compréhension des différentes perspectives sur les enjeux.

Dans certains cas, les travailleurs reçoivent une allocation ou un salaire pour leur temps. Le fait que vous puissiez vous permettre de payer vos travailleurs dépend de l'état des finances de votre campagne.

**Il est important de se rappeler que, bien que vous recherchiez un engagement de la part de vos bénévoles, les individus ont d'autres engagements concernant le travail, la famille ou d'autres activités bénévoles, et ces engagements doivent être respectés.**

## Votre équipe de campagne : Postes et responsabilités

Une équipe de campagne efficace est essentielle à la réussite d'une campagne électorale.

- Plus vous avez de personnes qui se portent volontaires pour votre campagne électorale, plus vous pouvez toucher et identifier d'électeurs qui voteront pour vous, en vous assurant que quelqu'un sera disponible en cas de besoin.
- Un plus grand nombre de bénévoles allégera également la charge de travail et la pression, à la fois pour vous en tant que candidate et pour le reste de votre équipe de campagne.
- Selon la taille de votre campagne et le niveau de gouvernement, le nombre de personnes occupant ces postes variera.
- La composition de votre équipe de campagne dépendra de ce qui fonctionne pour vous dans votre circonscription électorale et selon vos circonstances, aussi bien qu'avec les membres de votre équipe.
- Chaque parti a un guide de l'équipe de campagne qui détaille ce qu'implique chaque poste de l'équipe de campagne.



# Postes clés de votre équipe de campagne

Les fonctions suivantes sont nécessaires, mais plusieurs fonctions peuvent être assumées par la même personne.

## **Agente officielle**

Vous devez désigner une agente officielle lorsque vous vous inscrivez comme candidate aux niveaux municipal, provincial et fédéral. Cette personne est responsable du suivi et de la présentation des dépenses et des contributions au directeur général des élections.

## **Gestionnaire de campagne**

Votre gestionnaire de campagne supervisera votre équipe de campagne et veillera à ce que la campagne se déroule aussi bien que possible en dirigeant les activités quotidiennes de la candidate. Votre gestionnaire de campagne peut également servir d'intermédiaire entre vous et le parti et l'association de circonscription.

Idéalement, votre gestionnaire de campagne sera une personne ayant une expérience politique, que vous respectez et avec qui vous vous entendez bien, qui peut vous faire des éloges et des critiques, qui est digne de confiance et qui a de bonnes compétences organisationnelles et humaines.

## **Coordonnatrice des communications**

Votre coordonnatrice des communications organisera des rendez-vous pour des entrevues avec les médias et préparera des communiqués de presse et des articles pour les journaux, la radio et la télévision, en collaboration avec la candidate, la gestionnaire de campagne et la recherchiste.

Cette personne conçoit et programme également la publicité, notamment sur le site Internet de la campagne, en plus de surveiller et d'assurer le bon fonctionnement des comptes de réseaux sociaux de la candidate.

## **Coordonnatrice des finances/ Collectrice de fonds**

Travaillant en étroite collaboration avec votre agente officielle, votre coordonnatrice financière est responsable de la comptabilité, doit être au courant des règles liées aux dépenses de campagne et, selon l'envergure de votre campagne, peut mener des collectes de fonds. Elle doit tenir des dossiers détaillés et, si possible, avoir des contacts, notamment en ce qui concerne les sources de financement potentielles.

On suggère souvent de mener à bien les activités de collecte de fonds avant même le déclenchement d'une campagne électorale.

**Recherchiste/  
Agente d'information**

Votre recherchiste et/ou votre agente d'information trouvera des documents sur des questions importantes pour votre circonscription, votre parti et votre campagne, et surveillera les articles de journaux pertinents pour votre campagne. Elle peut également aider à rédiger des documents d'information pour des discours, des forums publics et des débats, des communiqués de presse et des dépliants. Cette personne travaille souvent avec vos bases de données pour identifier le vote ainsi que les partisans qui veulent faire du bénévolat ou mettre une pancarte sur leur pelouse.

**Coordonnatrice  
des bénévoles**

Votre coordonnatrice des bénévoles recrutera, gèrera et s'occupera des bénévoles de votre campagne électorale. Elle forme et affecte les bénévoles à des tâches et s'occupe souvent de la planification. Dans la plupart des cas, cette personne recrutera également des chauffeurs avec des véhicules qui peuvent faire du bénévolat le jour du scrutin.

La coordonnatrice des bénévoles agit parfois aussi à titre de coordonnatrice du démarchage.

**Coordonnatrice  
du démarchage**

Votre coordinatrice du démarchage trouvera et affectera des volontaires pour contacter les clients à leur domicile dans la circonscription électorale, en porte-à-porte ou par téléphone, et planifiera stratégiquement le moment et le lieu du démarchage.

Elle peut également élaborer un script de démarchage avec l'équipe de communication.

La coordonnatrice trie les renseignements recueillis par les démarcheurs et consulte l'équipe de la campagne pour mettre à jour les bases de données et planifier les mesures de suivi.

**Démarcheuse**

L'objectif principal du démarchage est d'identifier vos électeurs et faire en sorte que toutes et tous votent. Les démarcheuses déterminent où les affiches de campagne peuvent être placées et si les partisans sont disposés à faire du bénévolat. Elles partagent des informations sur les possibilités de vote par anticipation et demandent aux électrices et aux électeurs qui les soutiennent si quelqu'un a besoin d'être conduit à un bureau de vote par anticipation le jour du scrutin.

**Gestionnaire du siège social de la campagne**

Votre gestionnaire du siège social de la campagne s'occupera du bureau, y compris le réapprovisionnement des fournitures de bureau. Elle accueille souvent les invités et les bénévoles, récupère et répond aux messages sur la ligne téléphonique principale.

Selon la structure de votre campagne, elle peut gérer une base de données ou des listes d'électrices et d'électeurs pour votre campagne, ce qui est important pour identifier vos partisans et obtenir leur vote.

**Coordonnatrice du scrutin**

Votre coordonnatrice du scrutin est chargée de trouver une assesseure pour le bureau de vote et des scrutatrices, les bénévoles qui surveillent le dépouillement des bulletins de vote, pour chaque circonscription électorale ou de vote pour le jour du scrutin. Elle transmet également les chiffres définitifs au siège social de la campagne dès qu'ils sont disponibles le jour du scrutin pour un décompte non officiel des votes

**Coordonnatrice du jour de l'élection**

Votre coordonnatrice du jour de l'élection organisera les horaires des scrutatrices le jour de l'élection, s'assurera d'avoir des chauffeuses et des chauffeurs ainsi qu'une garderie pour les électrices et les électeurs qui en ont besoin, affichera les résultats du scrutin au siège social de la campagne dès qu'ils seront disponibles et organisera la fête post-électorale le soir du jour du scrutin.

## Se préparer à la campagne • Résumer la recherche

Le modèle suivant est conçu pour vous aider à rassembler toutes les informations que vous avez amassées en un seul endroit afin d'élaborer un plan de campagne complet.

**Comment décririez-vous la circonscription dans laquelle vous allez vous présenter?**

---

---

---

---

**Qui sont les électeurs dans cette circonscription?**

---

---

---

---

**Que s'est-il passé lors des élections précédentes dans cette circonscription?**

---

---

---

---

---

---

**Quels sont les facteurs/enjeux qui influenceront cette élection?**

---

---

---

---

---

---

**Qui sont vos adversaires et que défendent-ils?**

---

---

---

---

---

---

**Qu'est-ce qui vous distingue de vos adversaires?**

---

---

---

---

---

---

## Préparation à la campagne électorale • Contacter les électeurs

Les moyens les plus efficaces d'entrer en contact avec votre collège électoral peuvent différer en fonction du lieu où vous êtes. Tenez compte des données démographiques de votre région, des méthodes qui ont fonctionné dans le passé et fixez un nombre cible d'électeurs avec lesquels vous souhaitez entrer en contact.

Groupes cibles	Méthodes pour les atteindre	Objectif numérique
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____

## Définition d'un objectif

En fonction de votre circonscription et du nombre de bénévoles/employés de campagne dont vous disposez, fixez un objectif de « votes gagnés ».

La **population** totale de la circonscription est : \_\_\_\_\_

Le nombre total **d'électeurs** est : \_\_\_\_\_

Le **taux de participation attendu** pour cette élection est : \_\_\_\_\_

**Nous gagnerons si nous recevons ce nombre de votes** : \_\_\_\_\_

# Démarchage

L'une des activités les plus importantes pour tout candidat est le démarchage porte-à-porte. Un contact individuel avec l'électeur est essentiel, en mettant un visage sur votre plateforme et vos points de vue, et en permettant aux électeurs de poser des questions sur vos projets pour la communauté et votre position sur diverses questions.

Bien que de nombreuses circonscriptions soient géographiquement grandes, faites tout votre possible pour visiter chaque foyer au moins une fois. Une deuxième visite est souhaitable, en particulier dans les régions où il y a un grand nombre d'électeurs indécis.

Même si certaines campagnes incluent le démarchage par téléphone, les candidats élus ont toujours attribué leur succès au démarchage porte-à-porte.

**Faites tout votre possible pour visiter chaque foyer au moins une fois.**

## La stratégie

Généralement, les campagnes comprennent jusqu'à trois démarchages, chacun ayant un objectif différent :

- Le premier démarchage aura lieu au début de la campagne, en se concentrant sur la diffusion de la littérature et la rencontre avec vos électeurs.
- Le deuxième démarchage est votre démarchage principal et sera la principale source d'information pour permettre aux électeurs de vous identifier.
- Tenu juste avant le jour d'élection, le troisième démarchage devrait se concentrer sur les électeurs indécis et non identifiés.

Les démarchées doivent consacrer la majeure partie de leur temps avec les électrices et les électeurs qui semblent indécis ou qui pensent vous appuyer, ce qui consolide votre soutien!

Peu importe le nombre de démarchages que votre campagne peut gérer, il est crucial de se rappeler que l'objectif est d'identifier les intentions du plus grand nombre possible d'électeurs.



## Événements publics

Apprenez à connaître vos électeurs et démontrez que vous êtes engagée dans la communauté, en assistant à des événements communautaires.

Plus vous assisterez à des événements, plus vous serez en mesure d'entrer en contact avec les électeurs et de partager vos convictions et votre programme.

Cela peut être particulièrement important dans les zones rurales où il peut être difficile d'entrer en contact avec chaque électeur à cause de la taille de la région.

# Démarchage : à faire et à ne pas faire

## À faire :

**Ayez avec vous une équipe de représentants qui s'expriment bien** pour vous accompagner pendant le démarchage.

- Votre équipe doit être préparée à l'aide d'un script de démarchage, savoir qui vous êtes en tant que candidate et connaître vos principaux messages et votre programme.
- Votre équipe devrait être en mesure d'identifier les partisans qui voteront pour vous le jour du scrutin.

**Apportez des brochures** qui résument qui vous êtes et où vous on peut vous trouver. Si personne n'est à la maison, laissez les brochures dans la boîte aux lettres ou sur le loquet de la porte pour que les électeurs sachent que vous avez pris le temps de visiter leur région.

**Tenez un registre écrit** des logements que vous et votre équipe avez visités. Vérifiez et notez si les électeurs de ces maisons vous soutiendront, soutiendront votre adversaire ou resteront indécis.

Le démarchage porte-à-porte est aussi l'occasion pour vous de demander si l'électeur accepte de placer un panneau sur la pelouse en votre nom.

## À ne pas faire :

**Ne commencez pas tôt le matin, après 21 h ou à l'heure des repas.**

**Ne faites pas du porte-à-porte seul.** Une candidate ou un bénévole ne doit jamais faire du porte-à-porte seul. Soyez attentif aux considérations de sécurité, y compris au animaux domestiques, tels que les chiens. Gardez également à l'esprit que certains électeurs, qui soutiennent vos adversaires ou qui ont des attitudes sexistes ou racistes, peuvent avoir l'intention de vous accaparer pendant une longue période dans le but de vous mettre en retard lors de vos rencontres dans les autres foyers.

# Débats

La décision d'assister ou de ne pas assister à un débat réunissant tous les candidats peut être stratégique. Les électeurs et les médias s'attendent à ce que les candidates et les candidats participent à tous les débats.

Les débats donnent aux candidates et aux candidats une plateforme où ils peuvent partager leurs convictions, leur programme et leur passion avec un large public qui comprend des partisans de tous les camps.

- Préparez et pratiquez vos remarques d'ouverture, et ne dépassez pas le temps alloué.
- Demandez à vos partisans d'y assister avec des questions auxquelles vous pouvez vous préparer.
- Soyez polie et courtoise avec tout le monde tout au long de l'événement, y compris les hôtes, le personnel, les adversaires et le public.
- Gardez votre sang-froid. N'oubliez pas que les partisans de vos adversaires sont probablement dans le public et qu'ils peuvent poser des questions qu'ils savent susceptibles de vous agacer.
- Gardez vos réponses concises.
- Si vos adversaires commencent à se disputer, attendez l'occasion d'émettre calmement une remarque équilibrée. Vous serez considérée comme la voix de la raison et la meilleure personne pour faire le travail.
- À moins que vous ne répondiez à une question directe d'un autre candidat, adressez vos remarques au public.



# Combien coûtera votre campagne?

Les candidats ont généralement 3 principales sources de fonds de campagne: les contributions / dons individuels, l'investissement personnel et les contributions des partis.

Si vous êtes la candidate investie par le parti, vous bénéficierez du soutien et de l'expérience de l'organisation du parti, de ses comités de collecte de fonds et, éventuellement, de l'accès aux fonds de l'association de circonscription de votre parti qui ont pu s'accumuler depuis la dernière élection.

## Contributions : Qui et combien?

En politique municipale, les particuliers, les entreprises et les organisations peuvent faire des dons aux candidats et ne sont pas soumis à des limites de dons.

Dans la politique provinciale et fédérale, seuls les citoyens canadiens peuvent donner et donner dans des limites liées aux montants de contribution et aux conditions de résidence.

**Différentes règles de collecte de fonds s'appliquent aux différents niveaux de gouvernement. Connaissez les règles de votre niveau de gouvernement.**

## Collecte de fonds : Qu'est-ce qui fonctionne?

Selon le niveau du gouvernement et de l'organisation du parti, différentes méthodes de collecte de fonds peuvent être traditionnelles dans votre secteur.

Les ventes de garage, les ventes aux enchères, les ventes de pâtisseries, les lavages de voitures et les dîners sont autant de moyens efficaces d'amasser des fonds. Ces moyens servent également à vous présenter, vous et votre équipe, à la communauté.

Votre association de circonscription peut organiser des événements de collecte de fonds pour votre base de soutien, comme des ateliers ou des dîners.

D'autres stratégies de collecte de fonds dépendent dans une large mesure de la sollicitation directe par téléphone ou par courriel.

Les dépliants, courriels et autres documents de campagne doivent toujours inclure la possibilité de faire un don à votre campagne, et inclure l'adresse postale où les chèques peuvent être envoyés, et un site Web où les dons peuvent être faits en toute sécurité.

## Dégrèvements fiscaux

Les dons aux candidats fédéraux et provinciaux sont admissibles à des allègements fiscaux sur le revenu et sont assujettis à des limites de dons. Les dons aux candidats municipaux ne sont pas remboursables d'impôt et ne sont pas assujettis à des limites de dons.

## Élections provinciales et fédérales

Les élections provinciales et fédérales peuvent être très coûteuses et nécessiter une organisation et une stratégie de gestion qui exigent des dépenses plus importantes. Si vous avez déjà été investie pour représenter un parti lors d'une élection, vous aurez le soutien financier et les ressources de votre parti.

Ces fonds sont habituellement recueillis par l'association locale du parti en vue d'une élection à venir, de sorte que les montants disponibles dépendront du parti et de l'association de circonscription où vous serez candidate.

Assurez-vous d'être claire au sujet de votre responsabilité financière personnelle ainsi que sur les limites de la campagne et les règles associées à votre campagne d'investissement et d'élection.

Pour estimer le montant dont vous aurez besoin pour mener une campagne à bien, examinez les résultats de la dernière élection à votre niveau de gouvernement dans votre circonscription. Ces résultats comprennent des listes de dépenses des candidats réparties en catégories telles que les dépenses personnelles, la location de bureaux, les frais de déplacement, les biens fournis et la publicité. Bien que les dépenses

varient d'une circonscription à l'autre, d'un parti à l'autre et d'une personne à l'autre, vous aurez une idée générale du montant à déboursier pour être compétitive.

### **Assurez-vous de vérifier la loi électorale appropriée et les limites de dépenses établies.**

Aux élections fédérales et provinciales, les candidats qui obtiennent plus de 15 % des votes de leur circonscription électorale reçoivent un remboursement électoral de leur niveau de gouvernement. Le rabais reçu des fonds publics, comme le Fonds consolidé provincial, est basé sur le nombre d'habitants de la circonscription et le nombre de candidats qui obtiennent plus de 15 % des voix.

## Élections municipales

À l'exception des campagnes pour les mairies et les municipalités fusionnées, les campagnes au niveau municipal peuvent généralement être menées avec un budget limité.

Contrairement aux élections provinciales et fédérales, il n'y a pas de fonds de campagne de parti pour les candidats, et la collecte de fonds est presque entièrement laissée à la discrétion de la personne et de son équipe de campagne. De plus, contrairement aux dons provinciaux et fédéraux, les dons de campagne municipale ne sont pas déductibles d'impôt, ce qui peut dissuader les contributeurs financiers.

## Estimer votre budget de campagne

Déterminez quelles dépenses sont nécessaires et lesquelles ne sont pas vitales, mais qui seraient bénéfiques pour mener à bien une campagne.

Vous pouvez sélectionner tout ou une partie des éléments de cette feuille de calcul du budget de la campagne en fonction de la taille et du style de votre campagne, ainsi que du budget dont vous disposez.

**Obtenez des estimations réalistes, n’y allez pas à l’aveuglette.** Demandez à un membre de votre équipe de campagne d’appeler ou de faire des recherches en ligne pour trouver les tarifs actuels des photographes, des imprimeurs, des agences de presse, des fournitures de bureau, des compagnies de téléphone, etc. Recherchez les possibilités d’achat en gros et de prix compétitifs.

	Pré-campagne	Élection / Campagne	Post-élection	TOTAL
<b>FRAIS – DÉPENSES</b>				
<b>Matériel promotionnel</b>				
Photo(s) professionnelle(s) de la candidate				
Affiches (conception graphique et impression)				
Prospectus et dépliants				
Panneaux de pelouse				
Matériel (boutons, autocollants, stylos, etc.)				
Invitations				
Photocopies				
<b>Médias et communications</b>				
Annonces radio				
Panneaux d'affichage				
Annonces dans les journaux				
Publicité sur les médias sociaux				
Site Web (conception, coûts d'hébergement, etc.)				
Conférences de presse				
Envois postaux				
<b>Collecte de fonds</b>				
Événements				
Réunions				

	Pré-campagne	Élection / Campagne	Post-élection	TOTAL
<b>Siège social de la campagne</b>				
Location de bureaux et services publics				
Téléphones, Internet, TV/câble				
Fournitures (papier, stylos, etc.)				
Technologie de bureau (ordinateurs, imprimantes, etc.)				
Café/thé/rafraîchissements				
Timbres, envois postaux				
Dépenses reliées aux bénévoles				
Frais de personnel / consultant (selon le cas)				
<b>Contact avec les électeurs</b>				
Liste électorale				
Démarchage (porte à porte)				
Réunions de communauté				
Faire sortir le vote				
Transport				
<b>TOTAL DES DÉPENSES</b>				

<b>REVENUS</b>				
Contributions de la candidate				
Contributions du parti politique				
Dons				
Revenus des événements de collecte de fonds				
<b>TOTAL DES REVENUS</b>				

<b>TOTAL DES DÉPENSES</b>				
<b>TOTAL DES REVENUS</b>				
FLUX DE TRÉSORERIE				
ESPÈCES EN CAISSE				



**Conseil consultatif  
sur la condition féminine  
en Nouvelle-Écosse**

[women.novascotia.ca](http://women.novascotia.ca)

Copyright 2022