



Notes d'allocution pour les réunions de motivation chez Walmart

En tant qu'ambassadeur ou ambassadrice bénévole de la Croix-Rouge canadienne pour la campagne Walmart 2025, vous aurez de nombreuses occasions de rencontrer les associés et associées de votre magasin Walmart tout au long de cette campagne, que ce soit en mode virtuel ou en personne, ou les deux. Ces rencontres sont d'excellentes occasions de les informer, de les motiver et de les remercier pour leur précieuse implication dans le succès de la campagne. Elles permettent aussi de développer des liens solides pouvant inspirer les magasins à se surpasser afin de maximiser leur impact dans les communautés d'un bout à l'autre du pays. Vous trouverez ci-dessous différentes idées de discussions pour vos entretiens hebdomadaires avec les associés et associées, ainsi que de l'information pour enrichir vos rencontres. N'hésitez pas à vous les approprier : vous connaissez votre magasin mieux que quiconque.

Appel ou visite de présentation

- Présentez-vous et expliquez brièvement le rôle que vous jouerez à titre d'ambassadeur ou ambassadrice bénévole — principalement un rôle de soutien et de motivation tout au long de la campagne.
- Remerciez le gérant ou la gérante pour son implication et son leadership dans cette campagne et identifiez la personne responsable de la campagne en magasin.
- Assurez-vous que le matériel promotionnel est arrivé en bon état et en quantité suffisante, et répondez aux questions relatives à son utilisation, au besoin.
- Discutez de la manière dont le magasin souhaite participer aux réunions de motivation pour les associés et associées. Si aucune n'est prévue, n'en faites pas de cas.
- Confirmez les dates, les heures et la personne à contacter pour les réunions de motivation virtuelles ou en personne.
- Laissez vos coordonnées pour faciliter les suivis.

Exemples de réunions de motivation pour les associés et associées

L'objectif est de motiver les associés et associées, que ce soit en les sensibilisant à l'importance de cette campagne, en célébrant leurs progrès ou en faisant le point sur les résultats de la campagne. Voici quelques suggestions de rencontres auxquelles les magasins peuvent choisir de participer :

- **Lancement de la campagne** — Une excellente occasion de motiver les troupes et de susciter l'intérêt pour les semaines à venir.
- **Comptes rendus de la Croix-Rouge canadienne** — Une rencontre à mi-chemin de la campagne, en particulier durant les semaines 2 et 3, est un moyen efficace d'encourager les associés et associées, de maintenir leur enthousiasme et de leur rappeler l'impact direct de leurs efforts au sein de la communauté.

Notes d'allocution

Durant toutes vos réunions de motivation pour les associés et associées, utilisez le thème de la campagne de cette année « **Aidez-nous à changer des vies** » pour développer vos interventions. Voici quelques idées et sujets que vous pouvez utiliser à cette fin.



Réunions de lancement et de motivation

- Accueillez les associés et associées ainsi que les gérants et gérantes, et remerciez-les pour leur participation dans cette campagne.
- Présentez la campagne Walmart :
 - Walmart Canada est la principale entreprise partenaire de la Croix-Rouge canadienne (+74 M\$ de dons à ce jour).
 - 22 années de partenariat avec la Croix-Rouge; +30 années de soutien à la communauté.
 - Objectif pour 2025 : 3 M\$ + 1 M\$ supplémentaire de Walmart.
 - Objectif du magasin : (ajouter l'objectif du magasin).

Pourquoi les dons sont importants

- Les dons aident la Croix-Rouge à être prête à répondre aux urgences d'aujourd'hui et à se préparer aux menaces de demain.
- **Impact :**
 - En 2023-2024, **81 000 Canadiens et Canadiennes** ont reçu de l'aide de la Croix-Rouge grâce à Walmart Canada.
 - **Toutes les 3 heures**, la Croix-Rouge intervient à la suite d'une catastrophe au pays .
 - **1 personne sur 4 au Canada** a bénéficié du soutien de la Croix-Rouge grâce aux dons amassés par la campagne Walmart.
 - L'an dernier seulement, la Croix-Rouge canadienne est intervenue à la suite de **+29 urgences de moyenne ou grande envergure**.
 - **+2750 ménages** ont bénéficié d'un soutien personnalisé au rétablissement incluant aide à la réparation, reconstruction et adaptation des résidences aux dangers naturels.
 - **+50 500 articles de secours** ont été fournis à des personnes touchées par une catastrophe ou une urgence. P. ex. : lits pliants, couvertures, oursons, trousses d'hygiène et autres articles de première nécessité.
 - Chaque jour, la Croix-Rouge canadienne aide en moyenne **+34 personnes** touchées par un sinistre individuel, comme un incendie résidentiel.
- **Exemples de retombées des dons :**
 - 3 \$ → trousse d'hygiène pour aider une personne à maintenir sa dignité
 - 7 \$ → ourson en peluche pour reconforter un enfant
 - 13 \$ → oreiller et couverture pour une personne évacuée
 - 45 \$ → trousse de nettoyage après-sinistre
 - 60 \$ → lit pliant pour un centre d'évacuation
 - 100 \$ → produits essentiels pour deux bébés

Programme de reconnaissance des Étoiles de la campagne

- Les associés et associées ayant collecté plus de +500 \$ reçoivent un macaron et un certificat. Le suivi des étoiles n'est plus nécessaire, certains magasins ne participent pas à ce programme.



Conseils et soutien pour les associés et associées

- Quelques clients ou clientes vont refuser de faire un don, mais plusieurs vont dire OUI. **Remerciez les associés et associées de leur demander de donner.**
 - La Croix-Rouge canadienne ne pourrait pas mener ses interventions d'urgence sans la PRÉCIEUSE collaboration des associés et associées qui demandent à la clientèle de faire un don à la caisse et de tout le personnel qui organise d'autres activités de collecte de fonds.
 - Remerciez-les pour les efforts qu'ils consacrent à cette campagne extrêmement importante. La Croix-Rouge canadienne apprécie grandement tout ce que Walmart fait pour la collectivité.
 - Rappelez-leur que chaque don, si minime soit-il, compte. La Croix-Rouge canadienne est reconnaissante à chaque personne qui fait un don.
- Le port du macaron est recommandé pour afficher leur soutien (certains magasins n'en auront pas assez pour tout le personnel).
- Pour accroître la participation, l'organisation d'activités spéciales de collecte de dons en magasins est suggérée, mais non obligatoire.

Faire valoir le rôle de Walmart dans les interventions en cas de catastrophe

- Le soutien de Walmart aide non seulement à répondre aux **catastrophes à grande échelle**, mais aussi aux **sinistres locaux et individuels** dans nos communautés
- Partagez des histoires issues de votre localité ou des expériences de bénévolat afin de sensibiliser les clients et clientes

Appels ou visites de suivi hebdomadaires

- Résultats → Faites le point sur les montants recueillis (en magasin et à travers le Canada).
- Rétroaction → Demandez des commentaires de clients et clientes et répondez aux questions du personnel.
- Infolettres → Attirez l'attention sur le contenu pertinent (histoires, impact régional, etc.)
- Approfondissez la discussion (si le temps le permet) :
 - Exemples d'activités de préparation en cas d'urgence (incendies, inondations, ouragans).
 - Comment le prépositionnement d'articles de secours permet d'intervenir rapidement en cas de catastrophe.
 - Recrutement et formation de bénévoles pour les opérations de secours et de rétablissement.
 - Exemples concrets d'interventions de secours (évacuation, réunification, réponse aux besoins de base).
 - Travail de rétablissement (soutien à long terme aux familles, reconstruction).
- Conclure l'échange
 - Remerciez les associés et associées → Soulignez leur contribution dans la collecte des dons et l'organisation d'événements en magasin.
 - Offrez-leur du soutien → Rappelez-leur qu'ils peuvent compter sur vous pour répondre à toute question.



In support of / En soutien à



Canadian
Red Cross

Croix-Rouge
canadienne

Remerciement post-campagne et récapitulatif

- Donnez les résultats (échelles nationale, régionale et du magasin).
- Remerciez les associés et associés pour leur dévouement – Le soutien de Walmart change des vies.
- Demandez des commentaires sur la campagne et sur le matériel promotionnel utilisé.