

Jacket - Isabel Marant (TNT), Collier / necklace: Topshop, Coiffure / hair - Vera (Platine), Ongles / nails - Valerie (Platine), Maquillage / make-up - Véronique (MAC)



Photo: Kevin Allwood

ALISON SILCOFF

Productrice d'événements à l'échelle internationale

Producer of corporate and non-profit events

Par / by MAYA SARDOUK

Gagnante à huit reprises \ Eight times winner:
Special Events Magazine International Gala Awards
Gagnante à trois reprises \ Three times winner:
Canadian Event Industry Star Awards



Photos: Tandem Studios



À titre primé de planificatrice d'événements ayant une clientèle internationale, sur quels projets œuvrez-vous en ce moment ?

Au cours des mois de mars et d'avril, Le Bal de la Jonquille— au profit de la Société canadienne du cancer—occupe pratiquement tout mon temps. Il s'agit d'une très grande production reposant sur plus de 150 bénévoles; après tout, c'est là LE grand événement social de la saison.

D'autre part, j'ai récemment organisé un événement pour Merck (chef de file global en soins de la santé) pour 300 personnes. Nous sommes également au beau milieu de la planification de deux autres événements d'envergure (1 500 invités chacun) pour une entreprise financière basée aux États-Unis, lesquels seront à Montréal en juillet, et ce, en plus de préparer un mariage en septembre.

D'où provient votre dévouement envers la Société canadienne du cancer et comment le Bal de la jonquille a-t-il connu le jour ?

Cette cause m'a toujours été importante. Ma mère et trois de mes grands-parents sont décédés du cancer. Je porte une grande attention en faisant des choix santé par rapport à mon mode de vie (exercice, nutrition, éviter le soleil et je suis une fanatique antifumage).

Au cours de l'automne 1993, la Société canadienne du cancer a demandé à trois agences de présenter leurs idées pour une collecte de fonds qui mettraient leur cause en valeur et amasser des fonds provenant du secteur des affaires, puisqu'ils avaient très peu de visibilité et de soutien de leur part. J'ai lancé l'idée d'une réception très prestigieuse et éblouissante qui porterait le nom de leur emblème, la jonquille,

Being an award winning event planner with an international client base, what projects are you currently working on?

During the months of March and April, The Daffodil Ball — benefiting the Canadian Cancer Society — occupies virtually all my office's time. It is a very big production with more than 150 volunteers involved; it is after all THE event of the social season. On another note, I recently organized an event for Merck (a global health care leader) for 300 people. We are also in the throes of planning two other huge events (1,500 guests each) for a US-based financial company that is coming to Montreal in July; in addition to working on a wedding in September.

Where did your commitment to the Canadian Cancer Society come from and how did The Daffodil Ball get started?

The cause has always been important for me. My mother and three of my grandparents died of cancer. I am very conscious of healthy lifestyle choices (exercise, nutrition, avoiding the sun and I am fanatically anti-smoking).

In the Fall of 1993, the Canadian Cancer Society asked three agencies to pitch ideas for a fundraiser that would highlight their cause and raise funds from the corporate sector, as they had very little visibility or support from that area. I pitched the idea of a very glamorous, high-end ball that would be named after their emblem, the daffodil, and held at the Chalet atop Mount Royal. I won the mandate and the Executive Director asked me if I thought I could possibly raise \$50,000; she was thrilled when the first Daffodil Ball in 1994 made \$86,000. We've come a long way, baby! The Ball has now raised more



Photos: Tandem Studios

et qui aurait lieu au Chalet tout au haut du Mont-Royal. L'on m'a octroyé le mandat et la directrice générale m'a demandé si je croyais pouvoir recueillir 50 000 \$; elle était enchantée lorsque le premier Bal de la jonquille en 1994 a amassé 86 000 \$! Nous en avons fait, du chemin: Le Bal a à ce jour recueilli plus de 20 millions de dollars nets pour la Société canadienne du cancer. Notre grande chance s'est présentée en 1997 lorsque François J. Coutu a accepté de présider le bal et a convaincu tous ses fournisseurs à y contribuer. Après cette date, nous avons progressivement attiré le soutien de la majorité de l'élite sociale et corporative de Montréal et, plus tard, plusieurs de Toronto et même des États-Unis et de l'Europe. Quelques 36 P.D.G. canadiens ont coprésidé le Bal de la Jonquille.

Que faisiez-vous avant de le lancer?

Mon cheminement professionnel est loin d'avoir été une ligne droite! Je détiens des diplômes de l'Université de Cambridge (Angleterre) en mathématiques et en droit. Suivant la remise des diplômes, j'ai travaillé à titre de l'une des deux seules directrices de compte de sexe féminin chez J. Walter Thompson à Londres. Après avoir déménagé à Montréal, j'ai travaillé à titre de directrice du marketing au club Régine à Montréal au beau milieu de l'ère du disco et j'ai organisé l'ouverture de clubs pour elle à Londres et Marbella. Je planifiais des soirées à thèmes complètement fous toutes les trois semaines.

Ensuite, je suis allée de la discothèque à une banque et j'ai dirigé le programme de commandite de la Banque de Montréal en planifiant des événements à Londres, Paris, Zurich, Frankfurt, New York, Chicago, Toronto, Calgary... Lorsque la banque a déménagé son département des affaires publiques à Toronto, j'ai démarré ma propre entreprise.

Quel est le cadeau le plus dispendieux qui a été offert pour le tirage au sort?

Des billets de première classe vers l'Afrique du Sud, avec deux suites à la Réserve privée Singita pour quatre nuits, comprenant tous les repas, le vin et les safaris. Le forfait avait une valeur de 80 000 \$. Stephen Bronfman l'a gagné, mais l'a à son tour offert gracieusement à la Société du cancer. Sharon Stone a ensuite mené une enchère et a amassé un montant additionnel de 75 000 \$ (en plus des fonds recueillis par la vente de billets pour le tirage au sort).

Le tirage au sort amasse habituellement plus de 100 000 \$ chaque année. Cette année, les prix comprennent six nuits dans une villa de luxe sur la plage à Parrot Cay dans la région de Turks & Caicos, deux billets en classe affaires pour n'importe où dans le monde là où Air Canada vole et un voyage d'une semaine dans un appartement deux pièces à bord du paquebot « The World. »

Les bénévoles sont un élément essentiel d'un événement sans but lucratif. Comment vous y prenez-vous pour les motiver?

Nous avons la chance d'avoir un merveilleux groupe de bénévoles—plus de 150 à chaque année—qui nous offre leur aide. Nous nous assurons qu'ils comprennent à quel point leurs rôles sont importants et je crois qu'ils réagissent bien à savoir qu'ils font partie intégrale du succès d'un événement aussi important. Nous sommes très stricts par rapport aux tâches, au comportement, au code vestimentaire, etc.; nous tenons plusieurs séances d'information pour eux et procédons à la nomination de superviseurs pour chaque groupe. Il s'agit d'une bonne expérience

than \$20 million net for the Canadian Cancer Society. Our big break came in 1997 when François J. Coutu agreed to chair the Ball and got all his suppliers to contribute. After that, we gradually attracted the support of most of Montreal's corporate and social "who's who", and later many from Toronto and even the US and Europe. Some 36 Canadian CEO's have co-chaired The Daffodil Ball.

What were you doing before you started it?

My career path has been far from a straight line! I have degrees from Cambridge University (England) in Mathematics and Law. Upon graduating, I worked as one of only two female Account Executives at J. Walter Thompson in London. After moving to Montreal, I worked as Marketing Director of Régine's Montreal club during the hey-day of disco and organized the opening of clubs for her in London and Marbella. I planned crazy theme parties every three weeks. Then I went from a discotheque to a bank and ran Bank of Montreal's corporate sponsorship programme, organizing events in London, Paris, Zurich, Frankfurt, New York, Chicago, Toronto, Calgary... When the Bank moved its Public Affairs Department to Toronto, I started my own business.

What is the most expensive gift ever offered at the raffle?

First Class air tickets for 4 to South Africa, with 2 suites at Singita Private Game Reserve for 4 nights, including all meals, wine and safaris. The package value was \$80,000. Stephen Bronfman won it, but donated it back to the Cancer Society. Sharon Stone then conducted an auction and raised another \$75,000 (in addition to the money raised by the raffle ticket sales). The raffle normally raises more than \$100,000 each year. This year's prizes include 6 nights in a beach villa at Luxurious Parrot Cay in Turks & Caicos, 2 Business Class tickets anywhere in the world that Air Canada flies and a week's voyage in a one-bedroom apartment aboard The World.

Volunteers are a critical part of the non-profit event. How do you motivate them?

We are lucky to have a wonderful group of volunteers – more than 150 each year - who offer to help us. We make it clear how important their roles are and I think they react well to knowing that they are an integral part of such an important and successful event. We're quite strict about tasks, behaviour, dress-code, etc.; we hold briefing meetings for all of them and appoint supervisors for each group. It's good management experience for these young people. We also make it fun for them, by arranging a delicious Java U buffet and encouraging them to dress up and look their best. They are allowed to dance after midnight when many of the corporate crowd go home, so there is an infusion of youth and energy at that time. All-in-all, I think we foster a sense of pride in being part of a successful team. And I am extremely proud of them. I get dozens of letters from volunteers after the Ball, thanking me for allowing them to help.



Photos: Tandem Studios

Le jour du Bal de la Jonquille, votre trousse de survie comprend...

- Des chaussures confortables!
- Des duplicata des notes de présentation de chacun sur des cartons aide-mémoire (le maître de cérémonie, coprésidents, agents de la Société du cancer).
- Cartons aide-mémoire pour les coprésidents afin d'annoncer le revenu net final après avoir compilé le revenu du tirage au sort.
- Un plan de table démontrant où tous les VIP prennent place et leurs exigences diététiques particulières
- Liste de contacts et leurs numéros de téléphone
- Duplicata de la liste d'invités (alphabétique et par table)
- Déroulement de la soirée
- Sommaire des tâches pour chaque fournisseur et bénévole
- Liste de vérification pour tous les articles de décoration pour chaque zone

Les salles de bain ont des fournitures d'urgence, comme des bas nylons, des épingles de sûreté, atomiseurs pour l'haleine, Advil, Tums, antihistamines, trousse de couture, ciseaux, Band Aids, lime-émeri, tampons absorbants, épingles à cheveux, peignes... De plus, des esthéticiens Yves St. Laurent sont présents pour retoucher le maquillage des invités (malgré que je n'ai jamais le temps de me prévaloir de leurs services).

The day of the Daffodil Ball, your survival kit includes...

- Comfortable shoes!
- Duplicate copies of everyone's speaking notes on cue-cards (the MC, Co-Chairmen, Cancer Society officials).
- Cue cards for the Co-Chairmen to announce the final net revenue after I've added in the raffle revenue.
- A table plan showing where all VIPs are sitting and special dietary needs
- List of contacts' phone numbers
- Duplicate guest list (alphabetically and by tables)
- Evening scenario
- Summary of all tasks for each supplier and volunteer
- Check-list of all décor items for each area

The bathrooms have emergency supplies, such as stockings, safety pins, breath freshener, Advil, Tums, anti-histamines, sewing kit, scissors, Band Aids, emery boards, oil blotting papers, hair pins, combs... As well, Yves St. Laurent cosmeticians are on hand to retouch guests' make-up (although I never have time to avail myself of their services).



Photos: Tandem Studios

de direction pour ces jeunes gens. De plus, nous rendons la chose amusante pour eux en planifiant un délicieux buffet Java U et en les encourageant à se vêtir de façon élégante et de soigner leur apparence. Ils peuvent danser après minuit lorsque la majorité de la foule corporative a repris la route et il y a donc une infusion de jeunesse et d'énergie à ce moment. En tout, je crois que nous suscitons un sentiment de fierté en faisant partie d'une équipe connaissant autant de succès. Et je suis extrêmement fière d'eux. Je reçois des douzaines de lettres de remerciements de la part de bénévoles après le Bal, me remerciant de les avoir permis de nous aider.

Comment arrêtez-vous votre choix sur le thème annuel pour le Bal de la jonquille? Qu'est-ce qui sert d'inspiration à vous-même et votre comité?

Cette année, le thème de la romance russe a été l'idée originale d'un membre du comité, lequel mentionnait que cela représenterait un beau changement de tous les thèmes précédents. Je me suis laissée convaincre après avoir vu une exposition de « Diaghilev et les Ballets russes » au musée V&A de Londres. Le thème du disco a été choisi parce qu'il est peu dispendieux à reproduire—et nous avons été grandement touchés par la récession de 2009, alors nous devons retrancher nos dépenses au plus haut point. Le Bal « Pompadour et Circonstance » a été inspiré par une exposition de Madame de Pompadour à la Galerie nationale de Londres. Je lis de façon exhaustive, je voyage, j'aime recevoir et manger dans de bons restaurants, j'ai des amis partout dans le monde

How do you choose the theme each year for the Daffodil Ball? What inspires you/the committee?

This year's Russian Romance theme was the brainchild of a Committee member, who felt it was a good change from all previous themes. I was convinced after seeing an exhibition of Diaghilev and Les Ballets Russes at the V&A Museum in London. The disco theme was chosen because it was inexpensive to produce—and we were badly hit by the recession in 2009, so we had to cut our expenses to the bone. The Pompadour et Circonstance Ball was inspired by a Madame de Pompadour exhibition at the National Gallery in London. I read widely, I travel, I love entertaining and eating in good restaurants, I have friends all over the world who tell me about theme galas they have attended... my ideas come from all these things.

How would you describe the Quebec philanthropists compared to the rest of Canada?

I am not really in a position to compare because the only fundraising I do is here in Quebec. The Canadian Cancer Society is a national organisation and our Daffodil Ball attracts donors and sponsors from across the country. They are all incredibly generous and we are inordinately grateful.

qui me racontent les galas à thèmes auxquels ils ont assisté ... Mes idées proviennent de toutes ces sources.

Comment décririez-vous les philanthropes québécois en comparaison avec ceux du reste du Canada?

Je ne suis pas vraiment en bonne position de comparaison parce que la seule collecte de fonds que je fais est ici au Québec. La Société canadienne du cancer est un organisme national et notre Bal de la Jonquille attire des commanditaires provenant de partout au pays. Ils sont tous incroyablement généreux et nous en sommes très reconnaissants.

Qu'est-ce qui nous manque, ici au Québec, afin d'attirer l'élite sociale internationale pour agir à titre de porte-parole?

Les célébrités internationales peuvent être des porte-parole au Québec s'ils sont rémunérés pour leurs services. Mais elles ont tendance à vivre dans des villes cosmopolites d'envergure comme New York, Los Angeles, Londres et Paris et il en est donc difficile de les attirer ici seulement à titre d'invité pour un événement. Ces gens ne sont pas en manque de bonnes soirées festives; elles sont invitées à plus de soirées qu'elles ne voudront jamais assister.

Une industrie du film en plein essor aide, mais même dans ce cas, les célébrités sont épuisées après une longue journée de tournage et veulent rarement prendre part à un événement entourées d'étrangers, à moins qu'elles aient une affinité particulière envers la cause ou qu'elles sont invitées par quelqu'un qu'elles connaissent. Par contre, Montréal déborde de ses propres célébrités—du monde de la politique, du film,

What are we missing here in Quebec to attract international A-list celebrities as spokespeople?

International celebrities can be spokespeople in Quebec if they are paid a fee for their services. But they tend to live in major cosmopolitan cities like New York, Los Angeles, London and Paris, so it is difficult to attract them here just as guests for an event. These people are not short of a good party; they are invited to more than they ever want to attend.

A thriving movie industry helps, but even then, celebrities are exhausted after a long day filming and rarely want to attend an event full of strangers, unless they have a particular affinity for the cause or they are invited by someone they know. However, Montreal is full of its own celebrities—from the worlds of politics, film, television and sport—and many of them support The Daffodil Ball. Some are now internationally known, such as Karine Vanasse, who has attended the Ball the last 2 years. The Daffodil Ball glamour quotient is very high.

What advice would you give today to somebody else who is interested in starting a prestigious fundraising ball?

It's a very tough and competitive business. There are already so many fundraising balls, all competing for a relatively small pool of donors.

There are many fundraisers run by volunteers, but the most successful ones have a professional staff dedicated to the event (not just staff of the charity who spend a few hours of their day working on this event). It is not a coincidence that Canada's two most consistently successful fundraisers

de la télévision et du sport—et plusieurs d'entre elles prêtent leur soutien au Bal de la Jonquille. Certains sont connus sur une échelle internationale, comme Karine Vanasse, qui a pris part à notre Bal au cours des deux dernières années. Le facteur « prestige » du Bal de la Jonquille est très élevé.

Quels conseils donneriez-vous aujourd'hui à quelqu'un d'autre qui pourrait être intéressé à lancer un bal de prestige afin d'amasser des fonds?

C'est un secteur très difficile et très compétitif. Il y a déjà tellement de bals pour collecter des fonds, tous en compétition pour un bassin de commanditaires relativement petit. Il y a plusieurs collectes de fonds menées par des bénévoles, mais ceux qui connaissent le plus de succès ont une équipe de professionnels assignée à l'événement (non seulement le personnel de charité qui consacre quelques heures chaque jour pour cet événement). Il ne s'agit pas d'une coïncidence que les deux collectes de fonds qui connaissent régulièrement le plus de succès au Canada (Le Bal brésilien et le Bal de la Jonquille) font chacun appel à un réalisateur d'événements professionnel pour les mener à terme.

Est-ce qu'il vous arrive d'assister à une soirée et de simplement vous y amuser ou est-ce que vous êtes constamment à y penser du point de vue d'une planificatrice professionnelle?

J'adore assister à des soirées à titre d'invité, même si effectivement, je prends note de chaque petit détail. Un jour, j'aimerais être une simple invitée au Bal de la Jonquille!

(The Brazilian Ball and The Daffodil Ball) each hire a professional Event Producer to run them.

Do you ever get to attend a party and just enjoy it, or are you always thinking about it from a professional planner's perspective?

I love attending parties just as a guest, although I do notice every tiny detail. One day, I'd love to be a guest at The Daffodil Ball!

«Rappelez-vous : il s'agit d'une soirée éblouissante absolument fabuleuse, mais 364 jours remplis de stress et de travail exigeant !»

Les points suivants sont tous importants :

- Vous avez besoin d'au moins un(e) président(e) qui a ce qu'il faut pour être un collecteur de fonds efficace et qui est prêt à être très actif, non seulement comme figurant;
- Vous avez besoin d'un comité qui peut aider dans la vente de billets, d'obtention de prix et de dons en espèces. Il devrait provenir d'une grande variété de milieux et non d'un groupe d'amis;
- La cause doit avoir un attrait suffisant pour justifier un événement d'envergure;
- Compilez une liste d'envoi à jour, avec chaque nom ayant été vérifié pour l'orthographe, titres, adresses, numéros de téléphone et courriels;
- Choisissez un concept pour l'événement afin de le rendre différent et attrayant;
- Soyez prêt pour un volume de travail démesuré;
- Vous aurez besoin d'investir dans votre événement tout comme vous le feriez s'il s'agissait d'une entreprise afin d'attirer les commanditaires et donateurs et vous ne pourrez peut-être pas faire un profit important au cours de la première année;
- Collaborez avec les meilleurs fournisseurs pour les services de restauration, de divertissement et de décoration;
- Tentez d'obtenir les biens et services gratuitement ou à rabais.

The following are all important:

- You need at least one strong Chairman/woman who has the clout to be an effective fundraiser and is prepared to be very active, not just a figurehead;
- You need a committee who can help sell tickets, get prizes and donations in kind. They should be from a wide cross-section of backgrounds, not a group of friends;
- The cause has to have sufficient appeal to justify a high-level event;
- Compile an up-to-date mailing list, with every name verified for spelling, titles, addresses, telephone numbers and emails;
- Choose a concept for the event to make it different and appealing;
- Be prepared for an inordinate amount of work;
- You will need to invest in your event just as if it is a business in order to attract sponsors and donors, so you may not be able to make a significant profit the first year;
- Work with top suppliers for catering, entertainment and décor;
- Try to get goods and services donated or discounted.

Remember, it is one fabulous glamorous night, but 364 stress-filled days of hard work!

Photo: Tandem Studios

