

**COMMANDITES**

**Approuvées le 25 avril 2009**  
**Entrées en vigueur le 25 avril 2009**  
**Révisées le 22 mars 2014**  
**Révisées le 12 octobre 2018**  
**Prochaine révision en 2021-2022**

Page 1 de 11

---

En vertu de la politique du Conseil scolaire Viamonde (le Conseil), les directives administratives ont pour but d'appuyer la politique sur les commandites.

*Note : Les présentes directives administratives s'appliquent au Conseil, tant dans son rôle de « Commanditaire » que dans celui de « Commandité ».*

**1. OBJECTIFS DES DIRECTIVES ADMINISTRATIVES**

- Donner une ligne directrice quant à l'aspect gestion du volet commandite;
- Mettre en relief les rôles que le Secteur des communications et du marketing ainsi que chacune des directions d'école joueront dans le volet commandite.

**2. MARCHÉ****2.1 SUBDIVISION DES MARCHÉS DU CONSEIL :**

Le territoire du Conseil est subdivisé en cinq marchés qui se partageront le budget total attribué au poste de commandite :

- **Centre** : Toronto, Durham et York;
- **Centre-Ouest** (près de Toronto) : Peel, Halton Guelph, Waterloo et Hamilton;
- **Centre-Sud** : péninsule du Niagara;
- **Nord** : Simcoe et Orangeville;
- **Sud-Ouest** : London, Sarnia et Windsor.

Les budgets pour chacune des régions sont attribués en fonction du pourcentage des élèves dans chaque région.

**2.2 PORTÉE GÉOGRAPHIQUE DES COMMANDITES***Niveau local*

La commandite au niveau local est dirigée vers la collectivité desservie par une école ou par un nombre restreint d'écoles d'une même ville. Le rayonnement et les retombées d'une telle commandite sont également généralement limités à atteindre cette même collectivité dite locale.

*Niveau régional*

La commandite au niveau régional est dirigée vers la collectivité desservie par les écoles d'un même marché (voir subdivision des marchés du Conseil en page 1). Le rayonnement et les

---

retombées d'une telle commandite sont aussi généralement limités à atteindre cette même collectivité dite régionale.

#### *Niveau global*

La commandite au niveau global est dirigée vers la collectivité desservie par l'ensemble des écoles du Conseil. Le rayonnement et les retombées d'une telle commandite s'étendent normalement sur le territoire complet du Conseil et atteignent généralement cette même collectivité dite globale.

### **3. IMAGE DE MARQUE**

Toute visibilité comporte la signature officielle du Conseil à laquelle pourrait être greffé le nom d'une ou de plusieurs écoles, selon le cas. Le Secteur des communications et du marketing est mandaté pour s'assurer du respect de cet élément et pour offrir ses conseils aux directions d'école à cet égard.

N.B. : Toute utilisation d'un visuel associé au Conseil ou à l'un de ses établissements doit au préalable être approuvée par le Secteur des communications et du marketing.

### **4. LE CONSEIL À TITRE DE « COMMANDITAIRE »**

#### **4.1 PRINCIPES DIRECTEURS**

- Les commandites doivent respecter les lois fédérales et provinciales, les règlements municipaux ainsi que les normes fixées par le Canadian Advertising Standards Council.
- Les commandites doivent être compatibles avec la mission et la vision du Conseil ainsi qu'avec les valeurs de notre système d'éducation.
- Le Conseil se réserve le droit de refuser de commanditer une entité dont la réputation pourrait nuire à l'image de marque du Conseil.
- Les propositions de commandites doivent clairement démontrer leur capacité d'aider le Conseil à atteindre ses buts.
- Les commandites doivent s'arrimer avec les stratégies de communication et de marketing du Conseil.
- Dans tous les cas, les propositions de commandites doivent proposer un plan de visibilité et d'avantages jugé(s) très efficace(s) pour le Conseil.
- La disponibilité du budget, des ressources humaines et matérielles, est nécessaire pour toute attribution de commandite.

#### **4.2 RÔLES**

##### **4.2.1 Rôle du Secteur des communications et du marketing**

Le volet commandite est centralisé sous la responsabilité du Secteur des communications et du marketing. Le Secteur des communications et du marketing :

- 
- reçoit l'ensemble des demandes de commandites (niveaux local, régional et global);
  - analyse les demandes de commandites en se référant à la grille d'évaluation conçue en fonction des buts visés par le Conseil (voir la grille d'évaluation faisant partie de l'annexe B des directives administratives 1,06);
  - décide quant à l'acceptation ou au refus de toute demande de commandite, indépendamment de leur portée géographique (niveaux local, régional et global);
  - s'assure de l'efficacité et de la pertinence des commandites appuyées par le Conseil;
  - s'assure de maximiser la visibilité et les retombées de cette commandite et voit à leur activation lorsque jugé pertinent;
  - veille à la protection et à l'uniformisation de l'image du Conseil et oriente le message souhaité en regard des occasions qui se présentent;
  - voit au bon respect de l'esprit de la politique des commandites par chacune des entités impliquées dans le volet commandite;
  - communique au public concerné le contenu de la politique sur les commandites.

#### 4.2.2 Rôle des directions d'école

Les directions d'école :

- doivent acheminer toutes les demandes de commandite qu'elles reçoivent au Secteur des communications et du marketing;
- peuvent commanditer à même leur budget d'école, des projets ou activités, si approuvés au préalable par le Secteur des communications et du marketing;
- collaborent avec le Secteur des communications et du marketing du Conseil pour l'ensemble des éléments à l'intérieur desquels sera intégrée la visibilité mettant en valeur le Conseil et ses écoles;
- communiquent au Secteur des communications et du marketing toute information pertinente concernant le volet commandite;
- communiquent au public concerné ainsi qu'aux représentants de leur école le contenu de la politique de commandites.

#### 4.2.3 FACTEURS POUVANT FAVORISER L'ADMISSIBILITÉ

- Les projets ou événements les plus susceptibles d'aider à l'atteinte efficace des buts visés par la politique de commandite;
- Les projets et événements qui bénéficieront le plus directement possible aux élèves et au personnel du Conseil dans les tâches reliées à leur emploi;
- Les projets ou événements visant le plus grand nombre d'individus correspondant au profil cible du Conseil;  
Les projets ou événements les plus compatibles avec les stratégies de communications et de marketing du Conseil;
- Les projets ou événements qui assureront un renforcement du positionnement et de l'image du Conseil;  
Les projets ou événements proposant les plans de visibilité les plus efficaces;
- Les projets ou événements appartenant aux secteurs d'activités privilégiés par la présente politique;

- 
- Les projets ou événements les plus compatibles avec la mission et la vision du Conseil ainsi que les buts de la politique;
  - Les projets ou événements axés sur le développement et le bien-être de la collectivité francophone;
  - Les projets ou événements sous la gestion d'une équipe compétente et qui a démontré l'efficacité de sa gestion financière;
  - Les projets ou événements qui permettront de belles opportunités d'activation de la commandite.

#### 4.2.4 FACTEURS D'INADMISSIBILITÉ

Sont inadmissibles pour l'obtention d'une commandite de la part du Conseil :

- Les commandites qui ne cadrent pas avec les buts visés de cette politique;
- Les demandes effectuées pour le bénéfice d'un organisme à but lucratif;
- Les projets ou événements en compétition avec des projets ou événements du Conseil ou de ses écoles;
- Les commandites favorisant une seule ou quelques personnes;
- Les commandites d'une entité dont les produits et services ne peuvent pas être distribués ou vendus légalement aux enfants;
- Les organismes ayant déjà reçu un soutien financier du Conseil ou de l'un de ses établissements au cours de la même année fiscale pour un même projet ou une même activité.

#### 4.2.5 DEMANDES DE COMMANDITE

Pour effectuer une demande de commandite, la requérante ou le requérant doit remplir le formulaire « Demande de commandite » disponible auprès des agentes et agents de liaison communautaire, et le retourner, soit :

par courriel à [communications@csviamonde.ca](mailto:communications@csviamonde.ca) ou  
par la poste, adressée de la façon suivante :

Secteur des communications et du marketing  
116, Cornelius Parkway  
Toronto (Ontario) M6L 2K5.

### 5 LE CONSEIL À TITRE DE « COMMANDITÉ »

#### 5.1 PRINCIPES DIRECTEURS

- Le Conseil peut accepter ou refuser toute commandite.
- Les commandites doivent respecter les lois fédérales et provinciales, les règlements municipaux ainsi que les normes fixées par le Canadian Advertising Standards Council.
- Les commandites doivent être compatibles avec la mission et la vision du Conseil ainsi qu'avec les valeurs de notre système d'éducation.

- Le Conseil ne sollicitera ni n'acceptera de commandites de la part d'entités dont la réputation pourrait nuire à son image.
- La commandite doit clairement démontrer sa capacité à aider le Conseil à atteindre ses buts.
- Aucun partenaire ou commanditaire ne bénéficiera d'une exclusivité d'association.

## **5.2 RÔLES**

### **5.2.1 Rôle du Secteur des communications et du marketing**

- Le volet commandite est centralisé sous la responsabilité du Secteur des communications et du marketing.
- Le Secteur des communications et du marketing prend la décision quant à l'acceptation ou au refus de toute commandite, indépendamment de leur portée géographique (niveaux local, régional et global).
- Le Secteur des communications et du marketing négocie l'ensemble des ententes de commandites offertes au Conseil ou à l'une de ses écoles, et ce, indépendamment de leur portée géographique (niveaux local, régional et global).
- Le Secteur des communications et du marketing, collabore avec les directions d'école concernées pour la mise en place de toute commandite pouvant impliquer leur école.
- Le Secteur des communications et du marketing coordonne les actions de démarchage du Conseil en vue d'obtenir des commandites.

### **5.2.2 Rôle des directions d'école**

- Les directions d'école doivent rediriger vers le Secteur des communications et du marketing, toute entité intéressée à commanditer le Conseil ou l'une de ses écoles.
- Les directions d'école collaborent avec le Secteur des communications et du marketing pour développer les commandites potentielles impliquant leur école.
- En collaboration avec le Secteur des communications et du marketing, les directions d'école coordonnent les actions de démarchage de l'école dans le but d'obtenir des commandites.
- Les directions d'école communiquent au Secteur des communications et du marketing, les sommes récoltées et le nom des commanditaires que comptent approcher les démarcheurs de l'école.
- Les directions d'école collaborent avec le Secteur des communications et du marketing dans ses actions de démarchage visant à obtenir des commandites.

### **5.2 FACTEURS POUR LE CHOIX DES COMMANDITAIRES**

- Les compagnies, groupes ou associations dont les produits ou services respectent les valeurs, la vision ainsi que les politiques et les directives administratives du Conseil.
- Les compagnies, groupes ou associations dont les produits ou services respectent ou font la promotion de la santé, du bien-être et de la sécurité des élèves et des membres du personnel.
- Les compagnies, groupes ou associations dont les projets ou événements bénéficient le plus directement possible aux élèves ou au personnel du Conseil (dans les tâches reliées à leur emploi).

- Les compagnies, groupes ou associations dont les projets ou événements les plus compatibles avec les stratégies de communications et de marketing du Conseil.
- Les compagnies, groupes ou associations dont les projets ou événements assureront un renforcement du positionnement et de l'image du Conseil.
- Les compagnies, groupes ou associations dont les projets ou événements sont axés sur le développement et le bien-être de la collectivité francophone.

#### **5.4 FACTEURS D'INADMISSIBILITÉ POUR LE CHOIX DES COMMANDITAIRES**

- Les compagnies, groupes ou associations dont les projets ou événements sont en compétition avec des projets ou événements du Conseil ou de ses écoles.
- Les compagnies, groupes ou associations dont les produits et services ne peuvent pas être distribués ou vendus légalement aux élèves.
- Les compagnies, groupes ou associations dont les produits ou services sont dommageables pour la santé, le bien-être et la sécurité des élèves et des membres du personnel.

#### **5.5 PROTOCOLE D'ENTENTE**

- Toute entente de commandite sera consignée par écrit à l'intérieur d'un protocole d'entente.
- Toutes les ententes de partenariat doivent être signées en conformité avec les pratiques administratives du Conseil.

ANNEXE A - DEMANDE DE COMMANDITE

A - Renseignements sur l'organisme					
Nom légal de l'organisme				Date d'incorporation jour   mois   année	
Numéro civique	Rue	Numéro de suite	Ville	Code postal	
N° de téléphone ( )	Nom du contact principal		Courriel du contact principal		
Contact secondaire	Courriel du contact secondaire	Année financière débutant le jour   mois   année		Année financière se terminant le jour   mois   année	
<b>Type d'organisme</b> <input type="checkbox"/> À but non lucratif  <input type="checkbox"/> À but lucratif	<b>Marché d'opération de l'organisme</b> <input type="checkbox"/> Centre (Toronto, Durham et York) <input type="checkbox"/> Centre-Ouest (Peel, Halton, Guelph, Waterloo et Hamilton) <input type="checkbox"/> Centre-Sud (péninsule du Niagara) <input type="checkbox"/> Nord (Simcoe, Orangeville) <input type="checkbox"/> Sud-Ouest (London, Sarnia et Windsor)				
Mission et vision de l'organisme					
Publics cibles de l'organisme					
Est-ce que votre organisme offre une programmation accessible aux personnes ayant un handicap ? <input type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> Non					
Le Conseil scolaire Viamonde est engagé envers l'écologie et favorise les organismes éco-responsables. Votre organisme est-il éco-responsable? <input type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> Non			Selon sa politique sur les commandites (1,06), le Conseil scolaire Viamonde privilégie les commandites associées à trois grands secteurs d'activités. <b>Cochez les secteurs d'activités touchés par votre organisme.</b>		
Si oui, quelles sont vos démarches pour être éco-responsables?			<input type="checkbox"/> Arts et culture <input type="checkbox"/> Éducation et jeunesse <input type="checkbox"/> Loisirs et sports		

**B – Renseignements sur la demande de commandite**

<p><b>Type de demande</b></p> <p><input type="checkbox"/> Programmation annuelle    <input type="checkbox"/> Projet</p> <p><i>Si projet, précisez :</i></p>	<p><b>Montant demandé</b> (en dollars CAN)</p> <p style="text-align: center;"><b>\$</b></p> <p><i>Si le montant demandé n'est pas disponible, aimeriez-vous que le Conseil scolaire Viamonde vous fasse une proposition?</i></p> <p><input type="checkbox"/> Oui    <input type="checkbox"/> Non</p>	<p><b>Demande de ressources matérielles</b></p> <p><input type="checkbox"/> Oui    <input type="checkbox"/> Non</p> <p><i>Si oui, précisez :</i></p>
<p><b>Description du projet ou de la programmation pour laquelle la demande de commandite est présentée</b>  <i>(Précisez tous les éléments de la programmation lors desquels le Conseil scolaire Viamonde sera identifié comme commanditaire. Pour chaque événement, spécifiez la date, le public ciblé et l'achalandage prévu.)</i></p>		
<p><b>Comment votre programmation ou votre projet peut représenter une valeur ajoutée pour les élèves de Viamonde?</b></p>		
<p><b>Plan de visibilité ou forfait offert au Conseil et à ses écoles en échange de la commandite</b></p>		
<p><b>Autres partenaires et commanditaires de la programmation annuelle ou du projet</b></p>		
<p><b>Si votre demande est acceptée, qui signera le protocole d'entente avec nous?</b></p> <p><input type="checkbox"/> Le contact principal identifié à la section A</p> <p><input type="checkbox"/> Une autre personne (précisez son nom et son titre) :</p>		
<p><b>Y a -t-il une date limite pour vous répondre?</b>    <input type="checkbox"/> Non    <input type="checkbox"/> Oui    Si oui, précisez →    jour    mois    année</p>		



**C – Signature**

Je certifie que les renseignements figurant sur toutes les pages du présent formulaire sont exacts et que j'ai l'autorité de déposer la présente demande de commandite au nom de mon organisme.

**Demandeur**

\_\_\_\_\_  
Nom (en lettres moulées)

\_\_\_\_\_  
Signature

\_\_\_\_\_  
Date (a-m-j)

Les renseignements fournis par l'entremise de ce formulaire ne servent qu'à l'examen de votre demande de commandite et, le cas échéant, à l'élaboration d'un protocole d'entente entre votre organisme et le Conseil scolaire Viamonde. Pour toute question relative à la collecte de ces renseignements, prière de vous adresser au Secteur des communications et du marketing.

**Une fois remplie, acheminer la demande à :** Conseil scolaire Viamonde, Secteur des communications et du marketing, 55, avenue Pelham, Toronto (Ontario), M6N 1A5, ou par courriel à l'adresse [lapierres@csviamonde.ca](mailto:lapierres@csviamonde.ca)

**D – Section réservée au Conseil**

Demande acceptée    Demande refusée    Demande acceptée avec modifications   **Justification :** \_\_\_\_\_

**ANNEXE B  
FORMULAIRE D'ÉVALUATION D'UNE DEMANDE DE COMMANDITE**

<b>Information générale</b>	
Nom du projet ou de l'événement	
Nom du forfait	
Évalué par	
Date de réception de la demande de commandite	
Date d'évaluation	
Décision finale	
Réponse envoyée au demandeur le	

<b>Critères d'inadmissibilité</b>	
Si positif pour l'un des critères ci-dessous mentionnés, la demande doit être rejetée.	
Le projet ou l'activité ne cadre pas avec les principes directeurs de cette politique.	
La demande excède les montants disponibles au budget.	
Le projet ou l'événement est en compétition avec les nôtres.	
Le projet ou l'activité favorise une seule personne.	
L'entité offre des produits et services qui ne peuvent pas être distribués ou vendus légalement aux enfants.	
L'organisme a déjà reçu un soutien financier du Conseil ou de l'un de ses établissements au cours de la même année fiscale pour un même projet ou une même activité.	

**GRILLE D'ÉVALUATION**

**Note** : sur une échelle de 1 à 5,

**1= totalement insatisfaisant, 2= insatisfaisant, 3= peu satisfaisant, 4= satisfaisant, 5= grandement satisfaisant**

**Ratio** : sur une échelle de 1 à 5. La pondération du ratio est réévaluée annuellement en fonction du plan de communication et des objectifs stratégiques annuels du Conseil.

**1= importance très réduite, 2= importance réduite, 3= importance moyenne, 4= important, 5= très important**

	Note	Ratio	Total
Favorise l'atteinte efficace des buts de la politique			
Bénéficie de façon directe aux élèves			
Vise un grand nombre d'individus correspondant à la clientèle cible du Conseil			
S'harmonise avec les stratégies de communications et de marketing du Conseil			
Assure un renforcement du positionnement et de l'image du Conseil			
Favorise le plan de marketing du Conseil			
Se rapporte à l'un des secteurs privilégiés par le Conseil			
Assure un renforcement du positionnement et de l'image du Conseil			
S'harmonise avec la vision et les buts de la politique sur les commandites			
Axé sur le bien-être de la collectivité francophone			
Géré par une équipe compétente			
Efficacité de la gestion financière démontrée par l'organisation			
Offre de belles opportunités d'activation de la commandite			
Pourrait aider au recrutement et à la rétention des élèves			
Pourrait contribuer à l'atteinte de l'un des objectifs du PAL			
Autres informations pertinentes			
<b>Grand total des points</b>			

**Coût de la commandite divisé par GRAND TOTAL DES POINTS = \$ par point (donnée pouvant servir de point de comparaison entre chacune des demandes).**