

# Politique

Numéro :	2006
Titre :	<b>Octroi de dons et de commandites et de publicités</b>
Section :	Communications et marketing
Autorité	1 <sup>er</sup> vice-président – Secrétariat général
Responsable opérationnel :	Directeur – Communications
Entrée en vigueur :	2014-11-06
Dernière révision :	2014-11-13

---



## 1.0 PRINCIPE DIRECTEUR

Cette politique s'inscrit dans le prolongement de la mission du CCNB en ce qui touche son rôle social, soit de « s'engager activement au sein de ses communautés ». Le soutien qu'accorde le CCNB grâce à des dons et des commandites témoigne de son intérêt à contribuer au bien-être collectif.

## 2.0 OBJET

La présente politique vise à offrir un cadre de référence pour les dons et les commandites que le CCNB attribue aux organismes.

## 3.0 CHAMP D'APPLICATION

Cette politique ne s'applique qu'aux dons et commandites et aux publicités pour les organismes qui œuvrent pour ou au sein de la communauté acadienne et francophone du Nouveau-Brunswick ou au sein de la Francophonie. Toute demande est analysée selon les critères présentés au point 5.2.

## 4.0 ÉNONCÉ DE POLITIQUE

Le CCNB soutient la vie culturelle, sociale et économique de la communauté francophone et acadienne du Nouveau-Brunswick par l'entremise de dons, de commandites et de publicités. Le CCNB appuie les événements et les activités qui ont des retombées qui cadrent avec ses valeurs et qui, par la même occasion, font la promotion de ses programmes et de ses services.

## 5.0 DÉFINITIONS

S.O.

## 6.0 MISE EN OEUVRE

### 6.1 Budget

L'enveloppe budgétaire des dons, des commandites et des publicités est établie annuellement.

## **6.2 Critères d'évaluation**

Chaque demande est évaluée selon les éléments clés énumérés dans le formulaire Évaluation de demande de commandite ou publicité :

- La visibilité engendrée par cette demande bénéficie directement au recrutement d'étudiants pour le CCNB.
- La demande répond à un des axes et créneaux endossés par le CCNB : dimension éducative, communautaire ou informative.
- La demande permet de communiquer avec l'un des publics cibles du CCNB.
- Les résultats attendus suite à la participation du CCNB sont mesurables.
- Il existe un lien entre la demande et le CCNB quant à la mission, les objectifs, la clientèle, etc.
- Le résultat de la demande a une incidence sur le sentiment d'appartenance envers le CCNB et son rayonnement.
- Le résultat de la participation du CCNB constitue une valeur ajoutée à ce que le CCNB réalise déjà ou souhaite réaliser avec la clientèle visée.
- La visibilité engendrée par cette demande contribue à la réalisation d'un ou de plusieurs objectifs du Plan de communication.
- Est-ce que le CCNB a déjà publié quelque chose sur le même sujet dans l'année courante?
- La parution de la publicité ne risque pas de soulever la polémique ou la controverse.

En plus d'accroître la visibilité sur nos programmes et services, les demandes sont choisies en fonction de leurs avantages sur les communautés. Par conséquent, les organismes doivent démontrer clairement quelle sera la portée sociale de leurs activités.

## **6.3 Processus de gestion des demandes**

Les demandes sont traitées de la façon suivante :

- Les demandes doivent être adressées à la Direction des communications.
- La Direction des communications analyse toutes les demandes, selon les critères établis.
- Une décision est habituellement rendue par la Direction des communications dans un délai raisonnable suivant la présentation de la demande.

## **7.0 RÔLES ET RESPONSABILITÉS**

La gestion des dons, des commandites et des publicités est sous la responsabilité de la Direction des communications.

## **8.0 DEMANDE DE RENSEIGNEMENTS**

Pour de plus amples renseignements concernant cette politique, prière de communiquer avec la Direction - Communications.

## 9.0 DOCUMENTS DE RÉFÉRENCE (interne ou externe/public)

<b>N°</b>	<b>Nom du document</b>	<b>Type</b>	<b>Autorité/ Responsable opérationnel</b>	<b>Date de révision</b>
2006.2011	Évaluation de demande de commandite ou publicité.	Formulaire/Gabarit	Directeur - Communications	2014-11-14

**Note :** Toute reproduction de ce document, en partie ou dans son intégralité, représente une copie non contrôlée. Dans le présent document, le genre masculin est utilisé comme générique, sans discrimination et à seule fin d'alléger le texte.