

À la recherche de commandites?



Janvier 2004

Coordonnatrice du projet

Suzanne Benoit, directrice générale, Coalition francophone pour l'alphabétisation et la formation de base en Ontario

Recherche et rédaction

Carole Bourdages, agente de projets, Coalition francophone pour l'alphabétisation et la formation de base en Ontario

Révision linguistique

Suzanne Brisson

Édition et distribution

Coalition francophone pour l'alphabétisation et la formation de base en Ontario
235, chemin Montréal, pièce 201
Ottawa (Ontario) K1L 6C7 CANADA
Téléphone sans frais : 1-877-464-0504
Téléphone : (613) 842-5369
Télécopieur : (613) 842-5371
Courriel : coalition@coalition.on.ca

Le Programme d'alphabétisation et de formation de base est financé par le gouvernement de l'Ontario.

Tous droits réservés. © Coalition francophone pour l'alphabétisation et la formation de base en Ontario, 2004

Il est permis de reproduire en tout ou en partie le présent ouvrage en mentionnant la source.

La forme masculine a été utilisée uniquement dans le but d'alléger la lecture.

TABLE DES MATIÈRES

Qu'est-ce qu'une commandite?	3
Quelle est la différence entre un don et une commandite?	3
À quel moment l'organisation s'engage-t-elle?	3
Quels sont les avantages et les désavantages d'une commandite?	4
Quels sont les meilleurs commanditaires pour votre organisme?	4
À quel moment la recherche de commandites débute-t-elle?	5
Un exemple de dossier de commandite	6
1. Lettre de présentation	6
2. Description du projet	10
3. Budget	11
4. Tarif du plan de visibilité	12
5. Plan de visibilité	12
Comment entrer en contact avec les commanditaires?	16
De quelle façon votre demande sera-t-elle évaluée?	16
Pourquoi appuyer un programme d'alphabétisation familiale?	17
Quels sont les avantages des programmes d'alphabétisation familiale?	18
Conclusion	18
Bibliographie	19

QU'EST-CE QU'UNE COMMANDITE?



Une commandite c'est essentiellement un montant d'argent fourni par une organisation en échange d'une visibilité. Le mot-clé, ici, est *visibilité*. La commandite peut être d'ordre monétaire ou un échange de service.

QUELLE EST LA DIFFÉRENCE ENTRE UN DON ET UNE COMMANDITE?

Le don est déductible d'impôt tandis que la commandite est rattachée à un service. Il y a souvent moins de conditions rattachées à un don qu'à une commandite. La commandite implique une obligation pour votre organisme. L'organisation fournit des fonds ou des services pour une activité déterminée. Elle s'attend donc à une reconnaissance publique de son appui. Si vous recevez une commandite, vous ne pouvez émettre de reçu pour fin d'impôt.

En effectuant votre recherche de commandites, il est possible que la personne que vous rencontrez vous offre un don en argent plutôt qu'une commandite. Si c'est le cas, assurez-vous de lui faire parvenir une lettre de remerciement avec son reçu d'impôt.

À QUEL MOMENT L'ORGANISATION S'ENGAGE-T-ELLE?

Les organisations acceptent de s'engager auprès d'un organisme pour la tenue d'un événement, d'une activité ou d'un programme qui leur donnera une bonne image sociale. Il est important pour ces dernières d'être perçues comme étant des partenaires actifs dans le développement de la communauté. Elles cherchent à rehausser leur image pour que le public les associe à une cause valable.

Ayez toujours en tête que l'entreprise ou l'organisation s'attend à recevoir, en retour de sa commandite, l'image d'une entreprise ou d'une organisation qui a un sens des responsabilités sociales et une commandite qui la différencie des autres.

QUELS SONT LES AVANTAGES ET LES DÉSAVANTAGES D'UNE COMMANDITE?

Les avantages

- ◆ Si vous réussissez à obtenir une commandite, cela pourrait vous permettre de faire beaucoup en peu de temps. Les entreprises et les organisations peuvent mettre à votre disposition de l'argent rapidement.
- ◆ Les commandites permettent à votre organisme de croître.
- ◆ L'association avec une entreprise ou une organisation permet d'acquiescer la légitimité de votre organisme et permet au public de constater l'importance de vos activités.



Les désavantages

- ◆ La recherche de commandites exige beaucoup d'efforts.
- ◆ Le recours à la commandite peut amener certaines personnes à remettre en question le caractère non lucratif de votre organisme.
- ◆ L'autonomie de votre organisme pourrait être mise en danger pour satisfaire les intérêts des commanditaires.

QUELS SONT LES MEILLEURS COMMANDITAIRES POUR VOTRE ORGANISME?

La première démarche à entreprendre consiste à établir vos besoins en commandites. Vous devez être en mesure de cibler vos besoins et les différentes possibilités de financement que vous pouvez offrir à un commanditaire. En établissant une prévision budgétaire reliée à votre événement, activité ou programme, vous aurez une vue d'ensemble de vos besoins.

Vous devez :

1. Dresser une liste des gens d'affaires de votre région. Vous devriez chercher à obtenir l'appui du milieu des affaires locales. Utilisez vos contacts actuels pour leur demander une référence de commanditaires potentiels. (ex. : Si vous êtes locataire, demandez au propriétaire du local, à votre agent d'assurance ou à vos fournisseurs). Si cela est possible, adhérez aux associations de gens d'affaires et aux clubs philanthropiques. Souvent, ils acceptent l'adhésion des organismes sans but lucratif.

2. Dresser une liste des organismes à vocation sociale de votre région.
3. Cibler les commanditaires que vous aimeriez solliciter.
4. Vérifier la clientèle desservie par les commanditaires que vous avez ciblés. Pouvez-vous faire des rapprochements avec votre clientèle? S'agit-il de clients ou de clients potentiels pour les commanditaires?
5. Vérifier la réputation et les valeurs des commanditaires ciblés. Assurez-vous qu'elles correspondent aux vôtres.
6. Vérifier la compatibilité des commanditaires. Certains commanditaires n'accepteront pas qu'un compétiteur s'associe à la même activité.

À QUEL MOMENT LA RECHERCHE DE COMMANDITES DÉBUTE-T-ELLE?

Avant d'entreprendre des démarches pour solliciter un commanditaire, vous devez être très bien préparé. L'impression première que vous devez dégager en est une de professionnalisme, de contrôle et de confiance.

Le dossier de proposition de commandite

Le dossier de commandite est le dossier que vous présentez à vos commanditaires. Ce document doit être clair, simple, précis et impeccable. Il sert à rendre crédible votre organisme et votre activité. Il met en évidence la qualité de votre événement, activité ou programme, les objectifs que vous poursuivez ainsi que la clientèle ciblée. Chaque dossier de proposition de commandite doit être personnalisé et ne doit pas être volumineux.



Assurez-vous d'y inclure les documents suivants :

1. Une lettre de présentation.
2. Une description du projet incluant l'importance du projet pour la communauté, la description de la clientèle ciblée, le budget et les lettres d'appui.
3. Une liste des autres commanditaires et partenaires qui ont accepté de participer.
4. Un document d'information sur votre groupe, y compris une liste des membres de votre conseil d'administration.
5. Les avantages pour le commanditaire en matière de publicité.
6. Le plan de visibilité.

UN EXEMPLE DE DOSSIER DE COMMANDITE

1. Lettre de présentation

Nous vous suggérons deux exemples de lettres de présentation.

Votre lettre de présentation doit être imprimée sur le papier à en-tête de votre organisme.

Exemple n° 1

....., le 20 décembre 2003

Madame XYZ
Directrice générale
Entreprise XYZ
101, rue McKenzie
Vanier (Ontario)
K1L 6C7

Objet : *J'me prépare pour l'école, veux-tu m'aider?* (Indiquer le titre de votre événement, activité ou programme.)

Madame,

Nom de votre organisme est un organisme sans but lucratif qui, depuis maintenant *X* années, offre des services en alphabétisation à la clientèle francophone de notre région.

Nom de votre organisme souhaite ajouter un programme d'alphabétisation familiale à son éventail de services. Ce type de programme a fait ses preuves dans bon nombre de communautés en Ontario, dont Rockland, Kingston et Ottawa. Ce programme permet d'outiller le parent afin qu'il puisse assumer son rôle de premier éducateur et guider son enfant dans sa préparation à la maternelle. Il permet également de stimuler le développement de l'enfant de trois à quatre ans, et ainsi de contribuer au dépistage précoce. Le parent emprunte une trousse composée de livres, de jeux et d'activités variées. Celle-ci lui permet de prendre une part active dans le développement de son enfant. Une intervenante passe du temps avec chaque famille pour expliquer l'utilisation du matériel et suivre le progrès de l'enfant.

Afin d'offrir le programme aux familles, nous avons besoin de produire plusieurs trousse. Vous n'êtes pas sans savoir qu'une nouvelle activité engendre des coûts supplémentaires. Nous serions très heureux de pouvoir compter sur une commandite de votre entreprise pour le financement de *X* trousse au coût de 100,00 \$ chacune. Nous considérons que cette opportunité d'affaires pourrait s'avérer avantageuse pour votre entreprise.

Vous trouverez ci-joint la description du programme, le plan de visibilité rattaché à une commandite ainsi que notre rapport annuel 2002-2003 .

Nous sommes convaincus que le programme *J'me prépare pour l'école, veux-tu m'aider?* permet d'offrir de meilleures chances de réussite aux enfants et d'appuyer les parents afin qu'ils deviennent de meilleurs modèles pour leurs enfants.

Nous comptons grandement sur votre appui envers cet important programme de prévention. N'hésitez pas à communiquer avec nous pour toute autre information.

Nous vous prions d'agréer, Madame XYZ, l'expression de nos sentiments les meilleurs.

Signature
Directrice générale
ou
Présidente du Conseil d'administration

Pièces jointes

Exemple n° 2

....., le 20 décembre 2003

Monsieur Champagne
Directeur général
L'envolée
101, rue McKenzie
Vanier (Ontario)
K1L 6C7

Objet : *J'me prépare pour l'école, veux-tu m'aider?* (Indiquer le titre de votre événement, activité ou programme.)

Monsieur,

Nom de votre organisme est un organisme sans but lucratif qui, depuis maintenant *X* années, offre des services en alphabétisation à la clientèle francophone de notre région. Notre mission est de mettre à la disposition des francophones de notre comté des ateliers qui favoriseront leur développement personnel, faciliteront leur intégration sur le marché du travail et amélioreront leur qualité de vie.

Le nombre de personnes éprouvent des difficultés en lecture et en écriture est assez important au Canada car, selon les dernières statistiques, environ 48 % des Canadiens ont du mal à comprendre et à utiliser l'information. Pour contrer ce phénomène, notre organisme a développé un programme d'alphabétisation familiale qui s'adresse aux parents et aux enfants d'âge préscolaire. Ce programme permet d'outiller le parent afin qu'il puisse assumer son rôle de premier éducateur et guider son enfant dans sa préparation à la maternelle. Il permet également de stimuler le développement de l'enfant de trois à quatre ans, et ainsi de contribuer au dépistage précoce. Le parent emprunte une trousse composée de livres, de jeux et d'activités variées. Celle-ci lui permet de prendre une part active dans le développement de son enfant. Une intervenante passe du temps avec chaque famille pour expliquer l'utilisation du matériel et suivre le progrès de l'enfant.

Afin d'offrir le programme aux familles, nous avons besoin de produire plusieurs trousseaux. Vous n'êtes pas sans savoir qu'une nouvelle activité engendre des coûts supplémentaires. Nous serions très heureux de pouvoir compter sur une commandite de votre organisme pour le financement de X trousseaux au coût de 100,00 \$ chacune. Nous considérons que cette opportunité d'affaires pourrait s'avérer avantageuse pour votre organisme.

Vous trouverez ci-joint la description du programme, le plan de visibilité rattaché à une commandite ainsi que notre rapport annuel 2002-2003 .

Nous sommes convaincus que le programme *J'me prépare pour l'école, veux-tu m'aider?* permet d'offrir de meilleures chances de réussite aux enfants, d'appuyer les parents pour qu'ils deviennent de meilleurs modèles pour leurs enfants et de rompre le cycle de l'analphabétisme.

Nous comptons grandement sur votre appui envers cette importante activité de prévention, car les jeunes de notre région représentent notre avenir. N'hésitez pas à communiquer avec nous pour toute autre information.

Nous vous prions d'agréer, Monsieur Champagne, l'expression de nos sentiments les meilleurs.

Signature
Directrice générale
ou
Présidente du Conseil d'administration

Pièces jointes

2. Description du projet

Titre du programme : *J'me prépare pour l'école, veux-tu m'aider?*

Objectifs

- a) Outiller le parent afin qu'il puisse assumer son rôle de premier éducateur et guider son enfant dans sa préparation à la maternelle.
- b) Stimuler le développement de l'enfant de trois et quatre ans et contribuer au dépistage précoce.

Contexte

Les francophones du comté représentent environ les deux tiers de la population totale. La recherche démontre que les enfants ont de meilleures chances de réussite si les parents sont alphabétisés.

Description

J'me prépare pour l'école, veux-tu m'aider? est un programme préparatoire à la maternelle. Il cherche à replacer le parent dans le triangle de l'éducation de son enfant (enfant, école, parents). Dix troussees thématiques seront prêtées, sur une base rotative, aux familles participantes. Les parents emprunteront une trousse pour une période de trois à quatre semaines. Les troussees, composées de livres, de jeux et d'activités variées, permettent aux parents de prendre une part active dans cette étape si importante dans la vie de leur enfant. Une intervenante passera du temps avec chaque famille pour expliquer l'utilisation du contenu de la trousse et pour suivre le progrès du parent et de l'enfant. À la fin du programme, les activités complétées seront regroupées dans un cahier qui servira d'album-souvenir pour l'enfant. Ce cahier peut devenir un outil très intéressant lors du dépistage précoce.

Les troussees contiendront également un livre pour le parent (une publication du Centre en écriture simple), car on encourage le parent à réserver une période de lecture régulière avec l'enfant pendant laquelle les deux lisent.

Impact

Les bénéfices se font sentir autant chez les enfants, chez les parents que dans la communauté. En participant à un programme d'alphabétisation familiale, les enfants améliorent leurs compétences linguistiques et leurs compétences cognitives. Ils démontrent une plus grande indépendance et une meilleure concentration.

Note Ce texte est tiré en partie du document de Lucie Brunet, *L'alphabétisation familiale : c'est l'affaire de tout le monde*, Coalition francophone pour l'alphabétisation et la formation de base en Ontario, 2003.

Les parents, eux, démontrent une transformation de leurs comportements en s'impliquant davantage dans la vie de leur enfant. Ils cherchent davantage à parler, lire et jouer avec leur enfant et deviennent des modèles d'apprentissage. Quant à la communauté, elle bénéficie de l'impact positif et de la participation accrue de ses citoyens aux activités communautaires.

Clientèle-cible

Tous les parents sont ciblés, quel que soit leur niveau de scolarité ou leur statut socio-économique. On ne fait aucune discrimination, car on considère que tous les parents et leurs enfants peuvent bénéficier de ce programme.

3. Budget

Prévision budgétaire

Revenus

Subvention obtenue	
Secrétariat national à l'alphabétisation	6 000 \$
Commanditaires	1 000 \$
TOTAL	7 000 \$

Dépenses

Salaires et avantages sociaux	4 500 \$
Loyer	300 \$
Fournitures de bureau	500 \$
Équipement	150 \$
Publicité	250 \$
10 trousses	1 000 \$
Divers	300 \$
TOTAL	7 000 \$

4. Tarif du plan de visibilité

Exemple

Trousse	Caractéristiques ♦ 100,00 \$ chacune ♦ Incluant dix livres, trois cahiers, etc.	Exemple 1 1 commanditaire or	Exemple 2 1 commanditaire argent 5 commanditaires bronze
COMMANDITAIRE OR	Prix exigé : 1 000 \$ Commandite pour dix trousses	1 000 \$	
COMMANDITAIRE ARGENT	Prix exigé : 500 \$ Commandite pour cinq trousses		500 \$
COMMANDITAIRE BRONZE	Prix exigé : 100 \$ Commandite pour une trousse		500 \$
GRAND TOTAL		1 000 \$	1 000 \$

Après avoir mis en marche le processus de commandites, si vous réalisez que personne n'accepte de commanditer votre activité, faite une révision de vos tarifs et des éléments de visibilité que vous offrez.

Lors de la présentation de votre plan de visibilité, vous pouvez demander aux commanditaires un montant spécifique. Toutefois, assurez-vous de bien évaluer ce montant pour ne pas les décourager ou pour ne pas manquer la chance d'obtenir un plus gros montant.

5. Plan de visibilité

Vous trouverez ci-joint un exemple de plan de visibilité. Nous avons créé trois catégories de commanditaires. Vous trouverez un modèle de plan de visibilité sur le CD-ROM inclus dans la présente reliure.

COMMANDITAIRE OR

1 000 \$

Commanditaire officiel du programme *J'me prépare pour l'école*, *veux-tu m'aider?*

- Logo de l'entreprise ou de l'organisation placé à l'extérieur sur toutes les trousse.
- Espace publicitaire d'une page dans notre revue *Alpha INFO*.
- Identification du commanditaire (8,5po X 11po), dans la section réservée aux commanditaires or, à l'entrée du Centre.
- Logo de l'entreprise ou de l'organisation sur notre site Internet avec un lien.
- Insertion d'un dépliant publicitaire expliquant les services du commanditaire dans toutes les trousse.

COMMANDITAIRE ARGENT

500 \$

Commanditaire officiel du programme *J'me prépare pour l'école*, *veux-tu m'aider?*

- Logo de l'entreprise ou de l'organisation à l'intérieur de toutes les trousse.
- Espace publicitaire d'une demi-page dans notre revue *Alpha INFO*.
- Identification du commanditaire (4po X 6po), dans la section réservée aux commanditaires argent, à l'entrée du Centre.
- Logo de l'entreprise ou de l'organisation sur notre site Internet avec un lien.

COMMANDITAIRE BRONZE

100 \$

Commanditaire officiel du programme *J'me prépare pour l'école*, *veux-tu m'aider?*

- Un quart de page de publicité dans notre revue *Alpha INFO*.
- Identification du commanditaire (2po X 3po), dans la section réservée aux commanditaires bronze, à l'entrée du Centre.
- Logo de l'entreprise ou de l'organisation sur notre site Internet avec un lien.
- Publication du nom des commanditaires dans la trousse.

COMMENT ENTRER EN CONTACT AVEC LES COMMANDITAIRES?

Une fois que vous aurez terminé de préparer votre dossier de commandite, vous pouvez communiquer avec les commanditaires en personne, par téléphone ou par la poste. Si vous décidez d'utiliser la poste, assurez-vous de téléphoner, au préalable, pour discuter brièvement avec la personne responsable d'octroyer des commandites.

Selon le moyen que vous privilégiez, assurez-vous d'être très bien préparé, confiant et convaincant. **N'oubliez pas que vous ne demandez pas la charité mais que vous offrez une opportunité.**

Pour convaincre votre commanditaire éventuel, démontrez-lui que votre organisme offre des services de qualité à la collectivité, et qu'avec la commandite qu'il accepte de vous offrir, vous mettez à la disposition de la communauté des services essentiels.

DE QUELLE FAÇON VOTRE DEMANDE SERA-T-ELLE ÉVALUÉE?

Selon :

- ◆ le nombre de personnes touchées;
- ◆ le budget prévu;
- ◆ la visibilité offerte;
- ◆ le potentiel commercial;
- ◆ le nombre de commanditaires;
- ◆ le potentiel médiatique;
- ◆ l'image qui sera véhiculée par l'activité;
- ◆ la perception du public.

POURQUOI APPUYER UN PROGRAMME D'ALPHABÉTISATION FAMILIALE?

- ◆ Le développement de la lecture et de l'écriture commence dès la naissance.
- ◆ Les parents sont les premiers éducateurs de l'enfant.
- ◆ Les parents qui ont de la difficulté à lire ont besoin d'appui pour assumer leur rôle de premiers éducateurs de l'enfant.
- ◆ La responsabilité de la prévention de l'analphabétisme doit être partagée entre la famille, l'école et la communauté.
- ◆ Le cerveau humain se développe essentiellement avant l'âge de six ans (Mustard, 1999).
- ◆ Environ 48 % des Canadiens de 16 ans et plus ont du mal à comprendre et à utiliser l'information (Enquête internationale sur l'alphabétisation, 1996).
- ◆ Les francophones de l'Ontario présentent un profil plus bas d'alphabétisation que celui des anglophones (MFCU, 2001).
- ◆ L'intervention auprès des parents et des enfants contribuera à faire diminuer le nombre de Canadiens faiblement alphabétisés.

QUELS SONT LES AVANTAGES D'UN PROGRAMME D'ALPHABÉTISATION FAMILIALE?

Le programme :

- ◆ soutient les parents pour qu'ils deviennent de meilleurs modèles pour leurs enfants;
- ◆ donne l'opportunité aux enfants de développer leur plein potentiel;
- ◆ permet aux enfants d'avoir de meilleures chances de réussite si leurs parents sont alphabétisés;
- ◆ offre une amélioration des compétences linguistiques et cognitives des enfants;
- ◆ favorise la participation accrue des parents à la vie de leurs enfants;
- ◆ favorise un changement dans les comportements parentaux car les parents consacrent plus de temps à la vie de leurs enfants;
- ◆ diminue les possibilités d'analphabétisme d'une génération à l'autre.

CONCLUSION

La commandite constitue un moyen très efficace d'amasser des fonds. Cela exige beaucoup de travail et de préparation. Il ne faut toutefois pas vous décourager si vous avez de la difficulté à trouver des entreprises et des organisations qui acceptent de vous appuyer. Rappelez-vous que c'est la première commandite qui est toujours la plus difficile à obtenir. Par la suite, vous pouvez utiliser l'engagement du commanditaire pour en convaincre d'autres et démontrer que vous avez des gens de la communauté qui croient en votre projet.

BIBLIOGRAPHIE

Brunet, Lucie, *L'alphabétisation familiale : c'est l'affaire de tout le monde*, Coalition francophone pour l'alphabétisation et la formation de base en Ontario, 2003, 84 pages.

Coalition francophone pour l'alphabétisation et la formation de base en Ontario, Alpha 2000, Cahier de participation, 2000, 363 pages.

Coalition francophone pour l'alphabétisation et la formation de base en Ontario, *Fiches d'information*, 2002.

Lachance, Nathalie, Les commandites, S.D. http://synchroquebec.qc.ca/Information/Synchro_Info/Volumel_numero3/Info_voll_no3_administration.htm.

La stratégie canadienne sur le VHS Sida, *Guide complet des communications pour les organismes sans but lucratif*, S.D., http://www.hc-sc.gc.ca/hppb/vih_sida/pdf/wise_guide_f/welcome_f.pdf.

Montminy, Paul, *La Fondation : Le financement des organismes sans but lucratif*, Éditions D.P.R.M., avril 1996, 156 pages.

Université Laval, *La recherche de commandites : Guide à l'attention des responsables de projets*, 2003-2004, http://www.basc.ulaval.ca/basc/images/commandites_99_20.pdf.