

Note : Les textes modifiés sont identifiés par un trait vertical dans la marge de gauche

A. Contexte

La commandite est une fonction de gestion qui s'intègre parmi un ensemble de moyens que met en œuvre La Financière agricole du Québec (ci-après appelé « La Financière agricole ») afin d'exercer son leadership. De ce fait, elle contribue à l'atteinte des résultats d'affaires de l'organisation.

La Financière agricole a mis en place une directive d'attribution de commandites qui contribue à sa mission, soit de soutenir et de promouvoir, dans une perspective de développement durable, le développement du secteur agricole et agroalimentaire.

Au besoin, La Financière agricole actualise cette directive afin qu'elle soit toujours cohérente avec les orientations et les objectifs corporatifs.

B. But

La présente directive a pour but de déterminer les orientations, le cadre de fonctionnement et les responsabilités de La Financière agricole en matière d'attribution de commandites.

C. Orientations

Par définition, la commandite est une stratégie de communication à travers laquelle l'organisation véhicule des messages positifs qui sont porteurs de sens et qui sont orientés vers une compréhension réelle de son rôle et de sa mission.

La Financière agricole peut accorder des commandites à des événements à caractère social ou spécialisé touchant les secteurs agricoles, agroalimentaires et forestiers, dont des conférences, des colloques, des concours, des activités de reconnaissance ou d'autres types d'événements. Les événements commandités doivent toutefois être en lien direct avec la mission de l'organisation et son plan stratégique.

Ainsi, les activités de gestion des commandites s'effectuent dans le respect des valeurs, des principes et des règles inhérentes au code d'éthique de l'organisation.

Clientèles cibles

La Financière agricole veut promouvoir le développement de la relève agricole. Par conséquent, elle compte assurer sa présence auprès de la relève par l'intermédiaire des commandites en concluant des partenariats qui portent sur les événements organisés pour la relève qu'il s'agisse, par exemple, d'activités :

- a) mettant en valeur les succès et le dynamisme des productrices et producteurs agricoles;
- b) portant sur la diffusion de bonnes pratiques relatives à la gestion agricole;
- c) concernant la diffusion de bonnes pratiques agricoles (culturales et d'élevage), de modes de production qui sont respectueux de l'environnement ou de pratiques socialement responsables;
- d) abordant le démarrage ou le transfert d'entreprise;
- e) promouvant les produits émergents, innovants de même que les produits du terroir;
- f) permettant de faire connaître et de mettre en valeur les produits et les services de La Financière agricole.

La Financière agricole compte également assurer sa présence auprès des autres productrices et producteurs agricoles en concluant des partenariats dans le cadre d'activités qui mettront en valeur les bonnes pratiques d'élevage favorisant la santé et le bien-être animal, les pratiques agroenvironnementales, les pratiques socialement responsables et l'engagement communautaire¹.

¹ Directive sur l'engagement communautaire

Titre : Directive sur l'attribution des commandites

Exceptionnellement, sur approbation du président-directeur général, La Financière agricole pourra commanditer des événements d'envergure nationale qui lui permettront de rejoindre non seulement les jeunes de la relève, mais également les autres productrices et producteurs agricoles lors d'activités autres que celles énoncées précédemment.

D. Critères de pertinence

Crédibilité de l'événement – La Financière agricole doit veiller à ce que l'événement commandité soit crédible. À cet égard, elle s'assure, d'une part, de la saine gestion financière et de la crédibilité du promoteur et, d'autre part, que l'événement ne génère pas de controverses potentielles. Également, La Financière agricole doit s'assurer que le promoteur, dans l'organisation de son événement, agisse de manière responsable à l'égard de la protection de l'environnement et en matière de développement durable.

Objectifs organisationnels – Les événements commandités doivent contribuer à l'atteinte des objectifs de développement et de communication de La Financière agricole. De plus, ils doivent être en lien avec ses activités.

Clientèles visées – Les événements commandités doivent permettre à La Financière agricole de rejoindre sa clientèle actuelle et potentielle et, en priorité, de favoriser une interaction directe avec celle-ci.

Importance de la clientèle visée – Les événements commandités doivent atteindre un nombre significatif de clientes et clients, actuels et potentiels.

Visibilité – La Financière agricole recherche et sélectionne des événements dans lesquels elle est partenaire principale, ou encore, dans lesquels elle bénéficie d'éléments de visibilité qui la démarquent, et qui permettent de faire connaître ou de mettre en valeur ses produits et services.

Rapport coûts/bénéfices – La Financière agricole doit s'assurer que la valeur de la visibilité associée à l'événement commandité est égale ou supérieure au montant de la commandite.

De plus, outre les résultats de l'analyse de pertinence d'un projet de commandite, La Financière agricole refusera de commanditer certains types d'événements tels que les événements à but lucratif (par ex. : les encans d'animaux), les demandes associées au recrutement de membres d'organismes, les demandes de commandites d'événements sportifs et de loisirs (par ex. : les tournois de golf), les demandes de commandites provenant d'organismes publics (municipal, provincial, fédéral), de même que les événements reliés directement à la vie syndicale (par ex. : les assemblées générales annuelles).

E. Évaluation d'une demande de commandite

Toute demande de commandite acheminée à La Financière agricole doit :

- avoir été reçue au moins 30 jours avant la tenue de l'événement;
- être formulée par écrit et doit préciser la visibilité complète qu'elle lui offre;
- faire l'objet d'une analyse de pertinence, à l'aide des formulaires « Avis de pertinence d'un projet de commandite régionale » ou « Avis de pertinence d'un projet de commandite nationale », disponibles dans l'intranet, avant qu'un accord ne soit signifié au promoteur de l'événement.

Titre : Directive sur l'attribution des commandites

F. Processus décisionnel

1- Commandites régionales

L'analyse des demandes de commandites régionales relève de la responsabilité de la directrice régionale ou du directeur régional. Cependant, avant de répondre à la demande de commandite, il doit transmettre l'analyse et sa recommandation à la Direction des communications, qui est responsable du budget global réservé pour les commandites.

La directrice régionale ou le directeur régional :

- analyse la demande et formule sa recommandation;
- transmet sa recommandation signée à la Direction des communications qui en prend connaissance et l'informe de la décision prise;
- prépare et signe la lettre d'acceptation ou de refus, selon le cas, et l'envoie au demandeur, en faisant parvenir une copie à la Direction des communications;
- veille au respect de l'entente de commandite;
- s'assure de faire un suivi post-événement auprès de la Direction des communications.

La Direction des communications :

- prend connaissance de la demande et de la recommandation du directeur régional et prend une décision en tenant compte du budget alloué aux commandites régionales;
- informe la directrice ou le directeur de la décision prise;
- transmet l'avis de pertinence signé par la directrice ou le directeur de la Direction des communications à la directrice régionale ou au directeur régional;
- s'assure de l'émission du chèque et de la visibilité, s'il y a lieu;
- s'assure du suivi de l'enveloppe budgétaire globale;
- compile l'information portant sur le suivi post-événement et produit un bilan annuel au comité de direction.

2- Commandites nationales

Pour toutes les demandes de commandites nationales de 2 000 \$ et moins, la Direction des communications :

- analyse la demande;
- consulte les membres de la vice-présidence concernée, lorsque pertinent;
- formule l'avis de pertinence;
- rédige une lettre d'acceptation ou de refus;
- présente le dossier à la directrice ou au directeur de la Direction des communications qui approuve ou refuse l'attribution de la commandite et signe les documents à cet effet;
- communique avec la directrice régionale ou le directeur régional directement concerné par la tenue de l'activité sur son territoire;
- s'assure du respect de l'entente de commandite;
- veille au suivi de l'enveloppe budgétaire qui lui est autorisée à cette fin;
- fait un suivi post-événement et produit un bilan annuel au comité de direction.

Pour toutes les demandes de commandites nationales de plus de 2 000 \$, la Direction des communications :

- analyse la demande;
- consulte les membres de la vice-présidence concernée, lorsque pertinent;

Titre : Directive sur l'attribution des commandites

- formule l'avis de pertinence;
- rédige un projet de lettre d'acceptation ou de refus de la commandite;
- remet l'ensemble du dossier au président-directeur général pour obtenir son évaluation et son autorisation ou son refus;
- envoie au demandeur la lettre confirmant l'attribution de la commandite, signée par le président-directeur général, ou bien la lettre de refus signée par la directrice ou le directeur de la Direction des communications;
- communique avec la directrice régionale ou le directeur régional directement concerné par la tenue de l'activité sur son territoire;
- s'assure du respect de l'entente de commandite;
- veille au suivi de l'enveloppe budgétaire qui lui est autorisée à cette fin;
- fait un suivi post-événement et produit un bilan annuel au comité de direction.

3- Production d'outils de communication

La production des outils de communication (publicités, bannières, kiosques, objets promotionnels, etc.) utilisés lors de tous les événements commandités est sous la responsabilité de la Direction des communications.

G. Délai de traitement

Un délai de dix jours ouvrables est alloué pour le traitement des demandes au siège social.

H. Résultats

Chaque directrice régionale ou directeur régional réunit les commentaires des conseillères et conseillers présents aux activités et toutes autres données utiles pour le suivi post-événement et le bilan des commandites régionales.

La Direction des communications collecte les informations relatives au suivi post-événement, telles que le nombre de participants et le bilan des commandites nationales auprès des organismes ou individus représentants présents à ces activités.

La Direction des communications produit annuellement au mois d'avril, pour le comité de direction et le conseil d'administration, un bilan des commandites nationales et régionales et propose, le cas échéant, des recommandations sur les actions à réaliser dans l'avenir.

I. Enveloppe budgétaire

La Direction des communications assure le suivi du budget qui lui est alloué, respectivement pour les commandites nationales et régionales.

J. Révision de la directive

La directive fera l'objet d'une révision tous les cinq ans par la Direction des communications, sauf s'il est nécessaire de le faire avant.

K. Diffusion de la directive

La Direction des communications est responsable de la diffusion de la Directive au sein de la FADQ et de son application.

L. Approbation et entrée en vigueur

Cette directive a été approuvée par le président-directeur général et prend effet à la même date.