
Politique concernant l'octroi
de soutien financier
dans le cadre des programmes
publicité et commandites

Décembre 2011

RÉDACTION

Michel Morel
Adjoint à la Direction générale
et à la Présidence du conseil d'administration

COLLABORATION

Jean Charest
Directeur des services administratifs
et des relations publiques

Michael Magner
Conseiller
Direction du partenariat
et de l'intervention individuelle

Guylain Pépin
Conseillère aux programmes
Module des programmes de subventions
Direction du partenariat et de l'innovation

APPROBATION

Conseil d'administration
Séance du 6 mai 2009

LE

14 avril 2009

MISE À JOUR LE

6 décembre 2011

MISE EN PAGE

Doris Allard
Jocelyne Bisson

*Ce document est disponible en médias adaptés
sur demande.*



K:\AgSec-Classe Principale\07 DOCUMENTS
PRODUITS\DOC Publicité_commandites 2011-12-06VF.doc

N/D 1834-01-05

Table des matières

Avant-propos	1
1. Le Comité de coordination des enveloppes budgétaires	3
1.1 Sa composition.....	3
1.2 Son mandat.....	3
2. Les balises concernant l'utilisation de l'enveloppe budgétaire commandites	5
2.1 Nature des demandes considérées.....	5
2.2 Critères d'attribution	5
2.3 Autres considérations.....	6
2.4 Montant maximal.....	7
2.5 Visibilité de l'Office	7
3. Les balises concernant l'utilisation de l'enveloppe budgétaire publicité	8
3.1 Nature des demandes considérées.....	8
3.2 Critères d'attribution	8
3.3 Autres considérations.....	9
3.4 Montant maximal.....	9
3.5 Visibilité de l'Office	9
Conclusion	11

Avant-propos

Dans le cadre de ses activités menées en vue de favoriser l'intégration scolaire, professionnelle et sociale des personnes handicapées du Québec, l'Office des personnes handicapées du Québec (ci-après l'Office) octroie annuellement des sommes dans le cadre de cinq enveloppes budgétaires : le Programme de soutien aux organismes de promotion (SOP) et le Programme de subventions à l'expérimentation (PSE), de même que les enveloppes dédiées aux commandites et à la publicité, et le budget discrétionnaire de la Direction générale.

Les programmes de subventions de l'Office sont actuellement gérés par la Direction du partenariat et de l'innovation (DPI) et, pour une partie, par la Direction de l'évaluation, de la recherche et des communications organisationnelles (DERCO). Les balises du SOP, autant pour les volets « projets ponctuels » que « Semaine québécoise des personnes handicapées (SQPH) » ont été approuvées par le conseil d'administration de l'Office. Quant au PSE, les normes de ce programme ont été approuvées par le conseil d'administration et le Conseil du trésor.

Les enveloppes budgétaires commandites et publicité faisant partie intégrante du budget de fonctionnement sont, elles aussi, bien paramétrées. À cette fin, la direction de l'Office a mis en place un Comité de coordination des enveloppes budgétaires (CCEB) chargé de se pencher sur les demandes reçues et de formuler des recommandations quant au financement octroyé.

Clarification des concepts

Commandite : « La commandite est un droit d'association et de visibilité en échange d'argent ou de services. La commandite est essentiellement une communication par l'action¹ ». Bref, son rôle est d'assurer la présence concrète et significative de l'Office dans un environnement pertinent. La commandite d'un événement permet la réalisation, en tout ou en partie, dudit événement (colloque, souper-bénéfice, publication, etc.). Ce qui apparaît alors, c'est la signature de l'Office.

Publicité : Action visant à faire connaître un produit, un service ou une organisation. Le fait de placer une « publicité » permet à l'Office de passer un message, de faire connaître une activité (par exemple, le Prix Hommage *À part entière*) ou un service (faire connaître les services d'accueil et de référence de l'Office) ou encore de souligner un événement (par exemple, la SQPH, la Journée internationale des personnes handicapées).

¹ MINISTÈRE DES RELATIONS AVEC LES CITOYENS ET DE L'IMMIGRATION (2001), *Guide de gestion de la commandites*, Québec, Les Publications du Québec, p. 37.

1. Le Comité de coordination des enveloppes budgétaires

1.1 Sa composition

La direction de l'Office a mis en place un Comité de coordination des enveloppes budgétaires chargé de se pencher sur les demandes reçues et de formuler des recommandations à la directrice générale. Ce comité, rattaché au Service des relations publiques, était constitué d'un représentant de la Direction générale, d'un représentant de la DPI et d'un représentant du Service des relations publiques.

1.2 Son mandat

A) *Soutenir la prise de décision, c'est-à-dire :*

- analyser les demandes s'inscrivant dans les enveloppes publicité et commandites;
- recevoir, documenter et, lorsque pertinent, référer les demandes de soutien financier vers les programmes gérés par la DPI;
- formuler des recommandations à l'intention de la Direction générale relativement aux réponses à donner aux demandes, de même que des considérations stratégiques concernant le positionnement et la visibilité de l'Office dans chacun des dossiers;
- analyser les demandes déposées dans le cadre du SOP et formuler, à cet effet, les recommandations au directeur de la DPI.

B) *Donner suite aux décisions de la Direction générale :*

- préparer les lettres de réponse;
- assurer tout autre suivi jugé pertinent par la Direction générale.

C) Tenir à jour un registre concernant la gestion des enveloppes commandites, publicité et budget discrétionnaire de la Direction générale :

- mettre en place et tenir à jour un registre consignait les informations relatives aux demandes acceptées ou refusées, aux motifs d'acceptation ou de refus, à l'identification des demandeurs, ainsi qu'à certaines caractéristiques (provenance régionale, type de clientèles, type d'organismes, type de demandes soumises);
- produire différents rapports à la demande de la Direction générale ou du Service des relations publiques.

D) Diffuser l'information :

- informer périodiquement les différentes directions des projets soutenus par l'Office;
- inscrire les informations pertinentes dans l'agenda des relations publiques;
- déposer à la Direction générale un rapport annuel de demandes soutenues par le biais des budgets commandites et publicité.

2. Les balises concernant l'utilisation de l'enveloppe budgétaire commandites

2.1 Nature des demandes considérées

Les demandes de commandites à favoriser devraient porter sur des événements ou des activités susceptibles de générer des retombées intéressantes pour les personnes handicapées ou pour les associations qui les représentent.

L'idée de commandite est souvent associée à la tenue d'événements tels que colloques, conférence, lancement, etc. Cependant, d'autres demandes de commandite sont souvent acheminées pour :

- ✓ des événements sportifs et culturels (tournois de golf, soupers, spectacles, etc.);
- ✓ des événements de type gala;
- ✓ des événements visant la levée de fonds.

On ne saurait écarter systématiquement ce genre de demandes. Elles doivent donc être prises en compte avec une préoccupation stratégique par rapport aux associations qui les font.

2.2 Critères d'attribution

De façon générale, voici les critères d'attribution qui devraient être pris en compte.

En lien avec les orientations de l'Office

- Le projet rejoint :
 1. les objectifs découlant de la Loi assurant l'exercice des droits des personnes handicapées en vue de leur intégration scolaire, professionnelle et sociale;
 2. les objectifs de la politique *À part entière*;
 3. les priorités définies dans le plan stratégique;
 4. les priorités découlant du plan de communication de l'Office.

- Le projet donne à l'Office la possibilité d'établir des liens tangibles avec la population visée par l'événement.
- Le projet offre une visibilité à l'Office.
- La visibilité offerte peut être vérifiée.

En lien avec la pertinence du contenu de l'événement ou de l'activité

- Le projet favorise la diffusion de connaissances relatives à l'intégration sociale des personnes handicapées.
- Le projet permet de documenter des situations se rapportant à l'intégration sociale des personnes handicapées.
- Le projet comporte des retombées intéressantes pour l'intégration sociale des personnes handicapées.
- Le projet est pertinent.

En lien avec la capacité de l'organisme pour réaliser le projet

- Le projet est présenté par un organisme incorporé au Québec, en vertu de la troisième partie de la Loi sur les compagnies.
- Le projet soumis est de qualité.
- Le projet apparaît réaliste (faisabilité).

2.3 Autres considérations

Devront également être prises en compte d'autres considérations :

- le phénomène de récurrence devrait être évité, les budgets publicité et commandites portant sur des activités ponctuelles. Toutefois, le CCEB a adopté le principe qu'une demande semblable présentée pendant trois années consécutives est considérée récurrente. Il peut néanmoins, s'il le juge pertinent, recommander que certaines demandes de soutien financier portant sur des projets récurrents d'envergure susceptibles d'avoir un impact significatif sur la participation sociale des personnes handicapées soient soutenues plus d'une année;

- éviter les demandes multiples, c'est-à-dire, par exemple, les demandes s'adressant à la fois au programme SOP et aux commandites. À cet effet, les collaborations avec le responsable des programmes SOP et PSE seront fort utiles;
- la diversité des publics à rejoindre (réf. : plan de communication);
- la diversité des problématiques;
- la diversité des différentes formes d'incapacités ou de déficiences;
- l'équité entre les régions.

.

2.4 Montant maximal

En général, les demandes de commandite sont relativement modestes et dépassent rarement 3 000 \$. Compte tenu de l'enveloppe budgétaire disponible pour les commandites, le montant maximal d'une commandite ne devrait pas dépasser 3 000 \$. Cependant, il arrive que certaines demandes soient plus importantes. Dans de tels cas, ces demandes pourraient d'abord être prises en compte par les programmes SOP et PSE. Si elles ne répondent pas aux critères de ces programmes mais qu'elles méritent tout de même d'être soutenues par l'Office, elles pourraient être financées si elles recueillent l'avis unanime de membres du CCEB.

2.5 Visibilité de l'Office

Dans le cas de commandites, la visibilité de l'Office passe par la signature de l'Office (apparition du nom et du logo de l'Office) sur les documents pertinents (dépliants, programmes, etc.). C'est le Service des relations publiques qui fournit au commandité les éléments visuels nécessaires.

3. Les balises concernant l'utilisation de l'enveloppe budgétaire publicité

3.1 Nature des demandes considérées

De façon générale, les activités de publicité devraient être intimement liées aux objectifs de visibilité de l'Office. Ces activités devraient être choisies en fonction des objectifs du plan de communication.

Dans certains cas cependant, les opportunités de publicité offertes relèvent davantage de la commandite que de la publicité comme telle. C'est notamment le cas, par exemple, lorsqu'une association de personnes handicapées demande l'achat d'un espace publicitaire dans une publication. Normalement, le tirage de ces publications est limité, tout comme leur diffusion. Néanmoins, on aurait tort d'écarter systématiquement ce genre de demandes.

3.2 Critères d'attribution

De façon générale, voici les critères qui devraient être pris en compte :

- Le projet de publicité est en cohérence avec :
 - ✓ les priorités du plan de communication de l'Office;
 - ✓ les priorités définies dans le plan stratégique;
 - ✓ les objectifs de la proposition de politique *À part entière*.
- Le projet offre une visibilité à l'Office.
- Le projet permet de faire avancer un dossier en rejoignant la population.
- Les coûts sont raisonnables et justifiables.

3.3 Autres considérations

Devront également être prises en compte d'autres considérations :

- tenir compte de projets financés dans le cadre du SOP, volet SQPH;
- le phénomène de récurrence devrait être évité, les budgets publicité et commandites portant sur des activités ponctuelles. Toutefois, le CCEB a adopté le principe qu'une demande semblable présentée pendant trois années consécutives est considérée récurrente. Il peut néanmoins, s'il le juge pertinent, recommander que certaines demandes de soutien financier portant sur des projets récurrents d'envergure susceptibles d'avoir un impact significatif sur la participation sociale des personnes handicapées soient soutenues plus d'une année;
- la diversité des publics à rejoindre (réf. : plan de communication);
- la diversité des problématiques;
- la diversité de différentes incapacités ou déficiences;
- l'équité entre les régions.

3.4 Montant maximal

En général, les demandes de publicité sont relativement modestes et dépassent rarement 3 000 \$. Compte tenu de l'enveloppe budgétaire dédiée à la publicité, le montant maximal d'une publicité de l'Office ne devrait pas dépasser 3 000 \$. Cependant, il arrive que certaines demandes de publicité soient plus importantes. Si elles méritent d'être prises en compte par l'Office, elles devraient être financées si elles recueillent l'avis unanime du CCEB.

3.5 Visibilité de l'Office

Dans le cas des publicités, les modalités de la visibilité de l'Office sont « négociées » auprès du promoteur par le Service des relations publiques, en vertu des normes existant dans les médias concernés. C'est également le Service des relations publiques qui est responsable du contenu et du visuel de la publicité.

Conclusion

Ce document vise à baliser l'octroi de soutien financier par le biais des enveloppes budgétaires publicité et commandites pour la réalisation d'activités et de projets favorisant l'intégration des personnes handicapées. Il s'appuie sur le fonctionnement, depuis deux ans, du Comité de coordination des enveloppes budgétaires. Il pourra être amélioré à l'usage, mais d'ores et déjà, il contribue à réduire l'aspect subjectif de la prise de décision tout en assurant une meilleure visibilité de l'Office.

