

Ligne directrice relative à l'octroi de commandites de la part de l'Ordre et des regroupements régionaux

Février 2023



Ligne directrice sur l'octroi de commandites de la part de l'Ordre et des regroupements régionaux

Contexte

L'Ordre des comptables professionnels agréés du Québec et ses regroupements régionaux sont régulièrement sollicités par divers organismes pour s'associer à titre de commanditaire à des événements ou des activités.

Définitions

Une commandite constitue l'acquisition d'un droit d'association et de visibilité en vue d'en retirer un bénéfice publicitaire ou promotionnel, en échange d'un soutien matériel apporté à une manifestation, à une personne, à un produit ou à une organisation. Elle vise une présence concrète et significative de l'Ordre et de la marque CPA dans un environnement pertinent. Elle permet de livrer un message auprès d'une clientèle cible par l'entremise d'un plan de visibilité.

Objectifs et portée

La ligne directrice vise à formuler les critères qui seront utilisés pour analyser les demandes de commandite soumises à l'Ordre et aux regroupements régionaux. Elle s'applique principalement au personnel de l'Ordre et de la Fondation ainsi qu'aux administrateurs des regroupements régionaux qui sont amenés à recevoir et à étudier les demandes de commandites de tout type.

Réception des demandes

Toutes les demandes de commandites reçues sont évaluées par l'équipe des partenariats de l'Ordre, sous la responsabilité de la vice-présidence, Rayonnement de la profession.

Admissibilité et évaluation des demandes

Admissibilité de la demande

Avant d'être évaluée, une demande doit être jugée admissible par le respect des trois (3) critères suivants :

- **Crédibilité de l'organisme**

La crédibilité est une caractéristique essentielle de la profession de CPA. Celle-ci ne peut donc s'associer qu'à des organismes ou des activités bénéficiant d'une solide crédibilité, indépendamment de leur domaine d'intervention. Dans le contexte d'un financement ou d'une commandite, le terme crédibilité englobe la réputation de l'organisme dans son milieu et auprès des clientèles cibles de l'Ordre ainsi que sa solidité financière.

- **Responsabilité sociale et éthique**

Ayant comme mission première la protection de l'intérêt public, l'Ordre ne saurait s'associer à des organismes dont l'éthique est douteuse ou dont le comportement dénote une absence de responsabilité face aux facteurs environnementaux, sociétaux et de gouvernance (ESG).

- **Cohérence avec la stratégie de marque CPA**

Le positionnement de l'organisme ou de l'activité doit être en ligne avec la stratégie de marque CPA, concorder avec la mission, le rôle et l'engagement de la profession et permettre de renforcer ou mettre en évidence les valeurs de celle-ci.

Il est à noter que le non-respect de l'un des trois critères ci-haut mentionnés entraîne automatiquement l'inadmissibilité de la demande.

Évaluation de la demande

Une demande admissible sera par la suite évaluée en tenant compte de l'enveloppe budgétaire annuelle allouée de même que des trois (3) critères suivants (annexe 1).

- Objectifs stratégiques de l'Ordre en vigueur et messages clés
- Visibilité et rayonnement pour la marque CPA
- Caractéristiques de l'événement

Suivi des demandes et contrat

L'équipe des partenariats donne une réponse par écrit aux demandes reçues dans un délai raisonnable.

Lorsqu'une demande est acceptée, le partenaire de l'événement fait parvenir un contrat à l'Ordre ou au regroupement concerné incluant tous les détails de l'entente. Le contrat est révisé par l'Ordre avant la signature selon des critères préétablis par l'équipe des affaires juridiques.

Activation de la commandite

L'Ordre est responsable de l'activation de la commandite et s'assure que tous les éléments de l'entente sont respectés et conservent un droit de regard sur le matériel diffusé et approuvent celui-ci ainsi que l'utilisation qui est faite du logo CPA avant la tenue de l'événement.

Évaluation des résultats de la commandite

Une évaluation des résultats de la commandite est faite à l'issue de l'activité ou du projet. Le partenaire doit être en mesure de fournir les éléments nécessaires pour effectuer un post-mortem du partenariat.

Annexe 1 – Critères d'évaluation d'une commandite

Objectifs stratégiques et messages clés

Les commandites représentent un moyen de contribuer aux objectifs de certaines [orientations stratégiques de l'Ordre](#), en permettant le rayonnement des messages clés suivants :

- Crédibilité et notoriété du titre
- Relève et recrutement de nouveaux profils
- Accès à des stages diversifiés
- Rôle, expertise et contribution des CPA
- Transformation de la profession (incluant ère numérique et facteurs ESG)
- Rayonnement des membres et/ou de l'Ordre
- Rétention des membres et sentiment d'appartenance

Éléments de visibilité et de Rayonnement pour la marque CPA

De nombreux éléments entrent en ligne de compte lorsque vient le temps de maximiser la visibilité liée à une commandite. Voici les principaux éléments considérés :

- Outils de promotion et de communications du partenaire (pertinence et quantité)
- Nombre de participants (en quantité et en qualité)
- Visibilité sur les lieux (bannières, écrans, programme, vidéo)
- Présence de représentants de l'Ordre lors de l'événement (cocktail, jury, table d'honneur)
- Prise de parole/storytelling (allocution, conférence, panel, etc.)
- Diffusion de contenu sur les plateformes de communication du partenaire (site Web, infolettre, médias sociaux)
- Présentation et/ou remise d'un prix
- Associer la profession à des enjeux, des sujets d'actualité et à des personnalités à l'avant-plan de la vie économique
- Activation possible lors de l'événement (Espace CPA, kiosque, activités, etc.)
- Remise de cadeaux aux finalistes et/ou lauréats
- Remise articles/documents promotionnels
- Valeur ajoutée pour les membres (gratuités, code promo)
- Couverture médiatique
- Quantité et emplacement des logos
- Possibilité de rayonnement sur les plateformes de communication de l'Ordre

Caractéristiques de l'événement et/ou du partenaire

Différentes caractéristiques de l'événement et/ou de l'organisation peuvent avoir une incidence sur le choix d'une commandite :

- Clientèle cible recherchée par l'Ordre (milieu des affaires, entrepreneuriat, milieu gouvernemental, relève, milieu universitaire, membres)
- Coût par participant
- Coût en comparaison avec les autres événements de même catégorie
- Historique de succès de l'activité ou de l'organisme
- Récurrence de l'activité
- Expérience passée avec l'Ordre des CPA
- Compatibilité avec tous les partenaires du projet