

PLAN CADRE DES PARTENARIATS

SOCIÉTÉ DE SAUVETAGE



CONSTAT



La croissance des demandes de partenariats et la diversité des ententes conclues au fil des années rendent nécessaire l'établissement d'un cadre clair afin d'assurer cohérence, équité, crédibilité et alignement stratégique avec la mission de la Société de sauvetage.

Ce plan-cadre vise à structurer les partenariats de la Société de sauvetage afin de :

- Maximiser l'impact de sa mission de prévention de la noyade
- Clarifier la valeur offerte aux partenaires
- Assurer une cohérence, une équité et une crédibilité dans les ententes

RÔLE STRATÉGIQUE DES PARTENARIATS



-  Amplifier la portée des messages de prévention auprès de publics qu'elle ne rejoint pas seule
-  Financer des actions structurantes et des programmes prioritaires
-  Renforcer son positionnement comme expert provincial en sécurité aquatique
-  Créer des alliances cohérentes avec des organisations partageant ses valeurs

TYPES DE PARTENARIATS



1

PARTENAIRE PRINCIPAL (CORPORATIF)

2

PARTENAIRE STRATÉGIQUE (programme ou campagne spécifique)

3

PARTENAIRE PHILANTHROPIQUE

Les partenariats ne constituent pas uniquement une source de financement.

Ils représentent un levier stratégique pour la Société de sauvetage

PARTENAIRE PRINCIPAL



Partenariat stratégique à long terme (3 ans minimum)

Engagements du partenaire principal

- Engagement financier annuel minimal de 35 000 \$
- Don annuel de 10 000 \$ à un ou plusieurs Fonds de la Société de sauvetage
- Partage actif de la mission et des messages de prévention via :
 - a. Ses plateformes de communication
 - b. Ses réseaux internes (employés, membres, clients)
- Rôle de facilitateur stratégique : Mise en relation avec des partenaires potentiels
- Soutien à au moins une activation ou initiative structurante par année

Le partenaire principal est un allié de premier plan de la Société de sauvetage. Il s'associe activement à la mission de prévention de la noyade et contribue au déploiement d'actions structurantes à l'échelle provinciale.

PARTENAIRE PRINCIPAL



Ce que la Société de sauvetage offre :

- Exclusivité sectorielle * (selon validation)
- Visibilité stratégique (site web, rapport annuel, magazine Alerte)
- Présence majeure au Forum annuel
- Association annuelle à une campagne ou un programme phare de la Société de sauvetage (ex. Brigade Splash, Nager pour survivre, sauvetage sportif, etc.)
- Accompagnement stratégique par l'équipe de la Société de sauvetage
- Bilan annuel de performance

*L'exclusivité sectorielle peut être modulée selon les opportunités stratégiques et doit être validée par la direction.

PARTENAIRE STRATÉGIQUE



Partenariat ciblé visant à soutenir un programme, une campagne ou une clientèle spécifique de la Société de sauvetage.

Programmes et campagnes admissibles

- NPS – Ateliers de sécurité aquatique
- Brigade Splash
- Sauvetage sportif
- Campagnes ciblées : nouveaux arrivants, sécurité sur la glace, etc.

Modalités

- Possibilité d'entente annuelle, renouvelable
- Contribution financière déterminée selon :
 - La portée du programme
 - La notoriété
 - Le niveau de visibilité souhaité

Les contributions des partenaires stratégiques se situent généralement dans une fourchette de 7 500 \$ à 30 000 \$, selon la portée du programme, le niveau de visibilité souhaité et l'ampleur de l'activation conjointe.

PARTENAIRE PHILANTROPIQUE



Organisation ou individu effectuant un don ponctuel ou annuel, sans engagement stratégique à long terme.

Caractéristiques

- Contribution financière libre
- Aucun droit de regard ni implication opérationnelle

Reconnaissance offerte

- Reçu officiel de don
- Mention annuelle dans le rapport annuel (niveau philanthropique)
- Lettre de remerciement officielle

SYNTHÈSE



	PRINCIPAL	STRATÉGIQUE	PHILANTHROPIQUE
ENGAGEMENT	3 ANS	ANNUEL	PONCTUEL
CONTRIBUTION	35 000\$ + DON DE 10 000\$	7500 - 30 000 \$	LIBRE
IMPLICATION	ÉLEVÉE	CIBLÉE	AUCUNE

PRINCIPES TRANSVERSAUX



- Tous les partenariats doivent respecter la mission, les valeurs et l'indépendance de la Société de sauvetage
- Aucun partenariat ne peut nuire à l'organisation, à sa crédibilité ou à son expertise
- Les ententes sont évaluées annuellement selon des indicateurs clairs (visibilité, engagement, retombées)
- Certains partenariats peuvent combiner des caractéristiques de différentes catégories. Leur classification est déterminée selon la contribution dominante et validée à l'interne.

INDICATEURS DE SUCCÈS



- Contribution financière totale générée
- Portée et visibilité des messages de prévention
- Nombre et qualité des activations conjointes
- Taux de renouvellement des partenariats
- Satisfaction des partenaires

**En résumé, la Société de sauvetage ne vend pas de la visibilité.
Elle s'associe à des organisations qui souhaitent contribuer activement à la prévention de la noyade et à la
sécurité aquatique au Québec.**

MERCI

