



**APPEL D'OFFRES POUR  
PARTENARIATS AVEC LA  
SOCIÉTÉ DE SAUVETAGE**

**CAHIER DES CHARGES**

**DÉCEMBRE 2018**

## Table des matières

Table des matières .....	1
<b>La Société de sauvetage</b> .....	<b>2</b>
<b>Échéancier</b> .....	<b>3</b>
<b>Critères de sélection et conditions particulières</b> .....	<b>4</b>
Critères de sélection .....	4
Conditions particulières .....	4
<b>Identification du projet</b> .....	<b>5</b>
La Brigade Splash .....	5

## La Société de sauvetage

La Société de sauvetage est un organisme à but non lucratif dont la mission est de favoriser les interactions sécuritaires avec l'eau afin de prévenir les noyades et autres traumatismes.

Depuis 1909, nous multiplions nos efforts pour sensibiliser la population aux dangers aquatiques par l'entremise de nos divers programmes – Sauvetage, Prévention, Nautisme, Secourisme, Expert-conseil, Philanthropie, Sauvetage sportif et Semaine nationale de prévention de la noyade – qui sont complémentaires et concernent l'ensemble de la population.

C'est avec toute la fierté de notre histoire et de nos nombreux projets novateurs que nous proposons à votre entreprise de devenir un partenaire financier de la Société de sauvetage. Il s'agit d'une occasion exceptionnelle de devenir un acteur majeur dans cette grande cause humanitaire qu'est la nôtre : la protection de vies humaines. Tous les efforts consacrés en ce sens, qu'ils soient petits ou grands, permettent d'offrir des environnements aquatiques plus sécuritaires.

Investir dans la Société de sauvetage, c'est poser un geste concret qui aura un réel impact sur la population québécoise. En effet, c'est l'occasion de participer activement à la prévention des noyades lors de la Semaine nationale de prévention de la noyade (SNPN), et de contribuer à la sensibilisation sur les comportements aquatiques sécuritaires par l'entremise de la Brigade Splash.

Ce document vous permettra de vous familiariser avec ce programme que aimerions voir s'épanouir au cours des prochaines années.

Ensemble, contribuons à sauver des vies.

\* Organisme de charité enregistré : 10479 7212 RR0001

## Échéancier

### *Période de questions*

Toute question au sujet de l'appel d'offres doit être envoyée à Cynthia Collette, Responsable – Marketing et événements, à l'adresse suivante : [ccollette@sauvetage.qc.ca](mailto:ccollette@sauvetage.qc.ca).

Les soumissionnaires ont jusqu'au 16 janvier pour poser leurs questions. La Société de sauvetage réunira par la suite toutes les questions soumises et les réponses à ces questions dans un document qui sera envoyé à tous les soumissionnaires avant le 22 janvier 2019.

### *Présentation des soumissions*

Les soumissions devront être transmises par courriel d'ici le 4 février 2019 à Cynthia Collette, Responsable – Marketing et événements, à l'adresse suivante : [ccollette@sauvetage.qc.ca](mailto:ccollette@sauvetage.qc.ca)

La Société de sauvetage informera les soumissionnaires de ses décisions au plus tard le 1er mars 2019.

<b>Étapes</b>	<b>Dates</b>
Diffusion de l'appel d'offres	20 décembre 2018
Date limite de réception des questions	16 janvier 2019
Date limite de transmission des réponses de la Société de sauvetage	22 janvier 2019
Date limite de réception de proposition	4 février 2019
Date limite de transmission du choix de la Société de sauvetage	1 <sup>er</sup> mars 2019

## Critères de sélection et conditions particulières

### Critères de sélection

Description de l'entreprise : 10 %

Motivation à être partenaire : 20 %

Valeur de la commandite : 40 %

Partenariats antérieurs : 15 %

Activation du partenariat : 15 %

### Conditions particulières

Toute entente dépend de la réalisation du projet concerné durant les années 2019 et 2020. La Société de sauvetage se réserve le droit de se retirer de tout engagement dans la mesure où elle se verrait dans l'obligation de cesser certaines activités faute de financement.

La Société de sauvetage tiendra uniquement compte des éléments présentés dans la soumission; par exemple, les partenariats antérieurs ne seront considérés que s'ils ont été indiqués dans le formulaire de soumission.

## Identification du projet

La Société de sauvetage lance un appel d'offres visant à faire la sélection des commanditaires et des partenaires stratégiques qui viendront soutenir l'organisation et/ou le développement de la Brigade Splash pour 2019-2020 :

### La Brigade Splash

#### *Présentation*

La Brigade Splash, issue d'une association entre la Société de sauvetage et la Régie du bâtiment du Québec, a pour but de sensibiliser les usagers des centres aquatiques, ainsi que les employés et les propriétaires de ces établissements, à la responsabilité qu'ils partagent pour assurer la sécurité des lieux de baignade. Depuis 2007, les équipes de la Brigade Splash sillonnent le Québec chaque été afin de diffuser notre message sur la responsabilité partagée.

#### LA BRIGADE SPLASH 2018 EN QUELQUES CHIFFRES

**116** installations visitées

**144** gestionnaires de bains publics rencontrés

**1 346** sauveteurs conscientisés

**4 345** baigneurs directs sensibilisés

**35 301** baigneurs indirects sensibilisés

**8 800** visites sur les pages de [www.brigadesplash.com](http://www.brigadesplash.com) (moyenne de 2 : 03 minutes par visite)

**2359** participants au concours « Les sauveteurs »

#### *Besoins*

La Brigade Splash est également une source de données importante. Dans le cadre de la tournée de la Brigade Splash, la Société de sauvetage organise le concours « Les sauveteurs ». L'un des objectifs que la Société de sauvetage désire atteindre par le biais de ce tirage est d'inciter les sauveteurs à compléter les journaux de bord. Cet outil permet ensuite à la Société de sauvetage de récolter des données sur les événements qui surviennent dans les bains publics du Québec. La Société de sauvetage peut ensuite tirer des tendances, afin d'ajuster ses contenus de formation et ses activités de formation continue, tel que le Forum annuel.

- Prix pour le concours « Les sauveteurs »

### **Historique des dernières années des prix pour le concours « Les sauveteurs » (basé sur les 4 dernières années)**

2015 : une formation de Sauveteur national - Océanique à Hawaii d'une valeur de 3 595 \$

2016 : une formation de Sauveteur national - Océanique à Hawaii d'une valeur de 4 000 \$

2017 : une formation de Sauveteur national - Océanique à Hawaii d'une valeur de 4 000 \$

2018 : une formation de Sauveteur national - Océanique à Hawaii d'une valeur de 4 000 \$

### **Possibilités de visibilité**

À titre d'exemple, voici la visibilité que la Société de sauvetage pourrait offrir aux organisations retenues pour le tirage des concours « Les sauveteurs », en fonction de la valeur de la commandite. Le type de matériel promotionnel et les quantités se préciseront en fonction du soutien financier obtenu par la Société de sauvetage, au même titre que tous les autres moyens retenus.

- Apposition du logo et/ou mention de l'organisation retenue sur le matériel promotionnel des tirages distribué par les animateurs de la Brigade Splash. À titre informatif, 1 200 cartes postales en 4 couleurs et 300 affiches en couleur arborant le logo de l'organisation ont été distribuées en 2018.
- Logo et/ou mention sur le site Internet de la Brigade Splash et de la Société de sauvetage. Lorsque pertinent, le logo de l'organisation sera cliquable vers le site de l'organisation. Durant l'été 2018, il y a eu plus de **8 800** visites sur le site Web [www.brigadesplash.com](http://www.brigadesplash.com).
- Logo et/ou mention sur les médias sociaux. La page [Facebook BrigadeSplash](#), créée en 2010, compte maintenant plus de **2 400** abonnés. La tranche d'âge la plus représentée chez les fans est celle des 18 à 24 ans. Pour les sauveteurs et les animateurs de la Brigade Splash, Facebook est un outil de communication privilégié.
- Dévoilement officiel des gagnants par l'organisation lors du Forum annuel.
- Espace publicitaire sur le site Web de la Brigade Splash.
- Possibilité de distribution d'échantillons par l'entremise de la Brigade Splash.
- Logo et/ou mention dans les envois courriels reliés à la Brigade Splash au concours « Les sauveteurs ».
- Logo et/ou mention dans chaque édition du magazine Alerte :
  - annonce du tirage (printemps-été);
  - mention de la personne gagnante (automne-hiver)

Le magazine Alerte est actuellement distribué aux individus qui détiennent un brevet de Sauveteur national à jour et aux membres affiliés de la Société de sauvetage, et est vendu par abonnement. Le magazine est tiré à plus de **15 000** exemplaires et compte plus de **20 000** lecteurs.