
COMMENT DÉVELOPPER DES PARTENARIATS





Bonjour !

Bienvenue à l'atelier :

« Comment développer des partenariats »

Cet atelier a pour but de vous familiariser avec divers éléments de base liés au développement de partenariats.

Cet atelier, qui favorise le développement de groupes bénévoles, vous est offert afin de renforcer les habiletés de bénévolat au sein de votre organisme ou de votre groupe.

Nous vous offrons cet appui afin d'ajouter quelques éléments à vos connaissances déjà acquises.

Nous vous encourageons à poser des questions à n'importe quel moment durant l'atelier.

Nous espérons que cet atelier vous servira de guide et que vous pourrez l'utiliser, dans l'avenir, en tant que référence dans votre organisme.

Bonne lecture !



Atelier : Comment développer des partenariats

Le partenariat vous permet de créer des liens avec le secteur privé, les organismes gouvernementaux et les autres organismes communautaires et d'associer vos forces dans un projet commun.

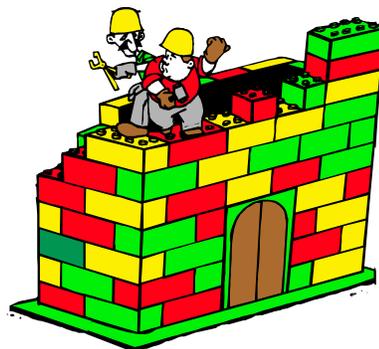


Vos partenaires vous aident à organiser des événements et à développer des programmes.

En partageant les ressources de divers partenaires, l'ensemble du groupe réussit à offrir à la communauté un meilleur produit, qui reflète l'expertise et les connaissances de plusieurs personnes.

Afin de maximiser les ressources existantes, les organismes communautaires réussissent mieux à trouver des partenaires lorsqu'ils ont recours à des **techniques de création de partenariat** éprouvées.

Ce document vous expose ce qu'il faut nécessairement savoir pour trouver et conserver des partenaires.





Vous y trouverez également les cinq outils *indispensables* pour la réussite de la création de partenariat.



Un partenariat débute par un accord pour travailler ensemble à un objectif commun.

Ensemble, les partenaires partagent les responsabilités, les ressources, les mises de fonds, les engagements et les bénéfices. Ensemble, ils apprennent l'un de l'autre et peuvent se développer.

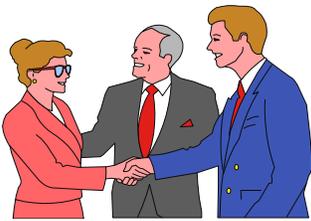
VOUS VOULEZ CRÉER DES PARTENARIATS AFIN D'ALLÉGER LE TRAVAIL ET DE MAXIMISER LES RESSOURCES EXISTANTES ?



En premier lieu, vous devez vous poser les questions suivantes :

- ☉ Quels organismes dans la province ont des intérêts semblables au vôtre ?
- ☉ Voulez-vous travailler avec le secteur privé et/ou public ?
- ☉ Ces groupes ont-ils le même genre d'activités ?
- ☉ Est-ce que ces groupes ont les mêmes besoins ?
- ☉ Est-ce que ces groupes ont une mission qui ressemble à la vôtre ?
- ☉ Quels seront les besoins de votre organisme dans les prochaines années ?
- ☉ Quels genres de groupes pourraient vous aider ?

Il sera important de répondre à ces questions afin de déterminer avec qui l'on voudrait créer des partenariats.

**LES PARTENAIRES APPORTENT UNE AIDE**

Les projets de votre organisme et les services qu'il offre peuvent avoir encore plus de succès avec l'aide de partenaires.

LES PARTENARIATS RASSEMBLENT LES CRÉATEURS

Les partenariats sont de véritables foyers de créativité et de découverte de solutions.

Plus vous vous associez de partenaires, plus vous aurez d'occasions de réunir des gens possédant une variété de ressources et de connaissances.

LE PARTENARIAT COMPORTE DES AVANTAGES

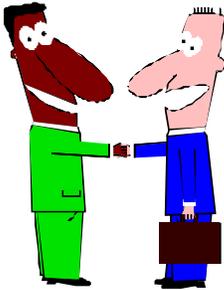


Le partenariat permet à votre groupe de réussir et de maximiser des ressources existantes - ce qu'il ne parviendrait pas à accomplir tout seul.



Le partenariat vous permet de partager :

- ☞ les efforts;
- ☞ les ressources;
- ☞ les programmes et les services;
- ☞ l'information;
- ☞ l'expertise;
- ☞ la direction;
- ☞ l'organisation;
- ☞ la promotion;
- ☞ la visibilité;
- ☞ l'influence;
- ☞ la crédibilité.



LE DÉFI DU PARTENARIAT

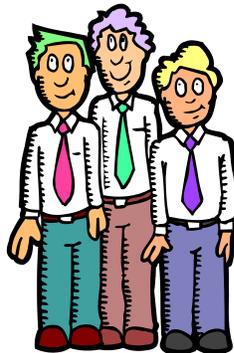
La création et le maintien de partenariats efficaces est un défi même pour l'organisme le plus expérimenté.

Mais tout défi sera pour votre groupe une expérience d'apprentissage et de développement, alors ne vous découragez pas.



Vous découvrirez des façons efficaces de communiquer, d'assigner des tâches, de gérer des projets, de vous réseauter, de consulter les bonnes personnes et de prévenir les risques. Le défi du partenariat consolidera votre confiance en vous, votre esprit d'initiative et vos compétences en leadership.

TYPES de partenariat



Vous avez le choix entre plusieurs formes de partenariat. Vos partenaires peuvent être :



Atelier : Comment développer des partenariats

D'autres organismes communautaires, y compris d'autres organismes communautaires des communautés avoisinantes, des groupes de jeunes, d'aînés, etc.

Des organismes gouvernementaux, dont Culture, Patrimoine et Tourisme, les ministères provinciaux de la santé, les services municipaux, etc.

Le secteur privé, y compris les sociétés et les entreprises d'envergure provinciales et locales.

Les regroupements existants, comprenant des petits groupes communautaires tels que les comités de parents, le 4H, la chorale de votre paroisse, etc.



DES TYPES DIFFÉRENTS DE PARTENAIRES FOURNISSENT DES RESSOURCES DIFFÉRENTES

LES RESSOURCES FINANCIÈRES

Le secteur privé, les organismes gouvernementaux et autres distributeurs d'allocations peuvent fournir des ressources financières au moyen de commandites, de subventions ou de dons.



LES BÉNÉVOLES

D'autres groupes disposeront déjà d'une banque de bénévoles prêts à travailler avec votre organisme. Les partenaires gouvernementaux et du secteur privé sont aussi une source importante de bénévoles qui s'intéressent à l'action communautaire.



LES DONS EN NATURE

Parfois des biens et des services offerts sont aussi valables que de l'argent.

- ✂ Un bureau d'avocats peut vous offrir bénévolement une consultation juridique;
- ✂ Une agence de publicité peut faire gratuitement la promotion de vos messages et de vos activités;
- ✂ Le centre de services bilingues peut vous prêter de l'équipement audiovisuel pour vos événements spéciaux, ainsi que les ressources humaines spécialisées;
- ✂ les compagnies d'imprimerie, les compagnies de transfert, le bulletin communautaire et même votre pizzeria locale peut offrir une affiche gratuite, un déplacement de produit gratuit, un espace de publicité gratuit et de la nourriture gratuite pour vous aider à réussir vos activités de financement.



LE SAVOIR-FAIRE

Les partenaires communautaires, des organismes gouvernementaux et du secteur privé sont une source inestimable de connaissances et de savoir-faire.

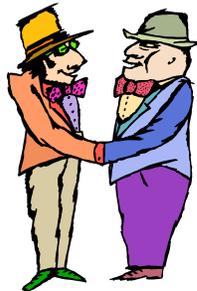


Les partenaires fournissent des services spécialisés, des conseils éprouvés et des opinions d'experts.

Les partenariats réussis reposent sur des plans et des objectifs solides. Leur succès dépend de l'engagement, du temps et des efforts que vous y consacrez.

CONSIDÉREZ LES OPTIONS

Les journaux locaux, les commerces de quartier, les grandes entreprises, les organismes gouvernementaux et les fournisseurs de services d'organismes bénévoles peuvent tous être de bons partenaires. Quel genre de partenariat recherchez-vous ?



PRÉPAREZ VOS CRITÈRES DE SÉLECTION

De bons partenaires vous aideront à réaliser vos objectifs. Identifiez-les à l'aide de critères de sélection judicieux :

Le **TYPE** — Quel genre de partenariat recherchez-vous ?

Le **DEGRÉ D'ENGAGEMENT** — À quel genre d'engagement vous attendez-vous de la part de votre partenaire ?

Les **BESOINS** — Quelles ressources espérez-vous recevoir de votre partenaire ?

La **DURÉE** — Combien de temps le partenariat durera-t-il ?



PENSEZ AUX GENS QUE VOUS CONNAISSEZ

Plusieurs organismes choisissent des partenaires qu'ils connaissent déjà comme fournisseurs, commanditaires ou partisans. Cette façon de faire est fort valable puisque les deux partenaires se connaissent déjà et peuvent avoir une bonne idée de ce qu'ils peuvent réaliser ensemble.

LE CHOIX des meilleurs partenaires

Recherchez ces ressources :

Les annuaires des commerces locaux ou le répertoire d'entreprises et de services de votre région, l'annuaire des services en français de la SFM, les Chambres de commerce, les associations de gens d'affaires fournissent de l'information sur les organismes communautaires et les entreprises.

Si le partenaire répond à vos critères, il n'y a pratiquement pas de limites quant à son domaine d'activité.



ÉLARGISSEZ VOS HORIZONS

Plusieurs commerces ou organismes n'attendent que l'occasion de manifester leur intérêt pour la communauté, et vous pouvez leur fournir cette occasion.

Ce qui pourrait sembler à première vue un drôle de partenariat entre un organisme communautaire lié au patrimoine et un commerce local peut s'avérer un arrangement idéal.



Par exemple, une firme de communications pourrait vous fournir le savoir-faire dans le domaine d'Internet pour développer un site d'information destiné aux adolescents. Vous pourriez, en retour, lui donner un coup de pouce publicitaire auprès de ce groupe.



FORMULES INÉDITES DE PARTENARIAT

Le réseautage pourrait être la clé de découverte des meilleurs partenaires. Le réseautage proactif vous mettra en contact avec des entreprises et des organismes qui pourront devenir d'excellents partenaires.

TACTIQUES PROACTIVES :

Faites réseauter tout le monde : encouragez les membres de votre groupe communautaire à être à l'affût de partenaires éventuels dans leurs relations quotidiennes avec les membres de la communauté.



Faites-vous présenter : tâchez de vous faire présenter aux responsables d'entreprises et d'organismes. Ces présentations peuvent être organisées à partir de vos contacts d'affaires, des membres de votre conseil d'administration, ou de vos commanditaires et partisans.

Faites de la recherche : recherchez les noms et numéros de téléphone de Personnes-ressources susceptibles de faciliter

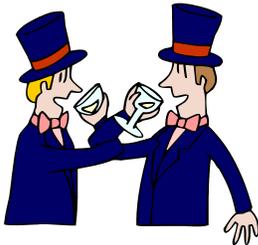


Atelier : Comment développer des partenariats

vosre approche de partenaires éventuels.



Sortez sur le terrain : entrez en contact avec des membres d'organismes et des magasins de partenaires éventuels et présentez-vous. Devenez membre d'associations et assistez aux réunions et congrès de ces associations. Distribuez aux éventuels partenaires de l'information au sujet de votre organisme.



Restez en contact : il faut parfois du temps pour gagner la confiance et susciter l'intérêt de partenaires éventuels; prévoyez donc de communiquer à l'occasion avec vos contacts pour leur donner des nouvelles des projets de votre groupe.

Attirez les partenaires.

Soyez visible. Votre organisme aura de meilleures chances d'être approché si vous êtes déjà reconnu dans les médias et que vous organisez des événements réussis qui rassemblent la communauté.

ABORDEZ VOS PARTENAIRES DE FAÇON PROFESSIONNELLE

Si vous avez eu affaire avec le monde des médias et avez trouvé des commanditaires, alors vous connaissez l'importance d'une approche professionnelle.

Une approche professionnelle assure aux partenaires éventuels que



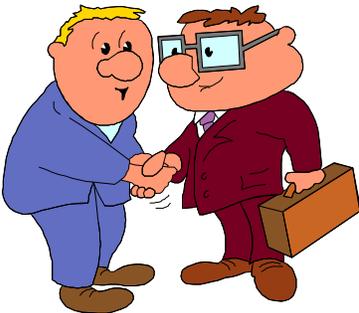
Atelier : Comment développer des partenariats

vous êtes sérieux dans votre intention de collaborer avec eux de façon organisée, structurée et coopérative.



En voici l'essentiel :

- ✓ Concentrez-vous sur votre partenaire;
- ✓ Soyez attentif à ses besoins et à ses aspirations;
- ✓ Faites part de vos besoins clairement et honnêtement;
- ✓ Envisagez le partenariat des deux côtés;
- ✓ Faites une proposition de partenariat et formalisez une entente;
- ✓ Renforcez le partenariat avec confiance et une attitude constructive;
- ✓ Offrez-leur des avantages.



« BONJOUR. JE M'APPELLE JEAN CÔTÉ. NOUS NOUS SOMMES DÉJÀ RENCONTRÉS À... »

Il est très facile d'approcher des partenaires éventuels si vous les connaissez déjà. Le partenaire éventuel a peut-être déjà fait un don à votre organisme auparavant, il est peut-être un commanditaire de longue date ou vous le connaissez par le biais d'activités de réseautage de votre groupe.

RÉSEAUZEZ, ENCORE ET TOUJOURS...

Si vous ne connaissez personne en mesure de prendre des décisions chez un partenaire éventuel, trouvez qui est le décideur et établissez le contact avec lui avant de procéder à votre approche formelle.



Atelier : Comment développer des partenariats

Servez-vous de quelques-unes de ces tactiques :



- présentez-vous en personne, autant que possible, mais faites une visite à l'improviste
- faites parvenir votre *document d'information* et des exemplaires de coupures de presse convaincantes;
- parlez-leur de vos prochains projets et des événements à venir dans une lettre au style vivant;
- invitez-les à visiter vos lieux de travail et à participer à l'un de vos événements;

L'APPROCHE

CHOISISSEZ LA MEILLEURE APPROCHE

La façon d'aborder un partenaire éventuel dépend de deux facteurs : ce que votre organisme recherche, et si le partenaire éventuel vous connaît bien ou pas.

PAR TÉLÉPHONE

Abordez un partenaire éventuel par téléphone lorsque :

- vous devez lui présenter brièvement votre organisme;
- vous devez organiser une rencontre pour présenter une proposition de partenariat;
- vous demandez une contribution modique ou un engagement à court terme avec votre organisme.





PAR LA POSTE

Abordez un partenaire éventuel par la poste lorsque :

- vous désirez présenter votre organisme par écrit avant de téléphoner ou;
- votre organisme lui est déjà familier, mais que vous souhaitez le tenir au courant de vos activités
- vous demandez un don annuel ou des bénévoles

EN PERSONNE

Abordez un partenaire éventuel en personne, lors d'une rencontre formelle ou informelle, lorsque :

- ≈ votre organisme lui est déjà familier;
- ≈ vous souhaitez renforcer votre relation avec lui;
- ≈ vous lui présentez une proposition de partenariat;
- ≈ vous demandez un don considérable ou un engagement assez important à contribuer à vos activités.

Votre ultime objectif est une rencontre face-à-face pour parler d'un partenariat mutuellement avantageux.



Mais il faudra peut-être consacrer du temps et de l'énergie, quelques coups de téléphone et un peu de courrier pour bâtir une relation qui puisse mener à un partenariat durable.

Élaborez votre stratégie pour vous rappeler d'effectuer des contacts régulièrement.

MÉTHODES D'APPROCHE

UNE BONNE PROPOSITION SERT DE TREMLIN AU PARTENARIAT

Un partenaire éventuel sera conquis si vous l'approchez avec une proposition bien préparée.



Atelier : Comment développer des partenariats

Votre proposition est la première étape officielle sur la voie d'un accord de partenariat. C'est la base de la discussion.

Elle précise par écrit les différents aspects d'un partenariat éventuel, dont vos objectifs, vos besoins, un échéancier, et comment le tout se déroulera.

VOUS, VOTRE PARTENAIRE ET LA COMMUNAUTÉ

Une bonne proposition tient compte de deux grands facteurs dans un partenariat : **vous et votre partenaire**. Quels seront les avantages pour chacun de vous deux ? De quelle façon chacun de vous contribuera-t-il au partenariat ?



De plus, la proposition convaincra votre partenaire éventuel que votre engagement mutuel se traduira par des avantages substantiels pour la **communauté**.

Bien que votre partenaire éventuel soit intéressé à la façon dont il sera engagé dans l'activité, il le sera encore plus par l'impact positif que son engagement aura sur le public.

Une bonne proposition globale

Incluez :

- de l'information générale sur votre organisme et ses réalisations;
- les objectifs du partenariat;
- un calendrier de réalisation de vos objectifs;
- les rôles et responsabilités que vous et votre partenaire partagerez;
- des lettres de références;
- comment vous contacter;

UNE ENTENTE SIGNÉE EST ESSENTIELLE À UN PARTENARIAT EFFICACE

Étant donné qu'un partenariat requiert le partage des ressources et des responsabilités, il est important que votre groupe et votre partenaire signent une entente formelle.



Atelier : Comment développer des partenariats

Cette entente élimine les malentendus et les conflits; elle fournit aux partenaires un but bien précis. De plus, l'entente vous procure un moyen d'évaluer si le partenariat a contribué ou non à l'atteinte des objectifs des deux parties.



TOUTE ENTENTE FORMELLE COMPREND LES ÉLÉMENTS SUIVANTS :

- ☐ vos objectifs;
- ☐ un échéancier pour la réalisation des objectifs rattachés au partenariat;
- ☐ les responsabilités de chaque partenaire;
- ☐ les ressources que chaque partenaire fournit dans le cadre du partenariat;
- ☐ comment sera évalué le partenariat, et à quelle fréquence;
- ☐ un calendrier des réunions des partenaires;
- ☐ une clause qui explique comment le partenariat peut prendre fin.

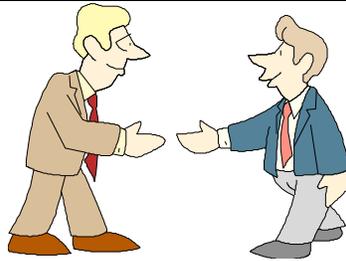
LES ENTENTES SONT DES QUESTIONS SÉRIEUSES

Une fois l'entente signée, votre groupe est légalement tenu de respecter les conditions de cette entente. Il est donc important de ne pas donner votre accord à tout point qui pourrait compromettre votre groupe.

Vous devez :

- examiner attentivement votre entente;
- obtenir les conseils d'une personne qui connaît bien les ententes de partenariat;
- obtenir l'engagement de tous les membres de votre groupe à l'égard de l'entente.

Cette section explique en détail cinq outils qui vous permettront de devenir un professionnel en établissement de partenariats.



**PERFECTIONNEZ VOS APTITUDES EN ÉTABLISSEMENT DE
PARTENARIATS EN UTILISANT CES OUTILS ESSENTIELS :**

- 1 Les critères de sélection**
- 2 La lettre de présentation**
- 3 La proposition de partenariat**
- 4 L'entente de partenariat**
- 5 L'évaluation**

Outil no 1

LES CRITÈRES DE SÉLECTION

Les critères de sélection vous aideront à décider si un organisme peut devenir un bon partenaire. Vous devez créer votre propre liste de contrôle et évaluer votre partenaire par rapport à chacun des critères de sélection avant d'accepter toute entente de partenariat.

Si votre partenaire répond aux critères essentiels, vous pouvez entreprendre les négociations en vue d'une entente formelle. Si l'organisme ne répond pas à vos critères, vous le saurez dès le départ.





VOUS DEVEZ TENIR COMPTE DES POINTS SUIVANTS :

Le partenaire éventuel est-il d'accord ou non avec votre mandat ?
De quelle manière le partenaire éventuel peut-il vous aider à remplir votre mandat ?
Type, envergure, besoins et durée du partenariat.

AFIN DE COMPLÉTER VOTRE LISTE DE CONTRÔLE, VOUS DEVEZ RASSEMBLER DE L'INFORMATION PROVENANT DES SOURCES SUIVANTES :

- ☺ les personnes que vous connaissez au sein de l'organisme partenaire éventuel;
- ☺ le site Web de votre partenaire éventuel;
- ☺ les entreprises et les personnes connaissant bien le partenaire éventuel;
- ☺ les répertoires d'entreprises;
- ☺ les couvertures médiatiques.



Outil no 2

LA LETTRE DE PRÉSENTATION

La lettre de présentation constitue votre meilleur outil d'approche du partenaire éventuel. Une lettre bien rédigée vous ouvrira la porte et vous permettra d'obtenir une entrevue en personne — au cours de laquelle une discussion réelle sur l'établissement d'un partenariat peut être entreprise.

La lettre d'introduction fournit de l'information essentielle sur votre groupe et vos projets d'établissement de partenariats.

- μ Information de base sur votre groupe, y compris la liste des membres et des réalisations;
- μ Impact du partenariat sur la communauté;
- μ Pourquoi la participation du partenaire éventuel est-elle essentielle ?
- μ Quels seront les avantages pour le partenaire éventuel ?



- μ Invitation à agir ou suggestion d'une réunion en personne.

STYLE DE LA LETTRE

- Rédigée sur le papier à en-tête de votre groupe;
- Adressée à une personne en particulier de l'organisme partenaire éventuel;
- Préférentiellement une page —deux pages au maximum;
- Rédigée en langage précis et clair;
- Signée par une personne que le partenaire connaît ou par la personne qui servira de personne-ressource au partenaire;
- Doit comprendre tous les renseignements nécessaires.



Outil no 3

LA PROPOSITION DE PARTENARIAT

La proposition de partenariat est un document qui est inclus dans la trousse de partenariat.

Elle a pour but de *persuader* un organisme de se joindre à votre organisme en formant un partenariat.

Votre proposition devrait expliquer en détail de quelle manière le partenariat fonctionnera, de quelle manière la communauté en profitera et quelle sera la contribution de chaque partenaire au sein du partenariat.

QUE COMPREND LA PROPOSITION ?



Atelier : Comment développer des partenariats

- i. Une description de vos besoins de partenariat
- ii. Une description des avantages du partenariat pour la communauté
- iii. Une description des ressources fournies par votre partenaire éventuel
- iv. Un échéancier pour la réalisation de vos objectifs
- v. Des renseignements sur la personne-ressource
- vi. La signature du président de votre organisme



Outil no 4

L'ENTENTE DE PARTENARIAT

L'entente de partenariat est un document qui décrit les objectifs et les attentes d'un partenariat. N'oubliez pas que vous et votre partenaire devriez signer une entente.

L'ENTENTE DEVRAIT INCLURE LES ÉLÉMENTS SUIVANTS :

- Une déclaration générale sur les objectifs du partenariat
- Une description détaillée des objectifs précis relatifs aux projets
- Qu'est-ce que chaque partenaire apportera au partenariat ?
- Qu'est-ce que chaque partenaire retirera du partenariat ?





MODÈLE D'ENTENTE DE PARTENARIAT

LETTRE D'ENTENTE – Pour partenariat simple

Cette lettre décrit les grandes lignes de l'entente de partenariat conclue entre la Société historique de Lourdes et le Centre Gabrielle-Roy dans le but de regrouper le développement historique francophone de la région de la Montagne.

Généralités : *[Décrire en quelques mots la campagne de regroupement]*

Objet : *[Décrire la raison d'être de l'entente]*

Objectifs : *[Décrire les objectifs du regroupement – soit en termes généraux, soit en énumérant les résultats souhaités]*

Rôles et responsabilités : *[Décrire les rôles exécutifs et les responsabilités financières de chaque partenaire et les activités spécifiques dont chacun sera responsable]*

Durée et évaluation : *[Définir la durée du partenariat, les échéanciers, les procédures d'amendement et les modalités du processus d'évaluation]*

Résiliation :

p. ex. L'entente peut être résiliée par l'un ou l'autre des partenaires sur réception d'un avis écrit de résiliation de trente (30) jours. Durant la période de trente jours, chacun des partenaires devra s'acquitter des responsabilités et des obligations décrites dans la lettre d'entente.

Identification des partenaires (si voulu) :

Les logos des deux partenaires devront apparaître sur tout matériel distribué, diffusé ou mis à la disposition du public

Acceptation :

Nom et titre

Nom et titre

Date : _____

Exemple d'entente simple #1

**LETTRE D'ENTENTE**

entre

Société historique de Lourdes Inc. d'une part

et

Centre Gabrielle-Roy d'autre part

Énoncé du projet conjoint

Le but de cette entente est de développer un partenariat entre la Société historique de Lourdes Inc. et le Centre Gabrielle-Roy afin de créer un Écomusée de la Montagne Pembina et de continuer le regroupement du développement historique francophone de la région de la Montagne.

La Société historique de Lourdes Inc. regroupe déjà le Musée des Pionniers, le Musée des Chanoinesses, le Site historique et le Musée de la Chapelle Sainte-Thérèse de Cardinal, l'École Théobald et le Musée des Salamandres de Saint-Léon, l'École Saint-Adélard et le monument Pantel. Avec cette entente de partenariat, la Société historique de Lourdes propose d'aider au développement du Centre Gabrielle-Roy de Somerset comme faisant partie de l'Écomusée de la Montagne Pembina, en développement.

Le partenariat entre ces deux villages, Notre-Dame-de-Lourdes et Somerset, a pour but de mettre sur pied l'Écomusée de la Montagne Pembina sous l'égide de la Société historique de Lourdes Inc., mais que chaque groupe gère son propre projet et soit responsable de ce dernier.

D'UN COMMUN ACCORD, les parties conviennent de ce qui suit :

- 1) L'entente s'étendra sur une période de cinq ans, après laquelle l'entente sera renouvelée automatiquement annuellement si aucun changement n'est proposé par l'un des partenaires.
- 2) Il est entendu que le Centre Gabrielle-Roy fonctionne indépendamment (separate operating agreement) des musées de Notre-Dame-de-Lourdes, tout en faisant partie de l'Écomusée de la Montagne Pembina.
- 3) Il est entendu que Somerset entre dans cette entente sans attente de bénéfices financiers. Cependant, Somerset pourra profiter du numéro d'incorporation de la Société historique de Lourdes Inc., de son expertise à développer des demandes de subvention et du numéro de bienfaisance de la Société historique de Lourdes Inc.
- 4) La Société historique de Lourdes Inc. demande que le Centre Gabrielle-Roy embauche, pour la vérification financière annuelle, Talbot & Associés Ltd.
- 5) Le Centre Gabrielle-Roy maintiendra un compte chèques à la Caisse populaire de Lourdes avec un signataire de Somerset et un signataire de Notre-Dame (soit le président ou le trésorier).
- 6) Il est entendu que le Centre Gabrielle-Roy sera responsable de ses dépenses et gèrera lui-même les subventions reçues pour chaque projet.
- 7) Il est entendu que Somerset versera une contribution d'administration équivalente à 2 % à la Société historique de Lourdes lorsqu'ils recevront une subvention.
- 8) L'entente peut être résiliée par l'un ou l'autre des partenaires sur envoi d'un avis écrit de résiliation de trente (30) jours. Durant la période de trente jours, chacun des partenaires devra s'acquitter des responsabilités et des obligations décrites dans la lettre d'entente

Fait à _____ le _____ 200.

Pour le Centre Gabrielle-Roy
Somerset

Pour La Société de
historique
de Lourdes Inc.



Atelier : Comment développer des partenariats

M. _____, président

M. _____, président

Mme _____, trésorière

M. _____, trésorier

Témoign

Témoign

Outil no 5

L'ÉVALUATION

Il est essentiel d'effectuer une évaluation périodique et formelle de votre partenariat — quant à sa capacité de répondre aux besoins changeants de la communauté, et quant à la réussite des projets et des événements conjoints — si vous désirez que le partenariat demeure efficace.

Selon vos besoins, des évaluations peuvent être effectuées par un examinateur professionnel, des membres de la communauté, des représentants de chaque groupe partenaire ou simplement par une personne de votre groupe.

Des évaluations périodiques devraient être prévues par votre entente de partenariat.

ÉVALUATION DU DÉVELOPPEMENT HISTORIQUE FRANCOPHONE DE LA RÉGION DE LA MONTAGNE

COTE D'ÉVALUATION : 1 (INADÉQUAT) - 10 (EXCELLENT)

ADMINISTRATION

- 🌐 coordination globale
- 🌐 respect des échéanciers de la campagne
- 🌐 gestion du bureau
- 🌐 réponse aux demandes de renseignements du public
- 🌐 coordination des relations avec les médias



Atelier : Comment développer des partenariats

- 🌐 efficacité des relations entre les partenaires

MATÉRIEL

- 🌐 production des publicités en temps opportun
- 🌐 participation des deux partenaires à la conception de l'affiche
- 🌐 coordination du contrat de production des publicités avec la division de la publicité et des communications du Centre Gabrielle-Roy

DÉROULEMENT DE LA CAMPAGNE

- 🌐 mise en place des affiches
- 🌐 couverture dans les journaux
- 🌐 diffusion des communiqués d'intérêt public
- 🌐 coopération des entreprises

RÉPONSES

- 🌐 Réception de l'information
- 🌐 hausse du nombre de visites sur le site Internet des partenaires
- 🌐 hausse du nombre d'appels effectués à la ligne d'information du Centre Gabrielle-Roy
- 🌐 enquête informelle menée après la campagne auprès des membres et bénévoles participants
- 🌐 enquête menée après la campagne auprès des centres communautaires et des entreprises participantes

FINANCES

- 🌐 fonds reçus
- 🌐 respect du budget de la campagne
- 🌐 utilisation efficace des fonds de la campagne

LE PARTENARIAT EST À L'AVANTAGE DE TOUS

Votre groupe tire profit du partenariat, et vos partenaires aussi.
Les ressources partagées - c'est un élément gagnant pour tous !

Les sociétés et les entreprises profitent du partage de divers éléments contribuant à leurs activités.

En travaillant ensemble, les divers intervenants contribueront à améliorer l'image et l'efficacité de leurs groupes dans la communauté.



Assurez-vous du succès de votre partenariat en suivant ces 12 étapes éprouvées :

1 Connaissez votre organisme

Examinez la façon dont un partenariat s'inscrirait dans le cadre du mandat de votre organisme. Comment pourrait-il renforcer votre groupe ?

2 Sachez quels sont vos objectifs

Examinez quels sont les besoins de votre organisme pour remplir son mandat et quel type de partenariat pourrait les combler.

3 Ébauchez votre politique de partenariat

Après avoir évalué la situation et les objectifs de votre groupe, vous vous mettez en quête de partenaires. Vous travaillerez avec eux et vous évalueriez la réussite de votre partenariat.

4 Développez une compétence en matière de partenariat

Demandez conseil en matière de développement de partenariats.

Invitez un représentant d'un autre groupe communautaire provincial à venir entretenir votre groupe de ses expériences de partenariat.

5 Prenez connaissance des partenariats qui existent déjà

Examinez la possibilité de vous allier à des partenariats déjà développés.

6 Choisissez les meilleurs partenaires



En tenant compte de votre politique en matière de partenariat, opérez un choix parmi les organismes auxquels vous voulez proposer un partenariat.

7 Abordez votre partenaire éventuel

Identifiez les décideurs et présentez-vous. Présentez-leur votre organisme et tâchez de savoir s'ils sont intéressés à s'engager dans un partenariat.

8 Convoquez une réunion formelle

Rencontrez vos partenaires éventuels et tâchez de savoir ce qu'ils recherchent dans un partenariat, ce qu'ils peuvent y consacrer, et comment vous pourriez travailler avec eux.

9 Préparez une bonne proposition

Tâchez de convaincre un partenaire éventuel de s'associer à votre groupe en lui présentant une proposition qui détaille la forme du partenariat et les avantages dont bénéficieront vos deux organismes et toute la communauté.

10 Concluez une entente

L'entente décrit en détail le fonctionnement du partenariat, le partage des responsabilités et une méthode d'évaluation du partenariat.

11 Entretenez votre partenariat

Un partenariat est un apprentissage dynamique et continu. Évaluez régulièrement les avantages que votre groupe tire de votre partenariat.

12 Sachez quand mettre fin à un partenariat

Si les objectifs de votre partenariat ont été atteints ou si celui-ci ne fonctionne pas aussi bien qu'il le pourrait (même après des efforts pour remédier à la situation), il serait peut-être mieux de songer à y mettre fin et à dissoudre l'entente.

Les accords de partenariat peuvent inclure une clause de dissolution prévoyant la façon de répartir les fonds et les autres ressources.



Atelier : Comment développer des partenariats

Bien sûr, l'abandon du partenariat ne signifie pas que vous deviez mettre fin
À vos relations avec le partenaire.



Source du document : Santé Canada