



Cette directive a pour objectif d'encadrer les pratiques autorisées en matière de commandite et de marketing au sein du Conseil scolaire acadien provincial (CSAP). Elle vise à encadrer les activités promotionnelles tout en respectant les valeurs et les principes du CSAP. En définissant clairement ce qui est permis, cette directive permet de maximiser les opportunités de partenariat tout en garantissant que les activités de marketing et de commandite se déroulent de manière transparente, éthique et conforme aux objectifs stratégiques du CSAP.

Cette directive vise à limiter les influences commerciales néfastes qui pourraient compromettre la santé et le développement des jeunes, et à s'assurer que toute collaboration avec des entreprises ou des organisations respecte les valeurs organisationnelles et la mission du CSAP. Elle s'applique tant au niveau des écoles et des bureaux qu'à l'ensemble du système. Cette directive guide les décisions de commandite pour toutes les activités du CSAP, que ce soit une activité scolaire, de recrutement, un projet du CSAP ou autres instances.

### **Définition de la commandite**

La commandite est définie comme un soutien financier ou en nature offert par une organisation externe en échange de la reconnaissance publique ou d'autres formes de visibilité. Contrairement aux dons philanthropiques, la commandite prévoit un bénéfice direct pour le commanditaire.

### **Définition de la publicité**

La publicité est une forme de communication ou un message, dont le contenu est contrôlé directement ou indirectement par l'annonceur qui souhaite rejoindre des personnes par différents outils de communication (dépliants publicitaires, messages courriel, etc.).

La publicité vise à influencer le choix, l'opinion ou le comportement d'un individu. Elle peut viser l'achat ou l'utilisation d'un produit ou d'un service, mais elle peut aussi véhiculer un message d'intérêt public (par exemple; alcool au volant, cigarette, etc.).



### Directive

- Toutes les commandites doivent être alignées avec la mission et les objectifs éducatifs du CSAP.
- Aucune commandite ne doit influencer les décisions pédagogiques ou administratives du CSAP.
- Toutes les transactions liées aux commanditaires doivent être effectuées de manière transparente et éthique, sans conflit d'intérêt.
- Le CSAP se réserve le droit de refuser toute offre de commandite provenant d'organisations dont les pratiques ou les produits ne sont pas conformes aux valeurs, mission et vision du CSAP. Notamment, les entreprises liées au tabac, à l'alcool, aux jeux d'argent, ou à tout produit ou service jugé inapproprié pour l'environnement éducatif seront exclues.
- Les modalités de reconnaissance des commanditaires (par exemple affichage de logos, mentions lors d'événements, etc.) doivent être clairement établies dans les ententes de commandite. Cependant, la visibilité offerte ne doit en aucun cas empiéter sur les activités pédagogiques ou nuire à l'image du CSAP. Le CSAP doit rester conforme à la politique 241.
- Selon la [politique 241](#) : Choix du nom d'une école ou d'une partie d'une école, une commandite ne peut pas être faite pour nommer une école ou un espace dans une école.

Le CSAP n'acceptera pas de partenariats ou de fonds provenant des entités suivantes :

- Entreprises dont l'activité principale est la production ou la vente d'alcool, de tabac, de cannabis, de produits de vapotage, de jeux d'argent, de boissons énergisantes ou de tout produit jugé nocif pour la santé des élèves ou du personnel.
- Entreprise dont l'activité principale est une activité illégale pour les mineurs.
- Toute entreprise souhaitant promouvoir sa marque directement auprès des jeunes en échange d'un soutien financier.



- L'acceptation ou le refus d'une commandite de plus de 10 000 \$ ou plus (incluant l'objet, le montant, et la visibilité) relève de la décision du secteur des communications. Voici les principaux critères utilisés pour guider la prise de décision ainsi que les modalités d'une entente entre le commanditaire et le commandité :
  - Les missions des deux parties doivent être compatibles;
  - Les valeurs des deux parties doivent être en harmonie;
  - La visibilité de l'organisme ne doit pas nuire à la réputation du CSAP;
  - L'entente ne doit pas entraîner de conflit d'intérêt ou donner lieu à une apparence de conflit d'intérêt. Voir la politique 450 : [Conflit d'intérêts pour les employés des conseils scolaires](#).
- Le CSAP ne peut pas être commanditaire pour une activité d'une école/CSAP ou projet financé par le conseil scolaire.

---

**Responsable :**                      Coordonnateur(-trice) des communications  
**Évaluation :**                      Coordonnateur(-trice) des communications

---

**Procédure administrative :**      --  
**Formulaire :**                        --