



Pluri-elles (Manitoba) inc.

Guide de partenariat

Adopté le :
25 novembre 2015

Table de matières

INTRODUCTION.....	2
QU'EST-CE QU'UN PARTENARIAT ?.....	3
LE PARTENARIAT : CE QU'IL N'EST PAS.....	4
POURQUOI UN PARTENARIAT ET RIEN D'AUTRE ?.....	5
QUELQUES AVANTAGES :.....	5
QUELQUES INCONVENIENTS :.....	6
STRUCTURES ET FONCTIONS DES PARTENAIRES.....	7
FONCTION.....	7
STRUCTURE.....	7
DÉGRÉ DE PARTICIPATION.....	9
LEÇON À TIRER.....	9
POINTS À CONSIDÉRER.....	9
PRÉPARATION D'UN PARTENARIAT.....	10
CONDITIONS QUI APPUIENT LES PARTENARIATS EFFICACES.....	10
AVOIR DES PREOCCUPATIONS OU DES INTERETS COMMUNS.....	10
Lettre de présentation	12
Modèle de lettre de présentation :.....	13
Proposition de partenariat	14
Modèle de proposition.....	15
Modèle d'entente de partenariat.....	16

INTRODUCTION

Les partenariats solides et durables ne sont pas le fruit d'une génération spontanée. Il faut qu'ils soient compris, correctement mis au point et bien entretenus. Nous avons besoin de compétences, de connaissances et d'expériences lorsque nous réunissons des gens pour former des partenariats utiles et productifs. Bon nombre d'entre nous entretiennent des doutes sur l'un ou l'autre des divers aspects des partenariats, et, dans le cas contraire, peut-être ne sommes-nous pas capables de partager efficacement nos connaissances avec autrui. Le présent ouvrage vise à aider les gens à se renseigner davantage à propos de la nature des partenariats et à présenter des suggestions quant à la manière d'y participer efficacement.

Même si le présent guide met l'accent sur les partenariats communautaires, les renseignements et les processus s'appliquent à la plupart des efforts de partenariat. Ils deviennent distincts lorsqu'ils rendent leurs modalités officielles, notamment par l'entremise de divers mécanismes comme des ententes informelles, des protocoles ou des lettres d'entente, des accords officiels ou des structures juridiques traditionnelles. Il est essentiel que tous les partenaires réalisent bien au préalable ce que suppose leur engagement. Comme les partenariats peuvent lier les parties sans accord écrit, les futurs partenaires devraient obtenir des conseils juridiques au moment où ils s'engagent à unir leurs forces et à partager des ressources.

Les partenariats ne sont pas nouveaux, ; ils existent depuis très longtemps. Ce qui est nouveau, c'est l'importance qu'ils ont prise dans des aspects de notre vie et qu'ils sont si différents les uns des autres. Depuis les services communautaires jusqu'aux initiatives en matière d'emploi et d'économie, des groupes qui, autrement, ne mettraient pas leurs ressources en commun s'unissent pour former des partenariats. Ils estiment au fond qu'il est plus efficace de travailler de concert que dans l'isolement. Voilà une aptitude qu'adoptent les organisations qui doivent prendre en considération ou faire se conjuguer une vaste gamme d'intérêts, de même que celles qui n'ont qu'une seule cause à servir. Les partenariats sont en train de devenir un moyen logique et populaire d'entreprendre des actions – particulièrement lorsque celles-ci contribuent au mieux-être de nos collectivités ou viennent en aide à ceux qui en font partie.

QU'EST-CE QU'UN PARTENARIAT ?

On définit un partenariat comme étant une relation dans laquelle au moins deux parties ayant des objectifs compatibles s'entendent pour faire quelque chose ensemble. Les partenariats concernent les gens qui travaillent ensemble dans une relation qui leur procure des avantages communs et qui leur permet de faire ensemble des choses qu'ils ne pourraient accomplir seuls.

Le partenariat suppose le partage des ressources, du travail, des risques, des responsabilités, de la prise de décisions, des pouvoirs, des avantages et des fardeaux. Il devrait ajouter de la valeur aux situations, aux services et aux produits respectifs de chaque partenaire. Les partenariats sont une relation de compromis. Les partenariats sont donc fondés sur des responsabilités identifiables, des droits communs et des obligations et souvent sur la légalité, la régie partagée et la réglementation. Lorsque l'on crée des partenariats, on cherche à réunir les bonnes personnes au bon moment pour faire ce qu'il faut ensemble.

Un véritable partenaire établit une relation officielle entre des partenaires. Normalement, les partenaires ont leur propre identité à l'extérieur du partenariat et sont responsables de façon indépendante envers les autres ainsi qu'envers le partenariat. Les parties prennent des mesures ou concluent des transactions lorsque chacune d'entre elles s'attend à un bénéficiaire et convient de partager les risques.

Concrètement, un partenariat est une entente en vertu de laquelle les parties accomplissent ensemble quelque chose qui profitera à tous.

De nombreux avantages encouragent la création d'un partenariat. Il permet entre autres de trouver des solutions créatrices, d'élargir la diversité, d'envisager des approches holistiques et d'améliorer le rendement de nos diverses activités. Les partenariats se fondent sur ce qui a déjà été entrepris et permettent d'éviter le chevauchement ou la fragmentation. Évidemment, le partenariat peut également comporter aussi certains inconvénients. Ainsi, les conflits de valeurs ou d'intérêts, la crainte du changement et les questions relatives aux mouvements de pouvoirs à l'influence ou au statut peuvent entraîner des problèmes.

Les partenariats peuvent être d'une durée et d'une complexité variable. Ils peuvent être mis sur pied pour quantité de raisons et d'objectifs ; ils présentent autrefois certaines ressemblances :

- 🌱 Le partage de l'autorité ;
- 🌱 L'investissement commun de ressources ;
- 🌱 L'existence d'avantages pour chacune des parties ;
- 🌱 Le partage des risques, des responsabilités et de l'obligation de rendre compte.

Les partenariats doivent être souples, faciles à comprendre et offrir un cadre de travail agréable, même s'ils exigent souvent une entente officielle ou formelle

quelconque. Habituellement, cette entente a pour but non pas d'imposer des exigences juridiques, mais plutôt de faire en sorte que toutes les parties concernées sachent :

- ✚ Quel est l'objet du partenariat ?
- ✚ Qui fait quoi ?
- ✚ Quels sont les résultats escomptés ?

LE PARTENARIAT : CE QU'IL N'EST PAS

La définition du partenariat porte jusqu'à un certain point à confusion. Même s'il s'agit simplement d'une désignation, il n'y a pas de véritable partenariat généralement.

- ✚ S'il n'y a simplement qu'un rassemblement de personnes qui veulent accomplir des choses ;
- ✚ S'il existe une motivation secrète ;
- ✚ S'il y a entente en apparence, alors que, dans les faits, les intentions diffèrent beaucoup ;
- ✚ S'il ne s'agit que d'un geste symbolique ou si le partenariat a été constitué uniquement pour les apparences ;
- ✚ Si une personne détient tout le pouvoir et (ou) qu'elle dirige le processus ;
- ✚ S'il n'y a pas de partage des risques, des responsabilités, des avantages et de l'obligation de rendre des comptes.

POURQUOI UN PARTENARIAT ET RIEN D'AUTRE ?

Habituellement, les partenariats sont suscités par un catalyseur. Il peut s'agir d'une possibilité qui se présente ou d'une demande, ou même d'une crise quelconque. Les partenariats représentent un défi et la possibilité d'être plus que la simple somme des personnes qui travaillent ensemble. Ils offrent une approche efficace et pratique pour résoudre des problèmes, saisir des occasions ou planifier des résultats. Les partenariats peuvent, s'ils sont conçus correctement, permettre aux gens et aux systèmes de s'améliorer.

Les gens concluent des partenariats parce qu'ils veulent :

- ✦ Trouver des solutions à des problèmes complexes ;
- ✦ Faire de l'argent ou partager des ressources ;
- ✦ Combiner leurs efforts pour tirer profit des possibilités ;
- ✦ Ajouter de la valeur aux produits, aux services, aux programmes et aux activités ;
- ✦ Accroître la capacité de pression politique, l'influence, la crédibilité ou améliorer le standing ;
- ✦ Faire plus ou mieux avec moins, grâce au partage des coûts, ou des compétences ;
- ✦ Intégrer des idées, des activités et des buts avec ceux d'autres groupes ;
- ✦ Amenuiser les problèmes de fonctionnement ou de gestions ;
- ✦ Permettre de poursuivre des activités avec moins de ressources ;
- ✦ Attirer des gens possédant une expertise, des connaissances spécialisées ou de l'expérience ;
- ✦ Faire bon usage de la mise en commun des connaissances du savoir-faire et des idées ;
- ✦ Eliminer de double emploi et le chevauchement entre des groupes semblables.

Les partenariats ont des avantages et des inconvénients, mais lorsque ce concept est bien accueilli, les avantages sont largement supérieurs aux inconvénients.

QUELQUES AVANTAGES :

- ✦ Les perspectives différentes qui s'expriment dans les partenariats engendrent des solutions créatrices ;
- ✦ Les partenariats permettent d'accroître les profits ou les marges de profit, de créer des emplois ou des possibilités de formation et d'augmenter la richesse ;
- ✦ Les partenariats améliorent souvent les relations entre différents groupes et ils permettent à un plus grand nombre de personnes de « participer » et de se sentir responsables ;
- ✦ La croissance des collectivités est plus vigoureuse grâce à la participation et à l'inclusion d'un grand nombre de personnes, et les partenariats constituent un bon moyen de tirer parti des points forts et de développer les activités existantes ;
- ✦ Les partenariats constituent parfois une bonne réponse aux exigences du financement et des programmes, étant donné qu'ils peuvent être conçus dans le but d'utiliser des ressources limitées de manière efficace ;
- ✦ Les partenariats ont tendance à susciter des approches holistiques aux problèmes de collectivité et des organisations, par l'entremise de discussions et du partage des solutions ;
- ✦ Les partenariats peuvent encourager, améliorer ou accroître la communication ;

- ✚ Ils font souvent appel à des gens et à des organisations qui, autrement, ne participeraient pas ;
- ✚ Les partenariats peuvent être un moyen puissant d'appuyer le changement et la transition.

QUELQUES INCONVENIENTS :

- ✚ Comme les gens n'ont pas tous les mêmes valeurs ni les mêmes intérêts, il peut être difficile pour eux de s'entendre sur les buts ;
- ✚ Les partenaires peuvent subir des pertes financières ;
- ✚ La plupart des partenariats comportent des conflits internes d'une nature ou d'une autre, et les gens peuvent ne pas avoir la formation voulue pour cerner les problèmes et résoudre les conflits ;
- ✚ Il peut y avoir des différences de pouvoir et de statut qui peuvent poser problème entre les partenaires ;
- ✚ Dans certains partenariats, on ne trouve pas l'engagement nécessaire de demeurer ensemble dans l'épreuve ;
- ✚ Les diverses personnes ou organisations concernées peuvent avoir des niveaux d'autorité et des processus d'approbation différents ;
- ✚ La fusion de « cultures organisationnelles » différentes n'est pas facile ;
- ✚ Les budgets diminuent parfois lorsqu'ils sont mis en commun ;
- ✚ La technologie, bien qu'elle soit de pointe, est rarement compatible entre les groupes ;
- ✚ Les partenaires ne sont pas toujours choisis avec soin, et il est difficile de se dissocier d'eux.

STRUCTURES ET FONCTIONS DES PARTENAIRES

Il existe de nombreux exemples où le regroupement des forces et des talents au sein d'une collectivité, d'une organisation ou d'une industrie ou encore entre gouvernement à produit des résultats spectaculaires. Même si des groupes conjuguent leurs efforts pour lancer des activités et des projets passionnants, dont certains déboucheront sur des partenariats, bon nombre ne respectent pas les fonctions et les structures fondamentales d'un partenariat.

FONCTION

De toute évidence, les fonctions, d'un partenariat à l'autre, peuvent être différents, même si elles font des choses semblables. Les fonctions portent sur le but général du partenariat et la meilleure façon d'obtenir les résultats escomptés.

Les modèles suivants décrivent la plupart des fonctions des partenariats communautaires :

- 3 **Consultation ou conseils** : exemple : les partenariats mis sur pied pour obtenir l'avis du public au sujet du changement ou pour recueillir des idées à propos des politiques futures.
- 3 **Contribution – exemple** : les partenariats mis sur pied pour appuyer le travail d'une collectivité ou d'une organisation communautaire : toutefois, les bailleurs de fonds fixent les objectifs, et les partenaires peuvent y souscrire ou non.
- 3 **Fonctionnement** – les partenaires mis sur pied pour déterminer l'orientation stratégique d'un produit ou d'un service : toutefois, la mise en œuvre opérationnelle du produit ou du service est entreprise par un partenaire.
- 3 **Collaboration** – exemple : les partenariats mis sur pied dans le but de partager les ressources, les risques et la prise de décisions. C'est le type que l'on trouve le plus souvent dans les partenariats établis au niveau de la collectivité et celui sur lequel porte le présent guide.

STRUCTURE

Il existe des structures différentes à des fins différentes, et chaque partie déterminera quelle structure convient le mieux à sa fonction particulière. On peut demander des conseils juridiques pour déterminer les diverses options et conséquences des structures prises en considération.

Certains partenariats peuvent choisir d'être structurés en société en commandite, qui vivent principalement de la recherche de nouveaux clients et de profits, tandis que d'autres peuvent préférer les partenariats moins officiels que la collectivité et leurs organismes choisissent habituellement. Par exemple, des partenariats consultatifs servent souvent à une fin liée expressément à une question ou un sujet particulier et ne concernent pas vraiment les revenus, la propriété ou la responsabilité juridique. D'autres partenaires peuvent avoir un but lucratif et auront besoin d'une structure qui ressemble à celle des entreprises ou de l'industrie.

Voici trois facteurs importants qui influencent la structure du partenariat :

- ✦ Le degré de risques auquel est exposé le public ;
- ✦ Le montant et la méthode de génération des revenus ;
- ✦ La propriété ou les aspects juridiques des profits ou des pertes.

En règle générale, plus il y a de revenu généré, plus il sera nécessaire d'adopter une structure et une approche juridique. Lorsqu'il est question de droits d'auteur, de propriété intellectuelle, de profits et de pertes ou de responsabilité juridique, il est préférable d'obtenir des conseils juridiques et de discuter de la fonction et de la structure du partenariat.

DÉGRÉ DE PARTICIPATION

L'un des points forts des partenariats communautaires est que chaque partenaire ou entité a habituellement une identité clairement distincte à l'extérieur du partenariat. La fonction et la structure du partenariat détermineront le temps et les efforts que devra consacrer chaque partenaire. En fonction de ces points à prendre en considération, les partenaires éventuels choisiront ou non de contribuer leurs compétences et leurs ressources dans le partenariat.

Le temps et les compétences que fourniront les partenaires varieront d'un groupe à l'autre et d'une personne à l'autre. Peu importe les fonctions, la structure et les échéanciers, le plus souvent, le travail exigé par le partenariat s'ajoute au travail régulier des membres du groupe ou du partenariat.

Ces derniers ne participent pas toujours au même degré tout le temps. Certains peuvent être moins engagés à mesure que l'alliance évolue, alors que d'autres forment le noyau de partenaires qui sont toujours actifs. Le partenariat initial peut donner naissance à des sous-groupes, des comités et des groupes de travail chargés d'assurer des fonctions particulières en plus de la gestion générale du partenariat.

Pour ne pas perdre son objectif de vue pendant que cela se produit, le groupe doit toujours garder à l'esprit la raison d'être du partenariat dans cette situation particulière.

LEÇON À TIRER

- ✦ Une première étape essentielle de la création d'un partenariat est la création d'une entente partagée entre les partenaires éventuels au sujet de ce que constitue un partenariat et de ce qu'il n'est pas.
- ✦ On forme généralement des partenariats lorsqu'il est convenu que la collaboration produira de meilleurs résultats que le travail effectué séparément.
- ✦ La coopération ne constitue pas toujours un partenariat.
- ✦ Les partenariats suscitent un intérêt de plus en plus grand, et il existe de nombreuses histoires de réussite dont nous pouvons nous inspirer.
- ✦ Les partenariats sont très variés, allant d'activités de quartier de peu d'envergure à des entreprises à but lucratif ou fondées sur diverses structures complexes.
- ✦ Les partenariats ont diverses fonctions et structures, mais chaque partenaire éventuel devrait clairement comprendre la fonction en tant que telle et le but global visé, ainsi que l'engagement nécessaire.

POINTS À CONSIDÉRER

- ✦ Quelle est votre compréhension du terme partenariat ?
- ✦ Pourquoi êtes-vous intéressé à créer un partenariat ?
- ✦ Quelles sont les avantages ou les inconvénients de la création d'un partenariat ?
- ✦ Quelle serait la fonction et la structure du partenariat ?
- ✦ Y a-t-il des groupes ou des gens qui seraient des membres du partenariat possible et quel serait leur degré de participation ?

PRÉPARATION D'UN PARTENARIAT

La présente section examine les conditions et les ententes nécessaires pour jeter les fondements d'un partenariat efficace.

CONDITIONS QUI APPUIENT LES PARTENARIATS EFFICACES

Les partenariats supposent un choix intentionnel et représentent une façon de travailler avec d'autres vers un but commun. Il ne s'agit pas du seul moyen, et, dans certains cas, ce n'est pas le meilleur moyen. Vous devez prendre en considération certains facteurs importants lorsque vous examinez la faisabilité et l'opportunité de créer un partenariat.

Ces facteurs sont les suivants :

- Avoir des préoccupations et des intérêts communs ;
- Comprendre le contexte de votre partenariat ;
- Comprendre ce que suppose un partenariat ;
- Accepter de faire les choses différemment.

Avant de commencer toutes les tâches que suppose la création d'un partenariat, explorez ces quatre facteurs pour déterminer si l'option de partenariat est le meilleur moyen d'accomplir ce que vous désirez réaliser.

AVOIR DES PREOCCUPATIONS OU DES INTERETS COMMUNS

Vous devez d'abord déterminer si d'autres gens partagent vos intérêts et préoccupations. Cette tâche peut-être facile, car les partenariats découlent souvent d'autres relations. Dans ces cas-là, il existe déjà un certain degré de confiance ou de compréhension, et, par l'entremise de la relation comme telle, les préoccupations et les intérêts communs ont déjà été cernés. Par contre, vous pouvez ne pas avoir la possibilité de créer ce genre de liens et vous pouvez songer à créer un partenariat avec des gens qui ne croyaient pas partager de points en commun.

Peu importe votre situation particulière, vous devez d'abord dresser la liste de ceux qui pourraient être intéressés ou qui peuvent vouloir collaborer pour saisir des occasions particulières ou relever certains défis. Les organisations et les individus qu vous avez relevés peuvent être très différents. Le point commun est qu'il y a un intérêt partagé à l'égard d'une possibilité, d'une question ou d'une activité.

Votre liste initiale ne doit pas être nécessairement longue. Vous devez simplement voir s'il vaut la peine de discuter de certains intérêts communs et d'aller de l'avant.

On peut utiliser divers moyens pour juger les situations, par exemple :

- Téléphoner à des gens clés pour déterminer s'ils sont intéressés ;
- Avoir des conversations formelles avec des partenaires possibles pendant une pause-café ou à l'heure du lunch ;
- Assurer le suivi des idées et des questions soulevées pendant d'autres activités ;
- Rassembler un groupe de remue-méninges, de réflexion ou de discussion.

N'oubliez pas que vous avez encore beaucoup de chemin à faire avant de décider si vous voulez créer un partenariat ou déterminer l'objectif particulier d'un partenariat, le cas échéant. Vous vous contentez, à ce moment-ci, de simplement vérifier s'il y a un point commun et si l'idée de la collaboration suscite de l'intérêt. Vous pouvez trouver, par l'entremise de vos contacts initiaux.

Lettre de présentation

Outil

La lettre de présentation constitue une approche vis-à-vis du partenaire éventuel. Une lettre bien rédigée nous ouvrira la porte et nous permettra d'obtenir une entrevue en personne – au cours de laquelle une discussion réelle sur l'établissement d'un partenariat peut-être entreprise.

Points essentiels :

La lettre d'introduction fournit de l'information essentielle sur notre groupe et des réalisations.

- ✦ Information de base sur Pluri-elles (Manitoba) inc., y compris des réalisations.
- ✦ Impact du partenariat sur la communauté.
- ✦ Quels seront les avantages pour le partenaire éventuel ?
- ✦ Invitation à agir ou suggestion d'une réunion en personne.

Style de lettre :

- ✦ Rédigée sur le papier en-tête de Pluri-elles (Manitoba) inc.
- ✦ Adressée à une personne en particulier de l'organisme de notre partenaire éventuel
- ✦ Préférentiellement sur une page – sur 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 principal contact pour le partenaire
- ✦ Doit comprendre tous les renseignements applicables au contact.

Modèle de lettre de présentation :

Comité de la tolérance zéro contre la violence
1^{er} mai 2015

Madame XXXXXX
Magazine Une telle.

Madame,

Le comité de la tolérance zéro contre la violence vous invite à participer à ses efforts dans le cadre d'une campagne de sensibilisation visant à mettre en place la tolérance zéro pour la violence faites aux femmes et à leurs familles. La violence est toujours une menace sérieuse pour les membres de nos communautés. Le comité de la tolérance zéro lance une campagne de marketing social à plusieurs facettes afin de faire savoir à nos communautés que la tolérance zéro constitue le seul moyen de freiner cette violence. Puisque les personnes les plus touchées sont les femmes et que la distribution de votre magazine est partout au Manitoba, le Magazine Une telle représente un partenaire idéal pour cette campagne de sensibilisation.

Pluri-elles (Manitoba) inc. est un organisme provincial qui a été fondé en 1982 pour répondre aux besoins en offrant des programmes et services dans différents secteurs d'activité (services sociaux, alphabétisation, francisation et re-francisation et employabilité. Au cours des dernières années, les liens de Pluri-elles (Manitoba) inc. avec la communauté s'est renforcés grâce à l'expertise, à la grande diversité des programmes et ainsi que la satisfaction de la clientèle desservie. (Enfants de 0 à 6 ans, enfants d'âge scolaire, adolescentes et adolescents, femmes, hommes, ayants droits, familles, mariage exogames, immigrantes et immigrants, nouveaux arrivants).

La première étape de cette nouvelle campagne mettra l'accent sur la mise en place d'affiches de sensibilisation, ainsi qu'annonce à la télévision, à la radio, dans le magazine Une telle, etc. En tant qu'entreprise importante au niveau provincial, Magazine Une telle peut grandement contribuer au succès de notre campagne. Nous avons besoin de votre aide pour produire et distribuer les affiches et annonces dans votre magazine. Grâce aux nombreux messages diffusés à la radio et à la télévision, ce partenariat sera avantageux pour l'image et la vente de votre magazine dans toute la province.

Nous devons mettre cette campagne sur pied avant la fin du mois de septembre et son lancement sera fait lors de notre déjeuner « sensibilisation de la violence » qui a lieu au mois de novembre. C'est avec un grand plaisir que nous communiquerons avec vous au cours de la semaine prochaine pour fixer un rendez-vous en personne.

Nous espérons pouvoir compter sur votre appui pour nous aider à transmettre ce message essentiel à la non tolérance.

Veillez agréer, Madame XXXXXX, mes salutations distinguées.

La directrice générale,

Mona Audet, caé

Proposition de partenariat

La proposition de partenariat a pour but de persuader un organisme à 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.

POINTS ESSENTIELS.

- ✦ Une description de nos besoins de partenariat
- ✦ Une description de nos avantages du partenariat pour la communauté
- ✦ Une description des ressources fournies par notre partenaire éventuel
- ✦ Un échéancier pour la réalisation de nos objectifs
- ✦ Des renseignements sur la personne-ressource
- ✦ La signature de la direction générale.

Que comprend la trousse de proposition :

- ✦ Une page couverture indiquant le nom de Pluri-elles (Manitoba) inc. et la date de la soumission
- ✦ Le document d'information sur Pluri-elles (Manitoba) inc.
- ✦ Notre proposition de partenariat
- ✦ Un budget détaillé
- ✦ Les états financiers de notre groupe
- ✦ Les lettres de références de membres importants de nos communautés ou d'autres partenaires

Modèle de proposition.

Comité de la tolérance zéro contre la violence
Septembre 2003.

Possibilité de partenariat

Pluri-elles (Manitoba) inc. invite le Magazine Une telle à participer à ses efforts constants visant à sensibiliser les membres francophones et francophiles de notre province à réduire à zéro le taux de violence sous toutes ses formes. En partenariat avec Pluri-elles (Manitoba) inc., le Magazine Une telle peut transmettre à notre communauté des renseignements importants grâce à sa distribution.

Un partenariat actif

Ensemble, Pluri-elles (Manitoba) inc. et le Magazine Une telle transmettront un message de sensibilisation aux membres de nos communautés grâce à cette campagne sur la tolérance zéro.

La première étape de la campagne vise à promouvoir la sensibilisation et l'éducation sur la violence à l'aide de la distribution d'une affiche et d'un dépliant, qui coïncidera avec l'activité du déjeuner sur la prévention de la violence. Ce matériel visuel et persuasif, qui a été conçu en collaboration avec votre magazine, sera affiché bien en vue dans les communautés de notre province et aussi distribué par votre magazine dans les foyers francophones.

La deuxième étape de la campagne nous permettra de diffuser à la radio et à la télévision pendant les journées précédant et suivant la distribution massive du matériel servira à appuyer le message que nous désirons transmettre.

Un partenariat produisant des résultats

La participation du Magazine Une telle peut grandement contribuer au succès de cette campagne. Le Magazine Une telle peut appuyer Pluri-elles (Manitoba) inc. en fournissant des ressources humaines pour la création de l'affiche et du dépliant ainsi que la publication de leur magazine pour 2 mois. Sans votre participation, la préparation et la distribution des affiches et de l'information ne pourront être effectués par notre organisme. Grâce à votre appui, Pluri-elles (Manitoba) inc. pourra transmettre cet important message à nos communautés. La prévention et l'éducation constituent l'unique façon de lutter contre la violence.

Soyez assuré que l'appui que vous fournirez à cet effort important sera grandement apprécié.

N'hésitez pas à communiquer avec nous si vous avez des questions quelconques à poser à ce sujet.

Mona Audet, directrice générale
Pluri-elles (Manitoba) inc.
Tél : 204-233-1735

Modèle d'entente de partenariat

Lettre d'entente

Cette lettre décrit les grandes lignes de partenariat conclue entre Pluri-elles (Manitoba) inc. et le Magazine Une telle dans le but de promouvoir une campagne de sensibilisation et d'éducation sur la violence.

Généralités : (décrire en quelques mots la campagne de sensibilisation)

Objet : (décrire la raison d'être de l'entente)

Objectifs : (Décrire les objectifs de la campagne – soit en terme 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 de la campagne, les échéanciers, les procédures d'amendement et les modalités du processus d'évaluation).

Résiliation :

L'entente peut être résiliée par l'un ou l'autre des partenaires sur livraison 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 :

Toute utilisation du logo de Pluri-elles (Manitoba) inc. sur du matériel distribué, diffusé ou mis à la disposition du public par tout autre moyen devra être approuvée au préalable par la direction générale de Pluri-elles (Manitoba) inc.

Toute mention de la participation de Pluri-elles (Manitoba) inc. à la distribution, diffusé ou mis à la disposition du public par tout autre moyen devra être approuvée au préalable par la direction générale de Pluri-elles (Manitoba) inc.

Le partenariat entre Pluri-elles (Manitoba) inc. et le Magazine Une telle ne signifie pas que Pluri-elles (Manitoba) inc. appui les produits du Magazine, et ne doit pas être présenté ainsi.

Acceptation :

Nom et titre
Pluri-elles (Manitoba) inc.

Nom et titre
Magazine Une telle.