

Développer la notoriété de la région Centre-du-Québec

Modalités du programme de cocampagnes
à l'intention des organismes à but non lucratif
et des municipalités

1. Introduction

Dans le cadre de son mandat de gouvernance régionale, la Table des MRC du Centre-du-Québec a identifié six priorités, dont l'une porte sur la nécessité d'accroître la notoriété de la région. Pour y arriver, le comité chargé de cette priorité a travaillé au développement d'une stratégie globale de promotion, partagée par les intervenants du milieu, pour doter la région d'une identité propre et d'une image distinctive. Cette stratégie est maintenant définie et sa mise en œuvre s'est amorcée avec le dévoilement, en mars 2019, de la nouvelle image de marque du Centre-du-Québec (présente sur la page couverture de ce document), laquelle s'accompagne de la signature Ici, on fait bouger les choses.

Pour appuyer la diffusion de la nouvelle image de marque et de la signature de la région, un programme de cocampagnes a été conçu. Il prévoit une aide financière aux acteurs du milieu qui intégreront l'image distinctive du Centre-du-Québec dans leurs initiatives de promotion et de rayonnement, et ce, tant auprès de la population du territoire centricois qu'auprès de clientèles de l'extérieur de la région. L'aide financière sera versée pour des campagnes qui seront diffusées au cours de l'année 2020.

2. Buts et objectifs

Le programme de cocampagnes vise à :

- Renforcer la notoriété de la région ;
- Faire adhérer les organismes et les municipalités à l'image de marque de la région.
- Contribuer au rayonnement et à la visibilité de cette image et de la signature qui l'accompagne ;
- Contribuer à l'attraction de nouveaux résidents et de nouveaux travailleurs ;
- Renforcer le sentiment de fierté et d'appartenance de la population centricoise envers sa région.

3. Aide financière disponible

La mise en place du programme de cocampagnes bénéficie de l'appui financier du ministère des Affaires municipales et de l'Habitation (MAMH). Une somme totale de 775 000 \$ est disponible afin de soutenir les projets jugés admissibles. Elle est répartie de la façon suivante :

- 625 000 \$ pour des organisations œuvrant sur le territoire de chacune des cinq MRC (125 000 \$ par MRC) ;
- 100 000 \$ pour l'association touristique régionale (Tourisme Centre-du-Québec) ;
- 50 000 \$ pour des organisations à portée régionale (dont le rayonnement touche deux MRC ou plus).

4. Règles d'attribution

Organisations admissibles :

- L'association touristique régionale du Centre-du-Québec (Tourisme Centre-du-Québec) ;
- Les municipalités¹ ;
- Les organismes à but non lucratif légalement constitués au Québec ;
- Tout regroupement de ces clientèles.

Conditions d'admissibilité :

- Le demandeur doit œuvrer sur le territoire de la région administrative du Centre-du-Québec et y avoir son siège social ou son bureau principal ;
- L'organisme demandeur doit exister légalement depuis plus de deux ans ;
- Le coût réel² de la campagne doit être d'un minimum de 25 000 \$ (avant taxes) ;
- La campagne doit être conforme aux lois et aux règlements en vigueur au Québec.

¹ La désignation de municipalité comprend les municipalités, les cités, les villes, les villages, les paroisses, les cantons, les municipalités régionales de comté (MRC), les réserves indiennes, les régies intermunicipales et les corporations ou les organismes dont une corporation municipale nomme la majorité des membres ou contribue à plus de la moitié du financement, les territoires non organisés, les regroupements de tels municipalités, corporations ou organismes.

² Aux fins de l'application du présent programme, les gracieusetés offertes par un média ou un autre partenaire lié à la diffusion de la campagne ne doivent pas être comptabilisées dans le coût de celle-ci.



Types de projets recevables :

- Promotion de la région comme destination touristique ;
- Promotion d'attraits touristiques ;
- Promotion d'événements (festivals, activités, etc.) ;
- Promotion d'équipements ou de services de divertissement, de sport ou de loisir ;
- Promotion de la région comme territoire où s'établir ;
- Attraction et rétention de la main-d'œuvre ;
- Campagne de notoriété ;
- Campagne de publicité sociétale ;
- Tout autre projet respectant les buts et objectifs du programme et jugé recevable.

Projets non recevables :

- Les projets provenant de clientèles autres que les organismes à but non lucratif et les municipalités ;
- Les projets dont l'investissement total réel est inférieur à 25 000 \$ (avant taxes) ;
- Les campagnes ou les phases de campagnes déjà réalisées.

5. Dépenses admissibles et modalités de versement de l'aide financière

Dépenses admissibles :

- Les frais de création et de développement de la campagne ;
- Les frais de conception et de production du matériel de campagne ;
- Les frais de placement publicitaire dans les médias traditionnels, les médias sociaux ou tout autre support de diffusion pertinent ;
- Toute autre dépense jugée admissible par le comité de sélection.

Pour être considérée, la campagne devra prévoir un volet de diffusion qui assurera une visibilité importante et des retombées tangibles. Les frais inhérents à la diffusion devront représenter un minimum de 70 % de la campagne.

Dépenses non admissibles :

- Les salaires, les frais d'exploitation et les frais de gestion habituels du demandeur ;
- Les dépenses déjà engagées.

Montant de l'aide financière et modalités de versement :

- Le montant de l'aide financière accordée ne peut excéder 30 % des dépenses admissibles, jusqu'à concurrence de 30 000 \$;
- Le cumul de l'aide financière gouvernementale, incluant l'aide provenant du présent programme, ne pourra pas excéder 80 % du coût total de la campagne ;
- La campagne devra être déployée au cours de l'année 2020, étant entendu que les dépenses engagées antérieurement ne sont pas admissibles ;
- L'aide financière accordée en vertu du présent programme est répartie en deux versements, soit une première tranche représentant 70 % du montant à la signature du protocole d'entente et la balance (30 %) à la fin de la période admissible de la campagne, sur présentation de pièces justificatives.

6. Engagement du demandeur

L'organisation dont le dossier est retenu s'engage à intégrer à sa campagne les éléments visuels, sonores ou multimédias fournis par la Table des MRC du Centre-du-Québec dans le cadre de ce programme d'aide financière. Ces éléments présenteront à la fois la nouvelle image de marque et la signature. Sauf pour des cas exceptionnels, ils devront être insérés tels que conçus et selon les normes qui seront précisées dans le protocole d'entente à être signé entre les parties. Le comité de sélection se réserve le droit d'exiger d'approuver, avant leur diffusion, les contenus d'une campagne où apparaissent l'image de marque et la signature de la région.



7. Sélection des dossiers

La sélection des dossiers est sous la responsabilité d'un comité formé de représentants des cinq MRC du Centre-du-Québec et d'un représentant du ministère des Affaires municipales et de l'Habitation.

Chaque dossier admissible sera évalué selon les critères de sélection suivants :

- L'adéquation entre le projet et les buts et objectifs visés par ce programme (voir point 2);
- L'importance des retombées de la campagne sur la notoriété et le rayonnement de la région;
- La pertinence du projet et sa qualité (stratégie marketing).

8. Présentation d'une demande d'aide financière

Pour soumettre une demande d'aide financière dans le cadre du programme de cocampagnes, le formulaire en ligne intitulé *Demande d'aide financière – cocampagnes Centre-du-Québec* est requis. Celui-ci peut être téléchargé depuis le site Web icionfaitbougerleschoses.com.

Le formulaire dûment rempli et les documents complémentaires exigés ou jugés pertinents par le demandeur doivent être transmis de façon électronique à :

Jean Dufresne
Conseiller en communication
MRC de Drummond
819 477-2230, poste 110
jdufresne@mrcdrummond.qc.ca

La date limite pour déposer une demande d'aide financière est le **18 octobre 2019**.

Documents exigés

- Formulaire de demande dûment rempli;
- Copie du plan marketing/de communication de la campagne faisant l'objet de la demande;
- Copie des états financiers des deux dernières années de l'organisme demandeur;
- Éléments visuels, sonores ou multimédias pertinents (s'il y a lieu).

En plus de ceux exigés, d'autres documents pourraient être demandés par le comité de sélection pour l'analyse des dossiers.

L'admissibilité d'un projet ne lui confère aucune garantie de financement dans le cadre du présent programme et n'entraîne aucune obligation de la part de la Table des MRC du Centre-du-Québec.

