Centre
de services scolaire
des Patriotes
Québec

LES CAMPAGNES DE FINANCEMENT DANS LES ÉCOLES

Activités diverses incluant les dons et les commandites

Dernière mise à jour : 22 novembre 2023

TABLE DES MATIÈRES

1 MISE EN CONTEXTE ET DÉFINITIONS 4

1.1 Campagne de financement autorisée par le conseil d'établissement 4

1.2 Campagne de financement autorisée par la direction de l'école 5

1.3 Campagne de financement individuelle ou collective 5

2 RÔLES ET RESPONSABILITÉS 6

2.1 Campagne de financement autorisée par le conseil d'établissement en application de l'article 94 LIP 6

2.1.1 Conseil d'établissement 6

2.1.2 Direction de l'École 6

2.1.3 Organisme de participation des parents 7

2.2 Campagne de financement autorisée par la direction de l'école et non-régie par l'art. 94 LIP 7

2.2.1 Direction de l'école 7

3 PRINCIPES GÉNÉRAUX APPLICABLES AUX CAMPAGNES DE FINANCEMENT 7

3.1 Que peut-on financer ? 7

3.2 Cohérence avec la mission de l'école 8

3.3 Publicité et sollicitation de nature commerciale 8

3.4 La liberté de participer 8

3.5 Les sommes amassées par une fondation associée à l'école 9

4 LES TYPES DE CAMPAGNES DE FINANCEMENT 9

4.1 La revente de produits à profit 9

4.1.1 Les œuvres d'art des élèves ou « vidéosouvenir » d'un spectacle 9

4.1.2 La revente de produits 9

4.1.3 Le porte-à-porte 10

4.1.4 Les produits alimentaires « faits maison » 10

4.2 L'activité-bénéfice 10

4.2.1 Les soirées de cinéma à l'école 10

4.2.2 Les soirées dansantes et défilés de mode visant à générer un profit (socan) . 10

4.2.3 Les ristournes notamment dans le cadre de contrats pour les photos scolaires.. 11

4.2.4 Les activités avec service de boissons alcoolisées 11

4.2.5 Les salons ou foires du livre à des fins commerciales 11

4.2.6 La solliciTation de parents par un commerçant 12

4.2.7 Les tirages, soirées casinos, concours et autres jeux 12

4.3 Plateforme de sociofinancement et achat sur des plateformes en ligne 13
5 LA SOLLICITATION DE DONS AUPRÈS D'UN INDIVIDU, D'UNE ENTREPRISE OU D'UNE FONDATION 13
5.1 Qu'est-ce qu'un don ? 13
5.2 Le don reçu d'une fondation 14
6 LA SOLLICITATION DE COMMANDITES 14
6.1 Qu'est-ce qu'une commandite ? 14
6.2 Commandite, visibilité et publicité 15
6.3 Comment trouver des commanditaires ? 16
6.4 Établissement d'un contrat avec le commanditaire 16
7 REMISE DES SOMMES AMASSÉES AUX ÉLÈVES 17
8 SITUATIONS OÙ DES SOMMES RÉCOLTÉES NE PEUVENT SERVIR AUX FINS PRÉVUES .. 17
8.1 Campagne de financement régie par l'article 94 LIP et autorisée par le conseil d'établissement 17
8.2 Campagne de financement non-régie par l'article 94 LIP et autorisée par la direction de l'école 18
9 LISTE DES ANNEXES 19

Certaines sections de cet encadrement sont inspirées du document « Une levée de fonds : oui mais… » Développé par la Table des secrétaires généraux Estrie-Montérégie ainsi que du Guide sur les commandites du Centre de services scolaire Marie-Victorin.

1 MISE EN CONTEXTE ET DÉFINITIONS

On qualifie de « campagne de financement » l'ensemble des activités ayant pour but, au cours d'une période déterminée, d'amasser des sommes d'argent qui contribueront à financer la réalisation d'un projet spécifique, identifié au préalable.

Divers projets dans les écoles ne peuvent être réalisés que grâce à l'organisation d'une campagne de financement. Avant d'entreprendre une campagne de financement, la direction d'école ainsi que parfois le conseil d'établissement doivent déterminer quel est l'objectif financier visé et ce à quoi serviront les sommes amassées.

En effet, il est essentiel d'associer la campagne de financement à un projet spécifique, par exemple, l'embellissement de la cour d'école, un voyage scolaire, etc. Les personnes et les organisations qui seront sollicitées voudront savoir à quoi leur contribution va servir.

Les campagnes de financement doivent permettre l'atteinte de l'objectif financier tout en optimisant les efforts investis. Elles doivent également être appropriées au contexte d'une école. En ce sens, les activités doivent être rentables, opportunes et éthiques.

Dans le cas d'une commandite, l'école doit se questionner sur la nature des activités, sur la personnalité du commanditaire et sur la visibilité offerte en contrepartie. Le tout doit être en cohérence avec la mission de l'école et les valeurs qui doivent être transmises aux élèves.

1.1 Campagne de financement autorisée par le conseil d'établissement

L'article 94 de la *Loi sur l'instruction publique* (ci-après « LIP ») prévoit la possibilité pour le **conseil d'établissement** de solliciter et de percevoir toute somme d'argent aux fins de soutenir **des activités de l'école**. Il se lit comme suit :

> ***94.*** *Le conseil d'établissement peut, au nom du centre de services scolaire, solliciter et recevoir toute somme d'argent par don, legs, subventions ou autres contributions bénévoles de toute personne ou de tout organisme public ou privé désirant* ***soutenir financièrement les activités de l'école****.*
>
> *Il ne peut cependant solliciter ou recevoir des dons, legs, subventions ou autres contributions auxquels sont rattachées des conditions qui sont incompatibles avec la mission de l'école, notamment des conditions relatives à toute forme de sollicitation de nature commerciale.*
>
> *Les contributions reçues sont versées dans un fonds à destination spéciale créé à cette fin pour l'école par le centre de services scolaire; les sommes constituant le fonds et les intérêts qu'elles produisent doivent être affectés à l'école. (…)*

Les « activités de l'école » réfèrent à des biens, services ou activités qui sont offerts ou qui servent à tous les élèves ou à une partie des élèves, sans que l'élève ou ses parents ne soit

facturés, par exemple : un nouveau parc école, une activité festive de fin d'année ou l'installation d'un corridor actif.

Dans un tel cas :

- La tenue de la campagne de financement est autorisée par le conseil d'établissement, sur recommandation de la direction de l'école, par une résolution;
- Les sommes recueillies sont déposées dans le fonds à destination spéciale de l'école;
- Les sommes recueillies appartiennent à l'école et non aux élèves ayant participé à la campagne de financement;
- L'utilisation des sommes recueillies est autorisée par le conseil d'établissement, sur recommandation de la direction de l'école, par une résolution.
- Ces campagnes de financement sont collectives.

1.2 Campagne de financement autorisée par la direction de l'école

La direction de l'école peut autoriser la tenue de campagnes de financement visant à aider l'élève et ses parents à acquitter, en tout ou en partie, le coût de participation de l'élève à une activité non obligatoire, par exemple un voyage ou une classe neige.

Ce type de campagne de financement n'est pas assujetti à l'article 94 de la LIP.

Dans un tel cas :

- La tenue de la campagne de financement est autorisée par la direction de l'école;
- Les sommes sont recueillies par l'élève, qui les conserve, ou lui sont remises si elles sont recueillies par l'école;
- Les sommes ne sont pas versées dans le fonds à destination spéciale;
- Ces campagnes de financement peuvent être individuelles ou collectives.

1.3 Campagne de financement individuelle ou collective

Les campagnes de financement peuvent être « individuelles » ou « collectives » :

- **Individuelle** : cette campagne permet à chaque élève, individuellement, de solliciter et de recevoir des sommes afin d'acquitter en tout ou en partie le coût de sa participation à une activité non obligatoire organisée par l'école;

- **Collective** : cette campagne permet à un groupe d'élèves, collectivement, de solliciter et de recevoir des sommes afin de financer :
    - le coût d'un projet ou d'une activité de l'école; ou
    - le coût de la participation de chacun des élèves à une activité non obligatoire organisée par l'école.

  Les modalités de répartitions des sommes entre les élèves sont alors établies avant le début de la campagne de financement, s'il y a lieu.

2 RÔLES ET RESPONSABILITÉS

2.1 Campagne de financement autorisée par le conseil d'établissement en application de l'article 94 LIP

2.1.1 CONSEIL D'ÉTABLISSEMENT

Le conseil d'établissement, sur recommandation de la direction d'école, approuve par résolution (voir le modèle de résolution à l'**Annexe 1**) :

- La décision de **solliciter et recevoir** des dons, donc de tenir une campagne de financement ainsi que la nature de cette campagne;
- La nature du projet au profit duquel la campagne de financement se tient (par exemple un parc-école) ;
- Le retrait éventuel des sommes amassées et détenues dans le fonds à destination spéciale pour réaliser le projet initialement prévu, ou un autre projet, si le projet initial ne peut être réalisé ou si les sommes amassées dépassent le coût du projet initial.

Toutes les sommes recueillies doivent être versées dans le fonds à destination spéciale. Les sommes recueillies ne peuvent jamais être versées directement aux élèves ou à leurs parents, même si le projet initial ne se réalise pas.

2.1.2 DIRECTION DE L'ÉCOLE

La direction de l'école présente des recommandations au conseil d'établissement sur tous les éléments que celui-ci doit approuver.

La direction d'école choisit tous les fournisseurs chez qui seront achetés les biens à être revendus dans le cadre d'une campagne de financement, ainsi que les biens ou services qui seront achetés grâce aux sommes amassées, dans la mesure où cela relève de sa délégation de pouvoirs[1]. Elle le fait en respectant les règles prévues à la *Politique relative à l'attribution des contrats et à la gestion contractuelle*.

[1] Voir à ce sujet les articles pertinents du *Règlement sur la délégation de fonctions et de pouvoirs.*

2.1.3 ORGANISME DE PARTICIPATION DES PARENTS

L'organisme de participation des parents peut être mis à contribution afin d'organiser des campagnes de financement et de mobiliser l'ensemble des parents, dans le respect des décisions qui auront été prises par le conseil d'établissement et la direction.

2.2 Campagne de financement autorisée par la direction de l'école et non-régie par l'art. 94 LIP

2.2.1 DIRECTION DE L'ÉCOLE

La direction de l'école approuve la tenue de la campagne de financement qui lui est présentée par un ou des élèves, un ou des membres du personnel de l'école, ou un ou des parents, en fonction du projet à être financé.

Le cas échéant, la direction d'école choisit les fournisseurs chez qui seront achetés les biens à être revendus dans le cadre d'une campagne de financement, dans la mesure où cela relève de sa délégation de pouvoirs[2]. Elle le fait en respectant les règles prévues à la *Politique relative à l'attribution des contrats et à la gestion contractuelle*.

3 PRINCIPES GÉNÉRAUX APPLICABLES AUX CAMPAGNES DE FINANCEMENT

3.1 Que peut-on financer ?

Les sommes amassées dans le cadre d'une campagne de financement autorisée par le conseil d'établissement (art. 94 LIP) doivent servir à enrichir le service de base aux élèves.

Les services éducatifs prévus au régime pédagogique et le matériel devant être fourni par l'école sont visés par la gratuité scolaire et ne doivent pas être financés grâce à une campagne de financement.

À titre d'exemples, les services d'orthophonie ou de psychologie, de même que les pupitres et les manuels scolaires doivent être fournis par l'école, à même les budgets qu'elle reçoit.

Les sommes amassées dans le cadre d'une campagne de financement autorisée par la direction de l'école doivent permettre à l'élève et ses parents d'acquitter, en tout ou en partie, le coût de participation de l'élève à une activité non obligatoire.

Exceptionnellement, la directeur peut également autoriser la tenue d'une campagne de financement pour le bénéfice d'un organisme externe (Leucan, Centraide, etc.). Cette campagne de financement doit être en lien avec la mission de l'école ou son projet éducatif et n'est pas régie par l'article 94 LIP. Exceptionnellement, dans cette situation, les fonds

[2] Idem note 1.

recueillis sont déposés dans le fonds à destination spéciale de l'école, et sont ensuite transmis à l'organisme externe.

3.2 Cohérence avec la mission de l'école

La campagne de financement projetée (incluant la sollicitation de dons ou la recherche de commandites) ne doit pas comporter des conditions qui sont incompatibles avec :

- La mission de l'école qui est d'instruire, de socialiser et de qualifier les élèves;
- Les valeurs, orientations et objectifs du Plan d'engagement vers la réussite du CSSP (ci-après « PEVR ») et du projet éducatif de l'école;
- Le Programme de formation de l'école québécoise et les autres politiques du ministère de l'Éducation, notamment celle concernant la promotion de saines habitudes de vie.

3.3 Publicité et sollicitation de nature commerciale

Nul ne peut faire de la publicité à but commercial destinée à des personnes de moins de 13 ans (art. 248 de la *Loi sur la protection du consommateur,* ci-après « LPC »).

Par ailleurs, le conseil d'établissement ne peut solliciter ou recevoir des contributions auxquelles sont rattachées des conditions incompatibles avec la mission de l'école, notamment des conditions relatives à toute forme de sollicitation de nature commerciale, auprès de toutes personnes, tant les élèves que les adultes (art. 36 et 94 de la LIP).

Les conditions mentionnées au paragraphe précédent doivent être respectées par la direction dans le cas d'une campagne de financement non-assujettie à l'art. 94 LIP (art. 36 LIP).

3.4 La liberté de participer

Sauf exception[3], les élèves et les parents doivent être libres de participer à une activité prévue dans le cadre d'une campagne de financement. Leur participation peut être encouragée, sans être obligatoire. Le défaut de participer ou un rendement minime d'un élève ne doit pas amener de pénalités, ni à l'élève ni à ses parents.

Aussi, bien qu'il soit possible pour les parents d'offrir une contribution volontaire dans le cadre de la campagne de financement, l'école ne peut pas exiger d'eux un montant à titre de « frais de dispense » pour ne pas participer à la campagne.

[3] L'organisation de certains voyages, notamment à caractère humanitaire, implique la participation obligatoire de tous les élèves inscrits à des campagnes de financement.

3.5 Les sommes amassées par une fondation associée à l'école

Plusieurs écoles bénéficient de l'implication d'une fondation, qui amasse des fonds qui sont ensuite remis au conseil d'établissement de l'école.

La fondation qui amasse des fonds dans une telle situation, le fait souvent grâce à l'implication du personnel, des parents et des élèves et en utilisant le nom de l'école, elle doit alors respecter les mêmes règles que l'école.

Par ailleurs, l'école ne peut pas solliciter de la part des parents des sommes dans le but de les remettre ensuite à la fondation, laquelle financera par la suite des projets pour l'école avec cet argent. En effet, si le parent remet l'argent à l'école, c'est le centre de services scolaire qui émettra un reçu pour don de charité à ce parent et, dans un tel cas, l'école ne peut pas donner cet argent à une fondation externe. Il faut donc que le parent remette l'argent directement à la fondation, qui émettra alors elle-même un reçu de charité au nom du parent.

4 LES TYPES DE CAMPAGNES DE FINANCEMENT

Une campagne de financement peut prendre différentes formes, notamment la revente de produits à profit, des activités-bénéfice, la sollicitation de dons et la sollicitation de commandites.

4.1 La revente de produits à profit

4.1.1 LES ŒUVRES D'ART DES ÉLÈVES OU « VIDÉOSOUVENIR » D'UN SPECTACLE

Il est possible de vendre des œuvres d'art confectionnées par des élèves dans le cadre d'une campagne de financement. L'élève possède un droit d'auteur sur son œuvre, en conséquence son autorisation ou celle de ses parents (dépendamment s'il a 14 ans ou plus, voir à ce sujet les articles 156 et suivants du C.c.Q.) sera requise pour l'utiliser dans le cadre de la campagne.

Il est également possible de vendre des « vidéosouvenir » à la suite d'un spectacle donné par les élèves de l'école. Il faut cependant s'assurer d'avoir obtenu au préalable une autorisation écrite des parents de tous les élèves apparaissant dans la vidéo.

4.1.2 LA REVENTE DE PRODUITS

De nombreuses campagnes prennent la forme de revente, à profit, de différents produits. Le produit choisi doit être cohérent avec la mission de l'école, les valeurs qu'elle promeut et les différents encadrements, dont le *Cadre de référence relatif à une saine alimentation et à un mode de vie physiquement actif*.

Ainsi, si le produit vendu est du chocolat ou un autre aliment, le sucre ne doit pas apparaître en premier sur la liste des ingrédients.

4.1.3 LE PORTE-À-PORTE

Selon la municipalité, un permis peut être requis pour faire de la sollicitation à domicile (porte-à-porte). En fonction de l'âge des enfants, des consignes devraient être émises auprès des élèves et des parents à propos des mesures de sécurité relatives à une telle activité.

4.1.4 LES PRODUITS ALIMENTAIRES « FAITS MAISON »

La vente de produits cuisinés à la maison, par le personnel de l'école ou par les élèves et leurs parents, ne respecte pas les règles d'hygiène, de conservation et de transformation du MAPAQ[4]. Ils peuvent aussi contenir des éléments allergènes, même si le cuisinier a pris les précautions d'usage. Il importe donc d'être prudents et d'aviser les acheteurs potentiels que l'école n'assume aucune responsabilité face aux produits vendus.

4.2 L'activité-bénéfice

Un grand nombre d'activités-bénéfice sont possibles (emballage chez un épicier, « coursothon », « lavothon », « lectureothon » etc.).

4.2.1 LES SOIRÉES DE CINÉMA À L'ÉCOLE

Selon la *Loi sur le droit d'auteur*, la projection de films dans le cadre d'activités en classe à des fins pédagogiques est permise sans licence.

Toutefois, si l'école désire diffuser des films dans un cadre autre que pédagogique, elle doit détenir une licence. Les écoles ont la possibilité, chaque année, d'adhérer à une licence avec les sociétés de gestion Audio Ciné Films (ACF) et Critérion afin de pouvoir diffuser des films en toute légalité dans un cadre autre que pédagogique, soit à des fins de loisirs et de divertissement.

Lorsqu'une école détient une licence, le conseil d'établissement peut autoriser une campagne de financement en projetant un film à un auditoire composé d'élèves, de parents ou d'autres personnes, moyennant un prix d'entrée.

S'il s'agit d'un élève, d'un groupe d'élève ou d'un organisateur de la campagne qui désire diffuser des films dans le cadre d'une campagne de financement autorisée par la direction de l'école, il devra obtenir une licence à cette fin.

4.2.2 LES SOIRÉES DANSANTES ET DÉFILÉS DE MODE VISANT À GÉNÉRER UN PROFIT (SOCAN)

Il est possible d'organiser des danses ou des défilés de mode avec prix d'entrée visant à générer un profit. Toutefois, une licence de diffusion de musique doit être demandée auprès de la SOCAN[5] et certains frais sont applicables selon la nature de l'événement. Il est

---

[4] Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec.

[5] La SOCAN (La Société canadienne des auteurs, compositeurs et éditeurs de musique) est une organisation sans but lucratif représentant les droits d'exécution de millions de créateurs et d'éditeurs de musique au Canada et à travers le monde.

recommandé de s'informer des conditions applicables auprès de la SOCAN avant d'organiser l'événement.

4.2.3 LES RISTOURNES NOTAMMENT DANS LE CADRE DE CONTRATS POUR LES PHOTOS SCOLAIRES

Le conseil d'établissement peut convenir avec un commerçant (par exemple le photographe qui prend les photos scolaires) que celui-ci lui versera un pourcentage des ventes effectuées auprès des personnes référées par l'école. Il s'agit alors d'une ristourne.

Les parents ou autres acheteurs doivent être informés de l'existence de cette ristourne afin qu'ils procèdent à un achat de façon libre et éclairée.

Une campagne de financement autorisée par la direction de l'école ne peut pas prendre la forme d'une ristourne vue l'impossibilité de vérifier les ventes du commerçant.

4.2.4 LES ACTIVITÉS AVEC SERVICE DE BOISSONS ALCOOLISÉES

Lors de soirée où il y a vente ou service d'alcool, des moyens doivent être mis en place afin de s'assurer que seules les personnes âgées de 18 ans et plus **servent** et/ou **consomment** de l'alcool.

L'obtention d'un permis est nécessaire auprès de la Régie des alcools, des courses et des jeux. Un autre écrit de gestion est disponible sur La Sphère à ce sujet.

4.2.5 LES SALONS OU FOIRES DU LIVRE À DES FINS COMMERCIALES

Il est permis d'organiser un salon du livre à l'école si le but principal est de développer le goût et l'amour de la lecture chez les élèves, par exemple en invitant un ou des auteurs à donner une conférence où à tenir un atelier de création littéraire.

Un salon du livre ne doit cependant pas être principalement une activité où l'on offre à un commerçant un espace privilégié, dans l'école, afin qu'il y vende ses produits en sollicitant les élèves et leurs parents, dans le but premier que l'école reçoive une ristourne en retour. L'école ne peut s'engager auprès de l'entreprise commerciale à ce que l'école, les parents ou les élèves achètent une certaine quantité de produits. Elle ne peut non plus exiger ni inciter les parents ou les élèves à acheter des livres lors de cette foire.

L'entreprise commerciale ne doit pas faire de la sollicitation auprès des élèves à l'aide, par exemple, de concours, cadeaux, signets, affiches, coupons-rabais, dépliants, etc. Les élèves ne doivent pas acheter de livres lorsqu'ils visitent le salon avec leur enseignant. Seuls leurs parents pourront le faire en se présentant au salon.

Si la librairie verse une ristourne sur les ventes réalisées durant le salon, celle-ci ne doit pas être versée sous forme de coupons-rabais ou en livres, à moins que la librairie ne soit une librairie agréée. En effet, la « *Loi du livre* » réglemente les commerces où les écoles peuvent acheter des livres ainsi que le prix qui doit être payé. La ristourne doit donc être versée en argent et servira à financer le projet identifié préalablement.

Une résolution du conseil d'établissement est nécessaire afin d'autoriser la tenue de cette activité éducative, durant les heures de classe, conformément à l'article 90 LIP et à l'article 94 LIP, si applicable.

4.2.6 LA SOLLICITATION DE PARENTS PAR UN COMMERÇANT

L'article 94 LIP interdit de conclure une entente avec un commerçant qui permettrait à celui-ci de solliciter directement les parents pour la vente de produits ou services, et ce, que la sollicitation se fasse via le sac d'école, sur le site Web, ou autrement.

Une telle pratique est aussi à déconseiller pour les campagnes qui ne sont pas assujetties à l'art. 94 LIP.

Il est contraire à la *Loi sur l'accès aux documents et sur la protection des renseignements personnels dans le secteur public* de transmettre à un commerçant les coordonnées des élèves et de leurs parents, dans le but d'une sollicitation.

4.2.7 LES TIRAGES, SOIRÉES CASINOS, CONCOURS ET AUTRES JEUX

Il est nécessaire d'obtenir un permis ou une licence auprès de la Régie des alcools, des courses et des jeux (RACJ) pour certaines activités de ce type. Le processus de délivrance d'un permis ou d'une licence peut prendre jusqu'à six semaines et est conditionnel au respect de certains critères (ex. : règlement propre au tirage, autorisation du dirigeant, création d'un compte de banque distinct, etc.).

Les lois et règlements de la RACJ comportent des dispositions pénales. Cela signifie que le fait de ne pas respecter ces dispositions pourrait entraîner des poursuites judiciaires pénales envers le centre de services scolaire, l'école, ainsi que les personnes impliquées, et en cas de condamnation l'imposition d'une amende.

Par ailleurs, il faut se demander si l'activité envisagée amène les élèves à s'intéresser aux jeux de hasard et si elle sera bien perçue par les parents et le public.

Les cas qui ne requièrent pas de permis :

- « Gratteux mystère » (billet contenant une suggestion de montant d'argent à donner, plutôt que d'indiquer un montant à gagner);
- Encan;

Les cas qui requièrent un permis :

- Tirage, peu importe la valeur du prix;
- Tirage « moitié-moitié » (tirage permettant de courir la chance de gagner la moitié de la somme totale amassée par l'achat de billets).

- Soirée casino/soirée Poker, dans la mesure où les participants sont tous âgés de 18 ans et plus et où ils ne jouent **pas** avec de l'argent véritable, mais plutôt avec des jetons ou de l'argent de type « Monopoly », sans expectative de gain.

Les activités interdites dans le cadre de toute campagne de financement :

- Bingo (sauf s'il n'y a aucun frais de participation et aucun prix gagné);
- Soirée casino/soirée Poker, lorsque les participants jouent avec de l'argent véritable.

4.3 Plateforme de sociofinancement et achat sur des plateformes en ligne

Il est possible de recueillir des dons auprès du public en utilisant une plateforme de sociofinancement. Ainsi, un objectif du montant à amasser est fixé et les donateurs peuvent se rendre sur le site internet hébergeant la plateforme et contribuer directement à la campagne de financement en faisant un don au montant de leur choix.

Dans le cadre d'une campagne de financement, de nombreuses entreprises offrent désormais la vente de leurs produits en ligne via leur site Web. Cette façon diminue les tâches administratives devant être réalisées (ex. : aucune manipulation d'argent).

Certains éléments doivent toutefois être vérifiés notamment :

- Existe-il une politique de protection des renseignements personnels ?
- L'entreprise détient-elle un siège social au Québec ?
- Est-ce que les données recueillis par l'entreprise sont conservés sur des serveurs situés hors Québec ?
- Est-ce que des frais de transactions sont applicables ?

5 LA SOLLICITATION DE DONS AUPRÈS D'UN INDIVIDU, D'UNE ENTREPRISE OU D'UNE FONDATION

5.1 Qu'est-ce qu'un don ?

Un don est une somme d'argent, un service ou un bien remis **à titre gratuit** et qui ne procure aucun bénéfice direct au donateur ni n'exige une contrepartie de la part de celui qui le reçoit. La personne, l'entreprise ou la fondation qui fait un don le fait **sans attente d'une visibilité égale au montant offert**.

Lorsque le don est fait dans le cadre d'une campagne régie par l'art. 94 LIP, le Service des ressources financières peut émettre un reçu fiscal pour tout don de 20 $ ou plus. Dans le cas d'une campagne non-assujettie à l'art. 94 LIP, un reçu pour fins fiscales ne peut pas être émis,

car seuls les dons à l'école sont admissibles et non ceux faits à un élève. Il est donc pertinent de le mentionner au donateur.

Le don peut être fait sous forme d'argent ou sous forme de biens ou de services, par exemple, un don de 500 bouteilles d'eau ou un prêt d'équipement pour un « coursothon ».

Il importe de s'assurer que la nature des activités commerciales et la réputation des entreprises ou des particuliers qui désirent faire un don sont cohérentes avec la mission de l'école, le PEVR, le projet éducatif de l'école et les autres encadrements applicables en contexte scolaire. Un outil d'aide à la décision est proposé à **l'Annexe 3** à ce sujet.

5.2 Le don reçu d'une fondation

Le conseil d'établissement doit adopter une résolution pour recevoir un don de toute fondation, et ce, même s'il s'agit de la fondation rattachée à l'école.

La fondation est une personne morale autonome et distincte de l'établissement. Elle est gérée par son propre conseil d'administration, sur lequel peuvent, ou non, se retrouver un ou plusieurs parents et/ou membres du personnel. La fondation n'a pas d'obligation envers l'école. Elle accepte ou refuse une demande de verser un don afin de financer un projet, selon ses règles et sans droit de veto de l'école.

Pour plus de détails au sujet des relations entre l'école et la fondation, un autre écrit est disponible sur la Sphère.

Le don effectué par une fondation à un élève, ou un groupe d'élève dans le cadre d'une campagne de financement non-assujettie à l'art. 94 LIP n'a pas à être approuvé par le conseil d'établissement, mais doit être soumis pour approbation à la direction.

6 LA SOLLICITATION DE COMMANDITES

6.1 Qu'est-ce qu'une commandite ?

Une commandite est la remise d'une somme d'argent, un service ou un bien de la part d'un organisme externe (public ou privé) **à laquelle est rattachée une contrepartie**. Il s'agit d'une condition imposée par le commanditaire, qui est liée à sa contribution et est destinée à l'établissement ou aux élèves. Cette contrepartie, détaillée dans une entente, prend habituellement la forme d'avantages publicitaires directs ou d'autres éléments de visibilité au profit du commanditaire.

L'école doit s'assurer que la nature des activités commerciales et la réputation des entreprises ou des particuliers avec lesquels elle veut convenir d'une entente de commandite soit cohérentes avec la mission de l'école, le PEVR, le projet éducatif de l'école et les autres encadrements applicables en contexte scolaire. Un outil d'aide à la décision est proposé à l'**Annexe 3** à ce sujet et également afin d'analyser l'acceptabilité des éléments de visibilité.

Une commandite ne donne pas droit à un reçu fiscal, puisque ce n'est pas un don.

Une entente de commandite ne peut pas être conclue dans le cadre d'une campagne de financement non-régie par l'art. 94 LIP.

6.2 Commandite, visibilité et publicité

Dans le cadre d'une entente de commandite, tous les éléments de visibilité constituent de la publicité au sens de la LPC. En effet, la publicité d'une marque peut prendre différentes formes, depuis un placement publicitaire payant dans un média jusqu'à l'impression du nom et du logo d'une entreprise sur le chandail d'une mascotte dans un événement. Tous les éléments de publicité (visibilité) associés à une commandite doivent être convenus au préalable entre l'école et le commanditaire dans le cadre d'une entente (voir le modèle à l'**Annexe 6**).

Cette publicité ne doit jamais s'adresser aux élèves de moins de 13 ans, car cela est interdit par la LPC[6]. Il est déconseillé qu'elle s'adresse à des adolescents de plus de 13 ans, car cela contrevient à la mission de l'école.

La publicité peut s'adresser aux parents et aux membres du personnel, mais elle ne peut pas prendre n'importe quelle forme. Voici quelques exemples, bien que d'autres soient possibles :

Éléments de visibilité permis :

- Remerciements dans le cadre d'un programme, d'un communiqué, ou autre écrit
- Remercier le commanditaire lors de l'inauguration
- Présence d'un fanion au nom du commanditaire
- Plaque intérieure mentionnant le nom et/ou le logo d'un commanditaire, apposée pour une durée déterminée.
- Plaque extérieure mentionnant le nom et/ou le logo d'un commanditaire : cela est permis, apposée pour une durée déterminée, mais à certaines conditions, notamment en lien avec les règlements d'urbanisme des villes
- Logo sur un vêtement sportif porté par les élèves (celui-ci devrait toutefois être sobre)
- L'attribution du nom d'un commanditaire à une salle ou à un espace de l'école est permis, mais doit être autorisé par la direction générale du CSSP.

[6] Il est possible de consulter à ce sujet un guide développé par l'Office de protection du consommateur :http://www.opc.gouv.qc.ca/fileadmin/media/documents/consommateur/bien-service/index-sujet/guide-application.pdf)

Éléments de visibilité interdits :

- Transmission aux élèves, parents et employés de coupons-rabais, d'échantillons ou d'autres documents publicitaires ou invitation à participer à des séances d'information données par le commanditaire.
- Logo sur l'uniforme porté quotidiennement par les élèves

Il est utile de communiquer avec le Service du secrétariat général et des communications, afin d'être accompagné dans la détermination de ce qui peut, ou non, être inclus dans la visibilité offerte et sur la valeur de celle-ci.

6.3 Comment trouver des commanditaires ?

La recherche de commandites demande une bonne préparation. De plus, il est important de convenir, dans un contrat, avec le commanditaire, de la visibilité qui sera donnée en contrepartie de l'argent reçu afin d'éviter une mauvaise compréhension de part et d'autre (diffusion du logo, présence d'affichage lors d'activité, participation d'un représentant à un événement, etc.).

Voici les principales étapes à suivre afin d'optimiser le succès de cette démarche :

- Établir le budget du projet et ses objectifs de financement, c'est-à-dire le montant à amasser via les différentes activités, dont les commandites;
- Effectuer des recherches afin de bien identifier qui solliciter, notamment les gens d'affaires de la région, les entreprises qui s'impliquent dans la communauté et qui ont des valeurs et une mission en lien avec le projet à financer;
- Préparer une proposition de commandite qui présente une description du projet, son montage financier et un plan de la visibilité que l'établissement propose d'accorder aux différents commanditaires en fonction de la valeur de leur contribution. La visibilité offerte au commanditaire doit être raisonnable et équivalente au montant de la commandite. Un modèle de **lettre de sollicitation** ainsi qu'un modèle de **proposition de commandite** sont disponibles aux **Annexes 4 et 5 ;**

6.4 Établissement d'un contrat avec le commanditaire

Toute entente de commandite doit être consignée par écrit dans un contrat, entre la direction de l'établissement et le commanditaire. Ce contrat doit prévoir de façon précise tous les éléments de visibilité qui seront accordés au commanditaire, en échange de la commandite reçue.

La visibilité totale offerte, via les différents éléments doit être équivalente à la valeur de l'argent, des biens ou services reçus en contrepartie.

S'il y a plusieurs commanditaires, il faut s'assurer que la visibilité offerte à chacun est équilibrée compte tenu de la valeur de chaque commandite.

Un modèle de contrat de commandite est disponible à l'**Annexe 6**.

C'est la direction d'école qui signe ce contrat de commandite et celle-ci doit s'assurer de respecter tous les engagements qu'elle prend auprès de son commanditaire.

Il est important, lors de la négociation d'une commandite, d'apporter une attention particulière à certains éléments de visibilité. Ceux-ci peuvent engager une obligation financière de la part de l'école, notamment l'achat d'une publicité dans un média ou l'achat d'objets promotionnels.

Certaines demandes de visibilité exceptionnelles, comme celles visant à nommer une salle ou un espace de l'établissement au nom du commanditaire, nécessitent l'approbation de la direction générale. Pour toute demande ou tout élément exceptionnel, nous vous invitons à communiquer avec le Service du secrétariat général et des communications pour vous faire accompagner.

Le commanditaire demandera très probablement à l'établissement une facture pour le montant de la commandite en échange d'un chèque qu'il lui remettra. Cela est permis.

7 REMISE DES SOMMES AMASSÉES AUX ÉLÈVES

Les sommes amassées **dans le cadre d'une campagne de financement autorisée par le conseil d'établissement** et visant à financer une activité de l'école (art. 94 LIP) sont versées dans le fonds à destination spéciale et appartiennent à l'école.

Les sommes amassées dans le **cadre d'une campagne de financement autorisées par la direction de l'école** et visant à aider un élève et ses parents à acquitter en tout ou en partie le coût de sa participation à un projet, sont gardées par l'élève ou versée à l'élève et ce, que la campagne de financement soit de nature individuelle ou collective.

Dans le cas des campagnes de financement collectives, la personne responsable de la campagne informe les élèves sur la façon de diviser l'argent amassé entre les élèves du groupe, avant d'entreprendre la campagne. Ce peut être, par exemple en parts égales ou au prorata du temps accordé à la campagne par chaque élève.

8 SITUATIONS OÙ DES SOMMES RÉCOLTÉES NE PEUVENT SERVIR AUX FINS PRÉVUES

8.1 Campagne de financement régie par l'article 94 LIP et autorisée par le conseil d'établissement

Il appartient au conseil d'établissement, sur recommandation de la direction de l'école, de déterminer comment les sommes amassées seront réaffectées à un autre projet, en tout ou en partie, ou si les sommes seront remboursées aux donateurs ou commanditaires (sous réserve de ce que prévoit l'entente de commandite).

Le conseil d'établissement prend cette décision par une résolution (voir le modèle à l'**Annexe 2**).

Lorsqu'il prend cette décision, le conseil d'établissement doit tenir compte des principes suivants :

- Les sommes ont été amassées en informant les donateurs et commanditaires du projet qui devait être financé et ceux-ci ont des attentes.
- Les sommes amassées ont été déposées dans le fonds à destination spéciale et appartiennent donc à l'école.
- Aucune somme ne peut être remise en argent, directement à un ou des élèves, quelle que soit l'importance du temps et des efforts consacrés par ceux-ci à la collecte de ces sommes.
- Lorsqu'il est réalistement possible d'identifier les donateurs et le montant que ceux-ci ont donné, le conseil d'établissement doit offrir de les rembourser ou leur proposer que le don soit consacré à un autre projet qui est alors présenté. Le donateur est libre de se faire rembourser ou d'accepter que son don serve à financer le nouveau projet.
- Lorsqu'il n'est pas réalistement possible d'identifier les donateurs et les montants que chacun a donné, ou lorsqu'il y a un très grand nombre de donateurs ayant fait de petits dons, le conseil d'établissement n'est pas tenu d'offrir de les rembourser. Il décide alors dans le cadre de quel(s) projet(s) les sommes seront utilisées, en privilégiant que cela soit au bénéfice des mêmes élèves que ceux visés par le projet initial.
- À la demande du commanditaire, la commandite doit être remboursée, en tout ou en partie, dépendamment de la valeur de la visibilité qui a déjà été donnée au moment de la modification ou de l'annulation du projet. Si aucune visibilité n'a été donnée, le remboursement doit être complet. Le commanditaire peut aussi accepter que sa commandite serve à financer un nouveau projet qui lui est présenté. L'entente de commandite est alors modifiée en conséquence.

8.2 Campagne de financement non-régie par l'article 94 LIP et autorisée par la direction de l'école

Les sommes amassées dans le cadre d'une campagne de financement autorisées par la direction de l'école et visant à aider un élève et ses parents à acquitter en tout ou en partie le coût de sa participation à un projet, sont gardées par l'élève ou versée à l'élève et ce, que la campagne de financement soit de nature individuelle ou collective.

Ces sommes sont conservées par l'élève, même si le projet initialement prévu ne se réalise pas.

Il appartient à l'élève d'informer ses donateurs et de décider de l'utilisation qu'il fera de ces sommes.

9 LISTE DES ANNEXES

Annexe 1 — Modèle de résolution du conseil d'établissement – Approbation d'une campagne de financement visant à solliciter et recevoir des dons afin de financer le projet XXX et liste des activités de financement

Annexe 2 — Modèle de résolution du conseil d'établissement — Réaffectation ou remboursement des sommes amassées dans le cadre de la campagne de financement visant à financer le projet XXX

Annexe 3 — Outil d'aide à la décision sur l'acceptabilité d'un donateur ou d'un commanditaire et des éléments de visibilité proposés

Annexe 4 — Modèle de lettre de sollicitation de commandites

Annexe 5 — Modèle de proposition de commandite

Annexe 6 — Modèle de contrat de commandite