

Le Sponsoring à l'Alliance suisse des samaritains (ASS)

1. Objectifs

- Donner des bases financières solides aux activités de l'association et à la réalisation de projets
- Organiser le sponsoring en tant que plate-forme de communication et instrument d'acquisition de prestations financières et matérielles
- Accroître notre degré de notoriété auprès de la population
- Améliorer la communication aux niveaux interne et externe
- Confirmer notre image auprès des groupes-cibles de l'ASS existants, et nous mettre en valeur vis-à-vis des nouveaux
- Renforcer la présence médiatique
- Créer du good-will auprès des administrations
- Nous permettre de nous repositionner

2. Principes

- La priorité est donnée au cours de sauveteur qui est le „phare“ de l'Alliance pour les partenariats de sponsoring
- Les sponsors principaux du cours de sauveteur sont en même temps des sponsors de l'association (sponsoring social)
- Les sponsors principaux obtiennent le droit d'utiliser le logo de l'ASS et de faire de la publicité en se désignant comme les „partenaires de l'Alliance suisse des samaritains“
- Les sponsors principaux obtiennent l'exclusivité de la branche au sein de l'ASS
- On aspire à des contrats de plusieurs années, éventuellement renouvelables
- Prestation et contre-prestation doivent satisfaire les deux partenaires (Alliance et sponsor) et être toujours consignées par écrit
- L'ASS souhaite malgré tout conserver son indépendance, aussi le sponsor et/ou partenaire ne doit-il pas s'immiscer de manière intempestive et dominatrice dans ses activités
- La priorité est donnée à la crédibilité des activités samaritaines, il est donc impératif de renoncer à tout produit considéré comme dangereux pour la santé et l'environnement, ou encore choquant.

3. Compétence

- Le secteur Marketing du secrétariat général de l'ASS est le service de coordination centrale du „sponsoring à l'ASS“. Ses principales tâches sont les suivantes:
 - ✓ Acquisition de partenaires pour le sponsoring
 - ✓ Vente, administration et surveillance des droits publicitaires
 - ✓ Rédaction et préparation de tous les contrats
 - ✓ Garantie d'une entrée en scène uniforme
 - ✓ Suivi des partenaires de sponsoring
 - ✓ Compétence et responsabilité au niveau de l'échange des prestations convenues par contrat
 - ✓ Transparence du sponsoring vers l'intérieur et l'extérieur
 - ✓ Responsabilité au niveau de l'application des objectifs et des principes de l'ASS

4. Catégories et nombre de sponsors

- Sponsors principaux du cours de sauveteur (en même temps sponsors de l'association)
 - ✓ 3 ou 4 sponsors principaux en tant que „partenaires de l'Alliance des samaritains“
- Sponsors de projets
 - ✓ Nombre illimité
 - ✓ Exemples de projets: camps pour la jeunesse, salons et expositions, cours pour la population, congrès, etc.