

POLITIQUE DE PARTENARIATS CORPORATIFS

Objet, but et portée

La Fondation du cancer du sein du Québec est le seul organisme de lutte contre le cancer du sein à investir ici, dans la province, chaque sou recueilli grâce à ses nombreuses campagnes et activités.

La Fondation s'impose comme véritable accélérateur scientifique par son action en innovation et en recherche, ainsi que dans des programmes de prévention, d'éducation, de sensibilisation et de soutien. S'associer en partenariat avec la Fondation du cancer du sein du Québec est un moyen pour les entreprises et leurs employés de s'impliquer avec un organisme qui a un **impact concret** en cancer du sein.

La Fondation valorise les partenariats corporatifs qui soutiennent financièrement des projets, des activités, des événements, des campagnes qui sont en lien direct avec la vision, la mission et les valeurs de la Fondation. Les partenariats permettent aux organisations, à leurs employés et aux consommateurs d'être sensibilisés au cancer du sein et ainsi, de contribuer à la réduction de l'incidence du cancer du sein et de la mortalité.

Notre mission

Chaque jour, la Fondation du cancer du sein du Québec s'active à sauver des vies et à améliorer la qualité de vie des personnes atteintes du cancer du sein.

En donnant à la Fondation, vous nous aidez à redonner de l'espoir à toutes les personnes atteintes de cette maladie. Notre mission?

- *Le financement de la recherche et de l'innovation.*
- *La défense des intérêts et le soutien.*
- *La génération de connaissances de pointe, de solidarités.*
- *La prévention, l'éducation et la sensibilisation.*

Merci de nous donner les moyens de concrétiser notre mission. Être en mesure de compter sur votre appui renforce notre pouvoir d'action.

Notre vision

Une femme sur huit développera un cancer du sein au cours de sa vie, et une sur trente en mourra. Jour après jour, toute l'équipe de la Fondation est animée par la même vision : une vie sans cancer du sein.

Nos valeurs

Depuis ses débuts, la Fondation s'engage auprès des femmes atteintes du cancer du sein et de leurs proches, de ses donateurs, partenaires, bénévoles et employés à faire preuve de :

- *compassion et dévouement;*
- *respect;*
- *leadership;*
- *intégrité.*

La Fondation incarne ses valeurs au sein même de son équipe et encourage ses partenaires à promouvoir ces mêmes valeurs au bénéfice de tous.

La Fondation s'efforcera d'établir des partenariats corporatifs qui :

- sont conformes à la vision, à la mission et aux valeurs de la Fondation
- renforcent et protègent le rôle de la Fondation en tant qu'organisme caritatif de premier plan dans le domaine du cancer du sein au Québec
- respectent les lois en vigueur
- garantissent les plus hauts standards de gouvernance
- ne permettent pas la discrimination, le racisme, le sexisme
- ne s'associent pas à des produits cancérigènes

La politique privilégie les partenariats corporatifs qui font la promotion de la santé, du bien-être et offrent aux organisations et au grand public l'occasion de prendre des décisions éclairées au sujet de la santé des seins de la prévention à la guérison.

La politique s'applique aux :

- sociétés;
- groupes d'employés opérant sous la bannière corporative*,
- les organisations professionnelles et les groupes industriels,

**Les dons provenant d'initiatives dirigées par des employés, sont gérés par la politique de dons.*

De ces relations, les avantages pour la Fondation peuvent inclure ce qui suit :

- le soutien financier (y compris les dons corporatifs, les commandites en argent, les redevances sur produits, dons d'équivalence corporative, des dons commémoratifs corporatifs et des programmes de dons des employés et de déduction sur la paie)
- les commandites de produits, y compris un don de biens ou de services
- une plus grande portée du contenu et des messages de la Fondation sur la santé du sein et le cancer du sein à des fins d'éducation du public.

Cette politique sera révisée annuellement, afin d'être conforme à la mission, à la vision et aux valeurs de la Fondation du cancer du sein du Québec.

Le vice-président, développement, partenariats et alliances stratégiques, est responsable de tous les partenariats dans toutes les catégories décrites ci-dessous.

A. Lignes directrices

Chaque partenariat devra respecter les lignes directrices suivantes :

- soutenir la vision, la mission et les valeurs de la Fondation
- faire la promotion l'image de marque de la Fondation en s'assurant de préserver la confiance du public envers la Fondation et de ne pas dégrader sa réputation

- inclure la divulgation publique de sa contribution financière
- suivre les directives de la marque, y compris l'utilisation du nom et du logo de la Fondation (seul ou en combinaison avec un logo de partenariat)
- ne pas impliquer des produits, des services ou des messages basés sur des données scientifiques non fondées au sujet des bienfaits pour la santé
- toute utilisation de la marque, du logo et de l'image de la Fondation devra être approuvée préalablement

B. Limites déterminées

1. Financement des sociétés pharmaceutiques, biotechnologiques, d'appareils médicaux et d'équipement médical :

- Le financement d'une société pharmaceutique, biotechnologique, d'appareils médicaux et d'équipement médical ne peut être attribué directement à une subvention de recherche scientifique.

2. Alcool

- La Fondation n'acceptera pas de commandite ou de partenariat de marketing social avec une entreprise qui fabrique, vend ou promeut de l'alcool.
- La Fondation peut accepter des commandites en argent ou de produits d'une entreprise qui fabrique, vend ou promeut l'alcool à l'occasion des événements de la Fondation (ex., dîners de gala).

3. Pesticides et herbicides chimiques

- La Fondation n'acceptera pas les commandites en argent ou de produits d'une entreprise qui fabrique, vend et distribue des pesticides et/ou herbicides chimiques contenant des agents cancérigènes connus.
- La Fondation peut accepter des commandites en argent ou de produits d'une entreprise qui fabrique ou vend des pesticides naturels sans cancérigènes connus.

4. Produits de santé complémentaires et parallèles, médicaments et thérapies

La Fondation n'acceptera pas commandites en argent ou de produits impliquant un produit alimentaire ou médicinal non réglementé, une thérapie ou un supplément qui fait des allégations non corroborées (déclaration non fondée sur des preuves scientifiques indépendantes examinées par des pairs), et ce, au meilleur de nos connaissances.

5. Bronzage artificiel (utilisation des rayons UV)

- La Fondation n'acceptera pas commandites en argent ou de produits d'une entreprise qui fabrique, vend ou fait la promotion d'équipement de bronzage artificiel utilisant des rayons ultraviolets, des lits et des lampes solaires, ou qui offre des services de bronzage

artificiel utilisant des rayons ultraviolets (à l'exclusion des produits de bronzage sans soleil qui n'ont pas d'agents cancérigènes connus).

- La Fondation peut accepter des commandites en argent ou de produits d'une entreprise qui offre ou promeut des services de bronzage artificiel incluant l'équipement utilisant les rayons ultraviolets, les lits et les lampes solaires, ainsi que des services de bronzage artificiel incluant de l'équipement utilisant des rayons ultraviolets, des lits et des lampes solaires, ainsi que des services de bronzages utilisant les des rayons ultraviolets, dans la mesure où, au meilleur de nos connaissances, il ne s'agit pas d'une part substantielle de leurs revenus (une ligne directrice de 30 % du total des revenus est recommandée, le cas échéant). Cela inclurait les centres d'entraînements, les spas et les salons.

6. Cosmétiques, soins personnels et produits ménagers

La Fondation n'acceptera pas les commandites en argent ou de produits d'une entreprise qui vend et promeut des produits :

- Contenant des agents cancérigènes connus ou des produits chimiques perturbateurs du système endocrinien dont l'évaluation scientifique par les pairs démontre qu'ils augmentent le risque de cancer.
- Impliquant un produit ménager portant les symboles de danger suivants : toxique/poison, explosif réactif, corrosif ou inflammable.

7. Image de la femme

La Fondation n'acceptera pas de commandites en argent ou de produits d'une entreprise dont l'activité dégrade l'image et l'intégrité de la femme de quelque façon que ce soit.

C. Exclusion du tabac et du cannabis

- La Fondation n'acceptera pas commandites en argent ou de produits d'un fabricant de produits du tabac, d'un distributeur en gros de produits du tabac, d'une société mère ou d'une filiale d'une compagnie de tabac. Nous utiliserons les ressources raisonnables dont nous disposons pour déterminer la propriété de la société et ses filiales.
- La Fondation n'associera pas son image à des produits de cannabis.

D. Gestion des demandes de partenariats

Le processus de gestion des demandes de partenariat comporte cinq étapes :

1. Réception de la demande :
 - a. Demande de partenariat en lien avec un événement
 - b. Demande de partenariat commercial avec redevance ou licence
 - c. Demande de partenariat autre

2. Analyse et recommandation
3. Réponse au demandeur
4. Négociation d'une entente

La Fondation du cancer du sein du Québec doit avoir une entente écrite pour chacun de ses partenariats corporatifs. De telles ententes préciseront les paramètres d'utilisation du nom et/ou du logo de l'organisation et exigeront que les partenaires commerciaux se conforment à toutes les lois et réglementations applicables et qu'ils se conforment aux modalités de la présente politique.

5. Suivi de l'entente

Pour accroître l'efficacité du traitement de la demande, il est suggéré au demandeur de compléter le formulaire qui se trouve sur le site Web de la Fondation au : <https://rubanrose.org/parteneriat-benevolat/devenir-partenaire>.

La vice-présidence – Développement, partenariat et alliances stratégique est responsable du traitement des demandes conformément à la présente politique.

E. Divulcation du financement corporatif

La Fondation du cancer du sein du Québec divulgue le montant total des ententes corporatives dans ses états financiers vérifiés et fournit une liste de ses principaux partenaires corporatifs sur son site Web. Des informations complémentaires sont disponibles sur demande.