

n°20

KITS CU

Un partenariat gagnant



www.lescouts.be



RÉCAPITULATIF DU KIT CU

Enjeux de la thématique pour le conseil d'unité

- Déterminer ensemble une politique en matière de partenariat.
- Identifier les partenaires possibles.
- Développer l'esprit critique des animateurs et les conscientiser.
- Trouver une aide pour un projet précis ou un soutien durable de la part d'un partenaire.



Objectifs

Ce dispositif de conseil d'unité aidera l'animateur à s'améliorer dans ces différents savoirs :

SAVOIR

- Identifier les partenaires dont on a besoin.
- Définir un partenariat sur base de critères choisis.
- Réfléchir à nos attentes vis-à-vis de ce partenariat.
- Réfléchir à ce qu'on peut apporter dans ce partenariat.

SAVOIR-ÊTRE

- Aiguiser son esprit critique vis-à-vis des sollicitations dont les animateurs font régulièrement l'objet.
- Avoir un esprit d'ouverture pour entamer un partenariat.

SAVOIR-FAIRE

- Développer un partenariat et établir une convention de partenariat.

Attentes du conseil d'unité



L'équipe d'unité retranscrit ci-après les demandes et attentes des animateurs par rapport à ce point. Ces attentes seront évaluées en fin de dispositif par le conseil d'unité.

Résumé du dispositif de conseil d'unité

ACCROCHE

20 min

Exemples de sollicitations que l'unité ou un staff pourrait recevoir.

ÉVEIL

10 min

Lister les partenaires actuels de l'unité.

APPORT

30 min

Explication du principe de partenariat et réflexion sur une activité de marketing proposée à l'unité.

PRODUCTION

30 min

Identifier les partenariats intéressants pour l'unité.

RETOUR SUR SOI

10 min

ÉTAPE 1

NOUS FORMER EN CONSEIL D'UNITÉ

Accroche

20 min

Montre aux animateurs des exemples de sollicitations que l'unité ou un staff pourrait recevoir ou que le conseil d'unité a déjà reçus (annexe 1 : *Exemples de sollicitations*). En groupe ou tous ensemble, les animateurs déterminent s'ils auraient ou non répondu favorablement aux sollicitations en donnant leurs arguments pour et contre.

Le formateur note sur deux affiches d'une part les arguments pour, et d'autre part les arguments contre.

MATÉRIEL

- Deux feuilles de flipchart.
- Des marqueurs rouge et vert.
- Annexe 1 : *Exemples de sollicitations*.



Éveil

15 min

Derrière le terme « *partenaire* » peuvent se cacher différents profils : tu peux développer un partenariat avec une entreprise, une association, une maison de jeunes, une institution, une école, une paroisse, un centre d'accueil pour réfugiés... et la liste est encore longue.

On distingue les partenariats selon leurs objectifs mais aussi selon les interlocuteurs.

Partenariat commercial en ce compris le sponsoring et la vente d'objets ou de produits

- Interlocuteurs : des marques, des producteurs, des commerçants...

Partenariat en vue d'une action spécifique, d'une sensibilisation ou d'un scoutmain

- Interlocuteurs : les associations, les maisons de jeunes, les organisations de jeunesse, les ONG...

Collaboration pour l'organisation d'un évènement

- Interlocuteurs : la commune, les comités de quartier ou comités de fête, les autres acteurs de la vie associative communale, une boîte d'évènementiel...

Échange de services et coups de main mutuels

- Interlocuteurs : le propriétaire du local, la commune, les établissements scolaires, les comités de quartier, les riverains du local, une association, une paroisse...

Sans le savoir, ton unité s'est déjà entourée de partenaires. Listez-les ensemble en donnant pour chaque partenariat le contexte et ce qui était attendu de l'unité/des scouts. Pensez à toutes les catégories de partenariat.

QUEL PARTENAIRE	QUEL CONTEXTE	ATTENTE(S)

Apport

30 min

Explique aux animateurs en quelques mots le principe du partenariat.

Pour t'aider, voici quelques éléments importants à placer :

- Dans tous les cas, le partenariat est à envisager comme une relation dont **les deux parties ressortent gagnantes**. Avant de se lancer, il est important de réfléchir à ce que chacun gagne grâce à cette collaboration. Un partenariat peut avoir des **retombées matérielles, financières...** mais aussi un **impact sur l'image** de votre unité et du scoutisme en général.
- Un choix de partenaire ne se fait donc pas à la légère. Le tout est de trouver l'équilibre, **le bon compromis** entre ce que vous voulez obtenir et ce que vous pouvez donner, dans le **respect des valeurs du scoutisme**.

Avant de vous lancer, pesez les avantages (gains) et les inconvénients (ce que le partenaire gagne) et passez aussi le candidat partenaire au filtre des valeurs : en mettant en place ce partenariat, sommes-nous bien en accord avec les balises du scoutisme (méthode, ambition et valeurs scoutistes) ?



Sur base des partenariats identifiés à l'étape précédente, listez ce que chacune des parties a gagné dans cette collaboration. Les gains peuvent être directs ou indirects (ex : en participant à une vente, vous avez d'abord aidé une association mais vous avez aussi sensibilisé vos scouts à une problématique spécifique ou fait reconnaître votre engagement pour une cause).

PARTENARIAT	GAIN POUR L'UNITÉ ET/OU LES SCOUTS		GAIN POUR L'AUTRE
	DIRECT	INDIRECT	

Vous trouverez ci-dessous les principaux objectifs visés dans le cadre de partenariats. Ceci pourra vous aider à identifier les gains obtenus d'un côté comme de l'autre ou à compléter ceux déjà cités dans le cadre de l'exercice.

LES OBJECTIFS DES PARTENARIATS

Ce que vous avez à gagner dans un partenariat, c'est :

- donner une image positive de votre unité (en participant à une activité organisée par la commune, en représentant ton unité lors d'un événement, en collaborant avec une association dont les valeurs sont communes aux tiennes ou qui porte une cause importante pour ta section ou ton unité...);
- bénéficier d'une meilleure visibilité pour votre unité ou votre section et leurs activités ;
- des moyens logistiques, financiers, etc. ;
- participer à une action symbolique forte (par exemple, en organisant une récolte de vêtements pour un centre pour réfugiés, etc.).

Ce que le partenaire y gagne ou peut attendre de vous :

- une aide dans le cadre d'un scoutmain (plus d'infos sur lesscouts.be) ;
- votre collaboration pour l'organisation d'un événement ;
- attirer un nouveau public ou soigner son capital sympathie.

Il ne s'agit pas d'être méfiant à l'égard de notre futur partenaire mais d'être critique, conscient et lucide sur les visées de chacun. Le but est que la balance entre vos intérêts et ceux de votre partenaire reste en équilibre ou, mieux, penche de votre côté. Selon les interlocuteurs que vous avez en face de vous, la négociation peut être envisagée pour établir un compromis, où chacun trouve son compte.

Partenariats commerciaux : votre image n'est pas à vendre !

Quand une unité ou une section accepte un partenariat, elle accepte aussi d'être associée à une personne, une organisation, une marque, un produit... et donc aux valeurs que ce partenaire véhicule. Il faut donc faire marcher son esprit critique. Un partenariat commercial peut être intéressant au premier abord, mais il implique toujours une contrepartie : utiliser vos photos pour faire la promotion d'un produit, vous demander de faire la promotion du produit, etc. Le scoutisme ne doit pas devenir un argument de vente. Et comme le dit un célèbre slogan : « *si c'est gratuit, c'est toi le produit !* ».

Pour mieux comprendre les enjeux des partenariats commerciaux, examinez ensemble l'une ou l'autre opération marketing visant spécifiquement les mouvements de jeunesse (annexe 2 : *Publicités*). L'analyse d'une offre publicitaire passe par le filtre de plusieurs questions :

- Qu'est-ce qu'on y gagne en répondant à cette offre ?
- Y a-t-il un inconvénient pour le groupe ?
- Quelle est la contrepartie demandée ?
- Quelles sont les valeurs du scoutisme qui sont respectées ou non dans cette offre ?
- Le groupe répondrait-il à cet appel ou non ? Quels sont les arguments pour et contre ?

MATÉRIEL

- Annexe 2 : *Publicités*.

Production

30 min

Un partenariat durable et solide se construit en plusieurs étapes :

1. Définir vos objectifs, vos attentes.
2. Identifier les partenaires potentiels.
3. Organiser une rencontre avec les partenaires choisis.
4. Si nécessaire, établir une convention de partenariat (en annexe 3).
5. Soigner ses relations, entretenir les liens avec son partenaire.

Pour entamer le travail de recherche de partenaires, des petits groupes mélangeant les animateurs des différentes sections réfléchissent aux besoins de l'unité et identifient d'éventuels partenaires intéressants.

MATÉRIEL

- Des feuilles de flipchart.
- Annexe 3 : *Convention de partenariat*.

BESOIN	PARTENAIRE POTENTIEL	VALEURS QU'IL REPRÉSENTE	ADÉQUATION AVEC LES VALEURS COUTES

Tout le monde revient en grand groupe et chaque petit groupe partage ensuite le fruit de sa réflexion.

Variante possible

Les staffs envisagent les partenariats nécessaires pour l'organisation de leur camp. En parallèle, un animateur par staff et un membre de l'équipe d'unité réfléchissent ensemble aux différents partenariats de l'unité.

Retour sur soi

10 min

Chacun réfléchit individuellement à la question : est-ce que je me sens à l'aise pour entamer un partenariat aujourd'hui ? Si non, de quoi ai-je besoin ? Les animateurs partagent leur réflexion en staff.

ÉTAPE 2 : QUELLE MISE EN PRATIQUE POUR NOTRE CONSEIL D'UNITÉ ?

Décisions prises en conseil d'unité

Pour aider les staffs dans cette thématique, voici les décisions prises en staff...

SECTIONS	DÉCISIONS
BALADINS	
LOUVETEAUX	
ÉCLAIREURS	
PIONNIERS	

Pour aider le conseil d'unité dans cette thématique, voici les décisions :

DÉCISIONS DU CONSEIL D'UNITÉ



Plan d'action

	BALADINS	LOUVETEAUX	ÉCLAIREURS	PIONNIERS
LISTE DES ACTIONS RÉALISÉES				
ÉCHÉANCE				
RESPONSABLE				
LISTE DES ACTIONS À MENER				
RESSOURCES INTERNES / EXTERNES				
OBJECTIFS À ATTEINDRE				



RESSOURCES POUR LE FORMATEUR

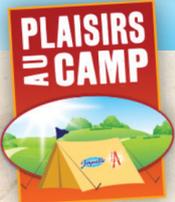
- Le cahier *Tisse ton réseau*
- Liste générale du matériel pour ce dispositif :
 - deux grands panneaux
 - des marqueurs rouge et vert
 - des bics, crayons, etc.
 - des feuilles pour chaque staff
- Liste des annexes :
 - Annexe 1 : *Exemples de sollicitations*
 - Annexe 2 : *Publicités*
 - Annexe 3 : *Convention de partenariat*



Éditrice responsable : Christelle Alexandre
Édition : décembre 2016

EXEMPLES DE SOLLICITATIONS

1 ACTION JOYVALLE ET APPELSIENTJE "PLAISIRS AU CAMP"






ÉPARGNER DES VIGNETTES

1. FAITES-VOUS PARTIE D'UN MOUVEMENT DE JEUNESSE ?



Épargnez tous ensemble les vignettes. N'oubliez pas d'encourager votre entourage à les découper. Vous trouverez les fameuses vignettes rouges sur les emballages des produits Joyvalle et Appelsientje participants. Recueillez-en le plus possible et envoyez-les avant le 1er juin 2016 par la poste. En échange de chaque lot de 10 vignettes rouges, votre mouvement de jeunesse recevra 1 litre de lait Joyvalle ou de jus Appelsientje gratuit pour son camp.

Besoin d'aide pour rassembler des vignettes supplémentaires ? Retrouvez vos manches avec l'action "[Vignettes à l'appel](#)" et son [matériel utile](#) à gagner !

Hé, psst ! Vous pouvez également échanger vos vignettes rouges contre de chouettes équipements pour le camp en participant à la [Vignette-O-Vente](#).

ÉPARGNONS ENSEMBLE

2. DÉSIREZ-VOUS SUPPORTER UN MOUVEMENT DE JEUNESSE ?

Découpez et épargnez les vignettes ensemble ! Vous trouverez les fameuses vignettes rouges de Plaisirs au camp sur les emballages des produits Joyvalle et Appelsientje participants. En échange de chaque lot de 10 vignettes, le mouvement de jeunesse recevra 1 litre de lait Joyvalle ou de jus d'orange Appelsientje gratuit pour son camp. Donc, recueillez-en le plus possible ! Le mouvement de jeunesse doit envoyer ses vignettes à Plaisirs au camp avant le 1er juin, prenez donc soin de leur fournir vos vignettes aux alentours du 20 mai.



1. Achetez & savourez Joyvalle et Appelsientje
2. Découpez la vignette rouge de l'emballage
3. Remettez-les à votre mouvement de jeunesse préféré

3. VOUS TROUVEREZ LES VIGNETTES ROUGES SUR CES EMBALLAGES :



4. QUI PARTICIPE À L'ÉPARGNE DANS VOTRE RÉGION ?

Découvrez quels sont les mouvements de jeunesse qui épargnent pour Plaisirs au camp dans votre région. Vous saurez dès lors à qui offrir vos vignettes, et faire des heureux ! Jetez un œil sur la [Vignettesmap](#) !

Pour toute question ou remarque, envoyez-nous un mail à info@plaisirsaucamp.be. Les infos et le règlement concernant les actions Plaisirs au camp se trouvent [ici](#). Ceci est une action commerciale. Aucun lien n'existe entre Joyvalle, Appelsientje et les mouvements de jeunesse.

2 CARTE DE FIDÉLITÉ DÉCATHLON

De : un responsable de Decathlon Arlon (actuellement animateur scout)

À : toutes les unités de la région

Objet : Carte club pour les mouvements de jeunesse !

Bonjour,

Tout d'abord, je vous remercie pour votre participation au sondage, qui a déjà permis de lancer les premiers partenariats !

Le projet se met doucement en place, grâce à vous !

Nous avons remarqué, en traitant les résultats, que très peu d'entre-vous avaient connaissance de la carte club et de ses avantages pour votre section, votre unité...

C'est pourquoi nous avons décidé de vous en réexpliquer le concept via cet email afin que vous puissiez, dans le cas où ce concept pique votre curiosité et touche votre intérêt, vous inscrire dans la démarche de la carte club.

La carte club, en quelques points :

- > La carte Team Decathlon «CARTE CLUB» est gratuite
- > Tous les utilisateurs gardent leurs points, leurs avantages, etc.
- > Par tranche de 2 euros dépensés par les membres de la section dans notre magasin ou webshop, l'unité (ou la section) reçoit un point en plus sur sa carte.
- > En rattachant leur carte, les membres reçoivent un e-cheque de 6 euros par mail (on ne peut se connecter qu'à une seule unité (ou section))

Si vous êtes intéressé par le concept, n'hésitez pas à compléter le formulaire suivant :https://docs.google.com/forms/d/1LzoC2jR7146dIvJojvzSd4pNDW24CzqTN78G9nBiT70/viewform?usp=send_form

Nous vous contacterons ensuite pour le lancement du process.. et le rattachement des membres, déjà clients pour une grande partie, à votre carte.

N'hésitez pas à me contacter pour toute question relative à la carte club ou un éventuel partenariat. Je reste à votre entière disposition.

Sportivement vôtre,
Scoutement vôtre,

Collaborateur Montagne
Assistant RH / Missionné Quechua

3 RÉDUCTIONS CHEZ COLRUYT



Les magasins Colruyt

En Cuisine

Les meilleurs prix

Nos produits

Services aux clients

ACCUEIL > SERVICES AUX CLIENTS > UN GRAND CAMP PLEIN D'AVANTAGES...

> LA CARTE EXTRA

> COMPTEUR EXTRA

> MODIFIER MES DONNÉES

> CARTE DE PAIEMENT COLRUYT

> VIE À DEUX

> BÉBÉ ARRIVE ?

▶ AU CAMP

> TUTTI FRUTTI

> CARTE-CADEAU

> SITE SPÉCIAL KIDS

> LES DÉPLIANTS COLRUYT

Un grand camp plein d'avantages...

... en plus des meilleurs prix

Voici nos avantages Gand Camp :

- -10 % sur la viande de la boucherie
- -10 % sur Boni Selection et Boni Bio
- Un livret de recettes budget
- Un ballon

▶ Inscrivez votre mouvement de jeunesse



Infos complémentaires

En cliquant sur le bouton « *Inscrivez votre mouvement de jeunesse* », une fenêtre s'ouvre avec un formulaire à remplir (reproduit ci-dessous). Parmi les données requises : les coordonnées de contact de la personne renseignant le groupe mais aussi les date et lieu de camp. La charte de vie privée stipule que les listes de coordonnées ne sont revendues à aucun tiers et que les données sont considérées comme confidentielles, à seule destination de Colruyt.

Nom du mouvement de jeunesse

Titre : *

Nom : * Prénom : *

Rue : * N° : *

Boîte :

Code postal : * Ville/Commune : *

Pays : *

Téléphone : GSM :

Adresse e-mail : *

Dans quel Colruyt faites-vous habituellement vos courses ?

Lieu du camp :

Période :

Déjà participant en 2015 ?
Introduisez alors votre code personnel (voir coin inférieur droit de la lettre d'inscription reçue par La Poste).
JE0116 -

* Champ obligatoire.

Je suis d'accord avec la [Charte vie privée](#)

Envoyer

4 PROPOSITION DE VENTE DE PRODUITS

De : un commercial de M&A Macarons

À : le siège de la fédération

Objet : M&A Macarons – aide au financement

Bonjour,

Je vous envoie ce mail pour vous faire une proposition de partenariat afin d'aider au maximum les mouvements de jeunesse dans leurs démarches de financements de camps ou autres projets.

Je représente donc la Société M&A macarons pour les ventes : en ligne, en écoles, en clubs sportifs, aux particuliers, en marchés , ...

Nous avons donc comme projet de vous proposer des prix très démocratiques , un service de qualité avec des produits de qualités. Le but étant que vos guides puissent passer par nous afin de bénéficier de tarifs très avantageux sur nos macarons dans le but de les revendre et d'en faire du profit.

Certains mouvements de jeunesses (en petit nombre) sont déjà passés par nous et en sont ressortis très satisfaits des fonds récoltés ainsi que de nos services.

De par notre partenariat, nous vous proposerions des tarifs vous permettant de revendre nos produits moins chers que ce que l'on propose actuellement sur notre site en ligne : <http://www.macaronsma.com/>

Vous trouverez toutes les informations nous concernant sur notre site.

Nous avons déjà travaillé avec : Jn-Joy, Le standard de Liège, ...

Nous produisons également pour de grandes enseignes comme, Carrefour, Point Chaud, Cora ...

Vous pourrez donc constater que nous sommes une entreprise fiable, ainsi que compétitive.

Un de nos points forts également, est que nous sommes une société Belge, travaillant avec des matières Belges (ingrédients, emballages,...). Un éventuel partenariat avec vous, pourrait évidemment aider une société comme la nôtre à prendre encore un peu plus d'ampleur et donc valoriser la production et la consommation de produits Belges.

Dans la cadre ou vous seriez éventuellement intéressé, vous pouvez me contacter via ce mail, ou via mon numéro de GSM au 0499.00.00.00.

En attendant votre réponse,

Je vous souhaite, Madame, Monsieur,

Une excellente journée

PUBLICITÉS

1 ACTION PROMESSE DE LA DH

- 22 FÉVRIER, JOURNÉE MONDIALE DU SCOUTISME -

LA DH FAIT SA PROMESSE.

**Scouts, guides, patros, louvetaux, chefs, parents, grands-parents, ...
Envoyez-nous tout ce dont votre meute, votre groupe ou votre sizaine
a besoin, la DH publiera gratuitement votre petite annonce.**



COMMENT FAIRE ?

Envoyez tout simplement le texte de votre ou de vos petite(s) annonce(s) à promesse@dh.be
La DH publiera toutes vos demandes gratuitement.

Chaque mail doit comprendre le nom précis de la meute ou du groupe, les coordonnées précises de la personne responsable à qui s'adresser, et une photo de votre groupe.

Vous cherchez de l'aide pour votre meute, un terrain pour votre prochain camp, un moyen de locomotion, un soutien pour le matériel, la nourriture, les activités, la cantine, ou vous voulez simplement réaliser une annonce fun, tout est permis. Et tout est gratuit.

Un mail par annonce.



PANZANI Raviolis GRATUITS pour ton camp !

Bonjour !

Toi aussi tu pars en camp avec ton mouvement de jeunesse cet été ? Alors nous avons une chouette proposition pour toi !

Participe à l'action d'épargne de Panzani et reçois des raviolis gratuits pour organiser au camp, avec ton groupe, une vraie journée « Mercredi, c'est Ravioli de Panzani ».

Comment participer à l'action d'épargne ?

1. Surfe vite sur www.ravioli-panzani.be et inscris ton mouvement de jeunesse sur le site.
2. Collectionne un maximum de codes-barres qui se trouvent sur les boîtes de Ravioli de Panzani et colle-les sur la carte-épargne. Par 4 codes-barres ton mouvement de jeunesse reçoit 1 portion (400g) de raviolis gratuits.
3. Demande à tous les membres, anciens membres, amis, sympathisants, parents, n'importe qui que tu connais, de vous aider à collecter le plus de codes-barres possible. Chacun peut télécharger une carte-épargne sur www.ravioli-panzani.be et des cartes-épargne vierges peuvent aussi être photocopiées.
4. Rassemble les codes-barres et les cartes-épargne de tous ceux qui vous ont aidé et envoie-les, avec le mail de confirmation que tu recevras après ton inscription, avant le 31/05/2014 à : Lielens, Action d'épargne Panzani, Rue Henri Evenepoel 9, 1030 Bruxelles. (Panzani compense les frais de port avec des raviolis supplémentaires).
5. Nous te contacterons personnellement pour te livrer tes raviolis gratuits.

Extra : gagne une Ravioli party au camp !

En plus des raviolis gratuits, ton mouvement de jeunesse pourra également tenter sa chance pour gagner une Ravioli party au camp ! Si ton mouvement de jeunesse a épargné le plus de codes-barres, une raviolimobile viendra sur place, le mercredi à l'endroit où a lieu ton camp, pour organiser une vraie Ravioli party !

Veux-tu augmenter tes chances de gagner ? Va vite sur www.ravioli-panzani.be et participe au concours.

Bonne chance !

Le team de Panzani Ravioli



Makro t'aide à monter ton camp!

6% de réduction sur tes achats de camp !

Rendez-vous avant le 31/08/2013 avec ce bon dans votre magasin Makro et recevez 6% de réduction sur vos achats FOOD (y compris le charbon de bois et les briquettes de coco)*.



- 6% FOOD



2 600300 373538 >

- 6% charbon de bois et briquettes de coco



2 600300 373491 >

*Cette action est valable pour tous tes achats FOOD, y compris les offres dépliant, le charbon de bois et les briquettes de coco, à l'exception des articles pour fumeurs et les spiritueux.
Valable du 19/6 au 31/8/2013 chez Makro Belgique contre remise de l'original du bon de réduction.

makro



Modèle de convention de partenariat

ENTRE

Nom de l'unité et son adresse ci-après désigné désignation représenté par nom de l'animateur d'unité agissant en qualité de désignation de son titre ou de sa fonction,

d'une part,

ET

Nom de l'institution et son adresse ci-après désigné désignation représenté par nom de la personne habilitée agissant en qualité de désignation de son titre ou de sa fonction,

d'autre part,

Conjointement appelé les "parties",

Il a été convenu et arrêté ce qui suit dans le cadre du projet - intitulé du projet -

I - OBJETS DE LA CONVENTION

Art 1. Présentation du projet d'animation (maximum 10 lignes)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....





II - OBLIGATIONS OU ENGAGEMENTS DE L'UNITE

Art 2.1. L'unité s'engage à réaliser l'animation gratuitement et sans demander de contrepartie de quelque nature que ce soit.

Art 2.2. L'unité s'engage à

Animateurs – matériel – encadrement des enfants - qualité de l'animation – gratuité - ...

III - OBLIGATIONS OU ENGAGEMENTS DU PARTENAIRE ASSOCIE

Art 3.1. L'école s'engage à

Art 3.2. L'école s'engage à

Locaux (avant, pendant, après) – matériel -

IV - DISPOSITIONS DIVERSES

Art 4. Modalités d'exécution

Présence personnel éducatif et enseignant et rôle – classes cible et nombre enfants -

Art 5. Calendrier des interventions de chaque partie

Lister les rencontres de préparation.

Lister les animations.

Art 7. Date d'entrée en vigueur et durée de la convention

Art 7.1. La présente convention prend effet ce jour.

Art 7.2. La présente convention est conclue pour une durée de X mois à compter de sa date de signature.

Dans l'hypothèse où, pour quelque cause ou motif que ce soit, le projet n'aurait pu aboutir à cette date, la présente convention pourra, d'un commun accord entre les parties, être prorogée par voie d'avenant, dans les conditions ci-après définies à l'article 8.

Art 8. Evaluation du partenariat

Au terme du projet, Partie 1 transmettra à Partie 2 un questionnaire de 1 à 2 pages que Partie 2 s'engage à remettre endéans les X jours, dûment complété par Partie 1.





Art 9. Modifications et amendements de la convention

Art 9.1. En cas d'inexécution ou de violation par l'une des parties de l'une des dispositions de cette convention, celle-ci pourra être résiliée unilatéralement et de plein droit par l'autre partie, et ceci, sans préjudice de tous dommages et intérêts qui pourraient être réclamés à la partie défaillante.

La présente convention sera, en outre, résiliée automatiquement et de plein droit dans l'hypothèse où, notamment par suite d'une modification législative ou réglementaire la concernant ou concernant ses activités, l'une ou l'autre des parties de trouverait dans l'impossibilité de poursuivre la présente convention.

Art 9.2. La présente convention pourra être révisée à tout moment, à la demande de l'une des parties. Toute révision de la présente convention devra donner lieu à un avenant signé par chacune des parties.

Art 10. Confidentialité

Les parties s'engagent à conserver confidentielles, tant pendant l'exécution de la convention qu'après la fin de celle-ci, les informations de toute nature auxquelles elles pourraient avoir accès dans le cadre de l'exécution des présentes. Elles s'engagent également à faire respecter strictement cette obligation par leurs personnels et sous-traitants éventuels.

Art 11. Force majeure

Aucune des parties à la présente convention ne pourra engager la responsabilité de l'autre si l'exécution de la présente convention est retardée ou empêchée en raison d'un cas de force majeure, d'un cas fortuit ou d'une cause extérieure tels que, notamment : catastrophes naturelles, grèves, conflits sociaux, état de guerre, etc.

En cas de suspension de la présente convention pendant un délai de plus d'un mois pour cause de force majeure, la présente convention sera résiliée de plein droit et sans dommages et intérêts.

Art 12. Règlement des litiges

En cas de contestations, litiges ou autres différends sur l'interprétation ou l'exécution de la présente convention, les parties s'efforceront de parvenir à un règlement à l'amiable par voie de conciliation dans le délai de deux mois.

Si néanmoins le désaccord persiste, le litige sera porté devant la justice de Paix de ... (arrondissement du lieu où se déroule l'activité définie dans la présente convention).





Réalisé en **X** exemplaires à **lieu**, le **date**

Partie 1

Nom, prénom, fonction et signature

Faire précéder de la mention « *Lu et approuvé* »

Partie 2

Nom, prénom, fonction et signature

Faire précéder de la mention « *Lu et approuvé* »

