

Charte de sponsoring et de soutien des SiL

1. Le sponsoring

Les SiL entendent par « sponsoring » un financement apporté à un organisme ou à une action d'intérêt général en échange de contreparties négociées tant au niveau de la communication que de la fourniture par le sponsorisé de prestations (loges VIP, billets gratuits, etc.). Le sponsoring est un outil de promotion de la notoriété et de l'image de marque des SiL et de leurs produits et prestations.

Le sponsoring, à la différence du soutien, s'inscrit dans la durée. Il permet de bénéficier d'un transfert d'image positif du sponsorisé vers les SiL. En conséquence, les actions de sponsoring des SiL doivent répondre à certains critères en termes de valeurs et d'objectifs.

1.1. Valeurs véhiculées par les actions sponsorisées

Les quatre valeurs sur lesquelles les SiL basent leurs activités sont la durabilité, la proximité, l'efficacité et l'ouverture. L'esprit de ces valeurs doit se retrouver dans les activités qu'ils sponsorisent.

Durabilité



Actifs depuis plus de 120 ans, les SiL assurent un développement responsable de leurs activités. Ils privilégient les énergies renouvelables et l'efficacité énergétique et s'attachent à **diminuer l'empreinte écologique** de leurs prestations. Employeur responsable, ils s'attachent à la **santé et à la sécurité** de leurs collaborateurs et à une **gestion économique** qui assure des revenus pérennes à la collectivité.

Proximité



Les SiL placent leurs collaborateurs, leurs clients et leurs partenaires au centre de leur attention. Ils les accompagnent sur le long terme en privilégiant une **relation de proximité**, basée sur la **confiance** et l'urbanité. Disponibles et **à l'écoute** des attentes spécifiques de leurs clients et partenaires, les SiL leur proposent des services et prestations de qualité adaptées aux **besoins locaux**.

Efficacité



Par la **compétence** et le **professionnalisme** de leurs collaborateurs, les SiL proposent des prestations fiables et performantes. Ils garantissent une qualité qui renforce la confiance que placent en eux leurs clients. L'**amélioration continue**, l'**expertise**, l'**esprit d'équipe** et le sens de la **collaboration** sont les piliers qui assurent leur efficacité.

Ouverture



Dans un monde en mutation, les SiL sont **agiles et créatifs**, ils répondent avec **enthousiasme** aux défis de la transition énergétique et de la numérisation de la société. Les SiL sont **attentifs aux évolutions**, les accompagnent, s'y adaptent dans le respect de leurs valeurs et dans le sens d'un développement durable.

1.2. Objectifs du sponsoring

Pour les SiL, le sponsoring vise :

- à augmenter leur visibilité et celle de leurs prestations auprès de leurs différents publics ;
- à renforcer leur image positive en finançant des partenaires qui partagent leurs valeurs ;
- à établir, au-delà de leurs missions de service public et de leurs prestations habituelles, une relation émotionnelle avec leurs différents publics.

1.3. Périmètre concerné

Les activités sponsorisées par les SiL doivent se dérouler dans l'une des communes desservies par l'un de leurs réseaux (électricité, gaz, chaleur, multimédia).

Les clubs sportifs locaux qui évoluent sur le plan national font exception.

1.4. Activités privilégiées

Pour leurs actions de sponsoring, les SiL privilégient :

- les activités entretenant un lien fort avec Lausanne et les autres communes de leurs zones de dessertes ;
- les activités sportives intéressant un large public, en particulier les sports d'équipe ;
- les activités culturelles s'adressant à un large public (festivals, concerts, expositions, etc.) ;
- les activités en lien avec le développement durable, notamment l'encouragement à l'efficacité énergétique et au développement des énergies renouvelables ;
- les activités d'éducation s'adressant à un large public ou à un public nécessitant une contribution particulière, en particulier l'appui à des formations dans les domaines de l'efficacité énergétique, des énergies renouvelables et des télécommunications ;
- les activités de loisirs s'adressant à un large public.

1.5. Limitations

Les SiL ne sponsorisent pas les actions et organismes :

- qui ne partagent pas leurs valeurs ;
- qui ne répondent pas à leurs objectifs de sponsoring ;
- à caractère politique ou religieux ;
- à caractère violent, choquant ou sectaire ;

Les SiL ne sponsorisent pas :

- les sports extrêmes ;
- des personnes.

Les SiL ne répondent pas aux demandes formulées par lettre-type diffusée massivement.

2. Le soutien

Les SiL englobent sous l'appellation de soutien, tout apport ponctuel en espèces, en prestations, en prêt de matériel ou en fourniture d'électricité à un événement, à un organisme à but non lucratif, à une activité d'intérêt général ou à une action caritative.

En règle générale la principale contrepartie d'un soutien est une visibilité ponctuelle pour les SiL sous forme d'insertions publicitaires, de bannières et autres flags le temps d'une manifestation.

Un soutien est souvent accordé sur la base du rôle historique de service public des SiL sans recherche d'une visibilité maximale ou de réalisation d'objectifs commerciaux.

2.1. Critères

Les actions soutenues par les SiL doivent se dérouler dans l'une des communes desservies par l'un de leurs réseaux (électricité, gaz, chaleur, multimédia).

L'apport annuel maximum en espèces se monte à CHF 1'000.- par événement et par organisme.

2.2. Limitations

Les SiL ne soutiennent pas les actions ou organisme :

- qui ne partagent pas leurs valeurs ;
- à caractère politique ou religieux ;
- à caractère violent, choquant ou sectaire.

Les SiL ne répondent pas aux demandes formulées par lettre-type diffusée massivement.

Les SiL ne soutiennent pas les activités privées de leurs collaborateurs. Sont réservées les éventuelles activités sportives ou culturelles de groupe composées exclusivement de collaborateurs travaillant aux SiL ou dans des services de l'administration lausannoise.

3. Procédure de demande de sponsoring ou de soutien

Cette procédure est également valable pour les demandes d'insertions publicitaires.

Tous les projets soumis seront examinés avec soin, mais sans garantie d'être retenu.

Votre demande détaillée (concept, date, offre) doit être envoyée à l'adresse suivante :

Services industriels de Lausanne
Service commercial
Marketing – Sponsoring
Place de l'Europe 2
CP 7416
1002 Lausanne

ou transmise par courriel à l'adresse sil.evenements@lausanne.ch