



Fédération internationale des associations de bibliothécaires et d'institutions

Proposition relative à la commandite du Prix marketing international de l'IFLA, de 2016 à 2018

Le Comité permanent de gestion et de marketing de l'IFLA cherche un commanditaire pour le Prix marketing international de l'IFLA pour la période de 2016 à 2018, au coût de 7 500 € par année pendant trois ans.

La commandite du Prix marketing international de l'IFLA exerce un impact prépondérant sur la transformation des bibliothèques, et ce, grâce à une stratégie de marketing efficace. Ayant reçu plus de 30 soumissions en 2014, en provenance de plus de 15 pays, le Prix jouit véritablement d'une présence mondiale.



Carte illustrant la distribution des demandes en 2014

En reconnaissance du rôle déterminant joué par le commanditaire du Prix, ce dernier se nommerait :

Prix [nom de votre entreprise] marketing international de l'IFLA

Votre parrainage serait reconnu de plusieurs façons :

1. Les gagnants et finalistes sont mis en vedette et encouragés à poursuivre leurs activités de

promotion. Ils sont reconnus à travers les séances du programme du Comité (attirant habituellement de 150 à 200 participants) et les ateliers. Bien entendu, les commanditaires aussi bénéficient d'une reconnaissance distincte.

2. La qualité, le nombre et la provenance des demandes internationales continuent d'augmenter. Les demandes sont issues de divers milieux de bibliothèques provenant de pays différents, dont notamment les pays en voie de développement, y compris ceux de l'Afrique.
3. Le formulaire de demande et toute publicité feront mention de votre parrainage. Le Prix et les lauréats seront annoncés dans des communiqués conjoints.
4. À titre de commanditaire, votre organisme aura une importante visibilité sur le site Web du Prix, lors des séances mettant en vedette les gagnants et les finalistes, ainsi qu'à la cérémonie de remise des prix, où un représentant de votre entreprise rendra hommage aux récipiendaires. Votre logo sera bien en vue afin de souligner l'importante contribution de votre organisme.
5. Vous aurez accès aux dix meilleures soumissions, permettant à votre entreprise de considérer d'autres initiatives de marketing liées à votre parrainage. Si vous le désirez, vous pourrez ensuite mettre en vedette les trois meilleures soumissions sur votre site Web ou dans votre kiosque à l'IFLA ou autres conférences.
6. Le Comité est en voie d'obtenir un fonds de projet de l'IFLA pour effectuer une évaluation à long terme sur l'impact du Prix. Les résultats de l'évaluation seront, bien entendu, partagés avec le commanditaire.
7. Ce Prix est un modèle pour les autres prix de l'IFLA, qui se multiplient.

CONTEXTE

Le Prix marketing international de l'IFLA existe depuis 12 ans (depuis 2002). Le Prix a comme objectifs :

- De reconnaître et de récompenser annuellement les meilleurs projets de bibliothèques en matière de marketing à travers le monde;
- D'encourager les bibliothèques dans leurs activités de promotion;
- D'offrir aux bibliothèques une occasion de partager leurs principes directeurs et leurs expériences relatifs au marketing;
- Mettre en vedette le commanditaire du Prix.

Trente-et-une soumissions issues de divers milieux de bibliothèques en provenance de 15 pays témoignent de l'importance croissante accordée au Prix marketing international de l'IFLA.

En 2014, la Bibliothèque Jiří Mahen Library (à Brno, de la République tchèque) s'est vue décerner le premier prix pour sa campagne *Tram to the Library* (À la bibliothèque en Tram).



Bibliothèque Jiří Mahen à Brno - Bibliothèque dans le Tram – À la bibliothèque en Tram

La Bibliothèque Regina Qu'Appelle Health Region Health Sciences de Régina (Saskatchewan, au Canada) est arrivée deuxième pour sa campagne :

Standby...Action! Regina Qu'Appelle Health Region's Experience Using Commercials to Market the Hospital Library (se traduisant par : *Attendez...Action! L'expérience du Regina Qu'Appelle Health Region liée aux messages publicitaires pour promouvoir la Bibliothèque de l'hôpital*)

https://www.youtube.com/watch?v=zSu9FvdX2CA&feature=player_embedded#t=0

Les deux bibliothèques suivantes se sont classées au troisième rang :

Stellenbosch University Library and Information Service (en Afrique du Sud) – *Library Research Week* (*Semaine de recherche de la Bibliothèque*)



Et le National Library Board Singapore, à Singapour — *S.U.R.E — Promoting Information Literacy Awareness to Singaporeans* (S.U.R.E. – Promouvoir la sensibilisation des Singapouriens aux ressources d'information).



Les prix décernés en 2014 témoignent de l'attrait universel du Prix marketing international de l'IFLA chez les récipiendaires; répartis sur quatre continents différents et représentant quatre types de bibliothèques : publique, médicale, universitaire et nationale!

BUDGET

La commandite du Prix [nom de votre entreprise] marketing internationale de l'IFLA s'établirait comme suit :

Premier prix :	2000 € plus frais d'inscription, de transport et indemnités quotidiennes pour assister à la conférence de l'IFLA
Deuxième prix :	1000 € plus frais d'inscription, de transport et indemnités quotidiennes pour assister à la conférence de l'IFLA
Troisième prix :	500 €

Montant total attribué annuellement aux prix	3500 €	
Inscription/transport/indemnités quotidiennes pour deux gagnants	4000 € *	
Coût annuel		7500 €

*Les coûts liés au transport sont variables, mais devraient s'établir en moyenne à 2000 € par gagnant. Les commanditaires peuvent prendre des dispositions avec les lauréats en ce qui concerne le remboursement des frais liés au transport et/ou à aux indemnités quotidiennes.