# Formulaire de nomination de *fellows* de CRIC

Assurez-vous que le formulaire est dûment rempli et que deux personnes soutiennent la nomination. **S’il manque des renseignements, la nomination ne sera pas prise en considération par le comité des *fellows* du CRIC**. Il est possible de modifier un formulaire jusqu’à **17 h (HAE) le 2 mai 2024**. Après cette date limite, aucun changement ne sera accepté.

Nous, les soussignés, proposons la nomination de la personne qui suit au titre de *fellow* du CRIC (FCRIC).

|  |  |
| --- | --- |
| Nom du/de la candidat(e) : |  |
| Adresse : |  |
| Téléphone : |  |
| Courriel |  |

Nous sommes d’avis que le ou la candidat(e) a apporté des **contributions exceptionnelles à la profession de la recherche (études de marché, recherche sociale, recherche sur l’opinion publique), de l’intelligence marketing et de l’analytique,** notamment de nouvelles méthodes ou approches, des innovations, un service inégalé et des contributions à la société.

## Personnes qui font la nomination

La nomination doit être soutenue par deux personnes. **Ces personnes ne peuvent pas être des membres du comité des *fellows* du CRIC ou du personnel du CRIC.**

[ ] Dans le présent formulaire de nomination, nous avons mis en lumière les contributions les plus importantes du ou de la candidat(e) à l’industrie et attestons que l’information fournie est exacte.

[ ] Nous avons passé en revue le formulaire avec le ou la candidat(e) pour confirmer l’exactitude des renseignements, qu’il ne manquait pas d’information et que le ou la candidat(e) acceptait de faire l’objet d’une nomination.

[ ] Nous sommes d’avis que le ou la candidat(e) respecte et respectera le Code de conduite du CRIC, et qu’il ou elle mène une vie civile honorable.

Nous savons que le comité des *fellows* du CRIC pourrait vérifier cette information.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **Nom** | **Téléphone** | **Courriel** |
| 1 |  |  |  |
| 2 |  |  |  |

**Date :** \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

## Réalisations soutenant la nomination en tant que *fellow* du CRIC

Les candidats seront reconnus en tant que *fellows* du CRIC pour avoir apporté des **contributions exceptionnelles à l’industrie de la recherche, de l’analytique et de l’intelligence marketing**. Ces contributions exceptionnelles peuvent comprendre, sans s’y limiter, le développement d’innovations ou de nouvelles méthodes et approches pour la collecte et l’utilisation de l’intelligence marketing qui ont profité à l’industrie, un service inégalé pour l’industrie et des contributions sociétales qui ont amélioré la perception positive de l’industrie. Des détails supplémentaires sur chaque catégorie sont fournis ci-dessous :

**Le développement de nouvelles méthodes ou approches en matière de collecte et d’utilisation de l’intelligence marketing qui ont profité à l’industrie.**

Le comité de sélection des *fellows* évaluera l’importance de la contribution que la personne proposée a apportée et la mesure dans laquelle cette contribution a été partagée avec l’industrie de la recherche, de l’analytique et de l’intelligence marketing. La contribution a-t-elle constitué une amélioration modeste ou une innovation considérable? La contribution a-t-elle été largement adoptée dans l’ensemble de l’industrie? Quels efforts ont été déployés pour partager la contribution avec l’ensemble de l’industrie? Présentations, articles publiés, etc. Veuillez mettre en évidence ces réalisations dans la section « Carrière » du formulaire de nomination. Veuillez noter que pour être admissible, la contribution doit avoir été partagée avec l’industrie.

**Un service inégalé pour l’industrie ou la profession.**

Le comité de sélection des *fellows* cherchera des exemples qui démontrent un engagement à long terme envers l’industrie et des preuves qui démontrent une contribution majeure. La personne proposée a-t-elle siégé à plusieurs conseils et comités de l’industrie? Quelles contributions importantes la personne proposée a-t-elle apportées en tant que bénévole? Veuillez utiliser la section « Bénévolat au profit de l’industrie » pour mettre en évidence les principales réalisations en tant que bénévole.

**Des contributions sociétales qui ont amélioré la perception positive de l’industrie.**

Le comité de sélection des *fellows* cherchera des contributions majeures qui ont été apportées à des organismes de bienfaisance et à d’autres associations professionnelles ou de l’industrie et **qui ont renforcé la perception positive de l’industrie de la recherche, de l’analytique et de l’intelligence marketing**. Le comité de sélection des *fellows* examinera dans quelle mesure la contribution de la personne proposée a été bénéfique pour la société dans le cadre de cette fonction. Le comité de sélection des *fellows* cherchera également des exemples de la manière dont la personne proposée a représenté le secteur de la recherche, de l’analytique et de l’intelligence marketing dans le cadre de cette fonction. La contribution repose-t-elle sur l’expertise en recherche de la personne proposée? Était-il bien clair pour tous les intervenants que la personne proposée représentait l’industrie de la recherche, de l’analytique et de l’intelligence marketing lorsqu’elle a apporté sa contribution?

En tant que *fellows* du CRIC, les candidats peuvent provenir de tout segment de la société, notamment le gouvernement, les universités, les médias et l’industrie. Il n’y a pas d’exigence à savoir que les candidats doivent travailler ou avoir travaillé pour une entreprise membre du CRIC ou détenir le titre de PAIM. Les candidats doivent avoir un historique irréprochable quant au respect du Code de conduite du CRIC et mener une vie civile honorable.

Veuillez décrire la ou les **contribution(s)** **exceptionnelle(s) du ou de la candidat(e) à l’industrie** qui justifient sa reconnaissance en tant que *fellow* du CRIC. Assurez-vous de décrire comment l’industrie dans son ensemble a bénéficié de ces contributions. Des innovations qui ont été partagées publiquement avec l’industrie en sont un exemple. Un historique documenté de mentorat et d’encadrement d’étudiants ou de nouveaux employés (qui ne sont pas des collègues immédiats) est un autre exemple. Il peut aussi s’agir de contributions à la communauté qui mettent en valeur l’importance de l’industrie de la recherche, de l’analytique et de l’intelligence marketing.

|  |
| --- |
|  |

## Carrière

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| No | Entreprise | Poste | Années (de/à) |
| 1. |  |  |  |
| 2. |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

**Exemples de contributions à l’industrie au cours de la carrière du ou de la candidat(e)** (Veuillez les faire correspondre avec les numéros précédents.)

Décrivez comment le ou la candidat(e) a contribué à l’industrie dans le cadre de ses fonctions. Les contributions peuvent comprendre le partage d’innovation avec l’industrie.

|  |  |
| --- | --- |
| 1. |  |
| 2. |  |
|  |  |
|  |  |

## Bénévolat au profit de l’industrie

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| No | Organisme/comité | Poste | Années (de/à) |
| 1. |  |  |  |
| 2. |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

**Description des principales réalisations :** (Veuillez les faire correspondre avec les numéros précédents.)

Décrivez les principales réalisations du ou de la candidat(e) en tant que bénévole et qui ont bénéficié à l’industrie.

|  |  |
| --- | --- |
| 1. |  |
| 2. |  |
|  |  |
|  |  |

Bénévolat à l’extérieur de l’industrie (organismes caritatifs, autres associations professionnelles ou associations d’autres industries)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| No | Organisme/comité | Poste | Années (de/à) |
| 1. |  |  |  |
| 2. |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

**Description des actions bénévoles à l’extérieur de l’industrie qui ont bénéficié à cette dernière :** (Veuillez les faire correspondre avec les numéros précédents.)

Décrivez comment le travail bénévole que le ou la candidat(e) a fait à l’extérieur de l’industrie (p. ex., pour un organisme caritatif ou une autre association) a bénéficié à l’industrie de la recherche, de l’analytique et de l’intelligence marketing.

|  |  |
| --- | --- |
| 1. |  |
| 2. |  |
|  |  |
|  |  |