



Fiche pratique :

La recherche de partenaires privés

Les recherches de partenaires privés sont des démarches chronophages mais très importantes pour la santé économique et le potentiel de développement d'un club sportif. Les informations transmises dans ce document sont des conseils et propositions de démarches mais il existe de nombreuses façons de procéder et il n'y a pas de « solution miracle » pour récolter de l'argent ou du matériel. Avant toute démarche, il faut être conscient de l'exposition médiatique de notre sport peu importe le niveau du club pour lequel on va effectuer la recherche de partenaire. Heureusement, il existe des entreprises qui souhaitent soutenir nos clubs et s'associer à l'image et aux valeurs véhiculées par le tir à l'arc. Pour cela, il est important de cibler les objectifs afin que la demande soit cohérente avec ce que les entreprises peuvent offrir. Nous allons revenir sur des possibilités de démarche en présentant les grandes étapes qui pourront vous être utiles lors de votre recherche de partenaires privés.

Sommaire :

1) Définition et précisions :	2
2) Définir son projet, son objectif	2
A) Les questions à se poser :	2
B) Vers qui tourner mes démarches :	2
3) Rédiger un document de présentation de projet	3
A) La couverture/page de garde :	3
B) Le corps du dossier :	4
C) Les dernières pages (annexes) :	6
4) L'action sur le terrain :	6
5) Derniers conseils	7

1) Définition et précisions :

Le **sponsoring** désigne un soutien financier ou matériel apporté à une structure ou un individu par un partenaire **en échange de différentes formes de visibilité** de nature publicitaire liées à la structure ou l'individu.

2) Définir son projet, son objectif

Avant tout démarchage physique, il y a un gros travail de préparation à effectuer pour clarifier le projet, à la fois pour soi, mais surtout pour être efficace auprès des futurs investisseurs.

La première question à se poser est « Pourquoi on recherche des partenaires ? ».

Il est impératif de fixer le cadre de cette démarche. Dans le cas d'un club de tir à l'arc, plusieurs raisons existent mais elles concernent généralement : L'organisation d'un évènement, le financement des déplacements d'une équipe, ou encore l'investissement en matériel ou tenues. Une fois que l'on sait dans quelles mesures on fait cette recherche de partenaires, il va falloir la structurer :

A) Les questions à se poser :

- Le type d'aide : argent, biens ou services ?
- Quels bénéfices pour le partenaire / sponsor ?
- Ai-je des contacts directs au travers des membres du club et de mon entourage avec les sponsors potentiels ?
- Qu'est-ce que moi, mon sport, mon club/association, mon équipe nous représentons ?
Quelles valeurs ?

B) Vers qui tourner ses démarches :

- L'entourage proche (famille, amis et membres du club ou de l'association) est souvent négligé par les clubs en recherche d'un sponsor alors que des membres de ce cercle immédiat font partie d'une société potentiellement prête à apporter un financement au

club ou à l'association. Même si les montants ne sont pas très élevés, avec plusieurs sponsors additionnés, la somme peut facilement être intéressante.

- Les « autres entreprises » : Que le club soit en zone rurale ou en zone urbaine, il existe sur tout le territoire breton un grand nombre d'entreprises. Toutes ces entreprises sont des partenaires potentiels à condition d'être en adéquation en termes d'identité, de valeurs et d'exposition médiatique. IL est impératif de cibler des sociétés en fonction de leur taille, de leur rayonnement géographique et de leur identité.

Dans tous les cas, il vaut mieux privilégier les entreprises dans lesquels vous avez déjà des contacts. Cela simplifiera les démarches et permettra d'avoir plus de poids dans d'éventuelles négociations. Pour toute recherche de partenaires privés, il faut retenir une notion essentielle ; **L'importance du réseau**. Ces contacts et réseaux de connaissances sont un atout indéniable dans vos recherches.

3) Rédiger un document de présentation de projet

Une fois le projet bien défini et afin d'illustrer vos propos, il est indispensable de créer un document de présentation de projet. Ce document pourra varier selon la démarche dans laquelle vous êtes à la recherche de ces partenaires, toutefois, le plan suivant vous aidera à réaliser un document clair et concis.

A) La couverture/page de garde :

Elle doit attirer et comporter les éléments essentiels qui permettront au lecteur de comprendre votre démarche très facilement.

Deux aspects essentiels :

- Le critère esthétique :

Il faut choisir une police et une taille de texte lisibles, des couleurs et une mise en page moderne qui représentent la structure (couleurs du club). Cet aspect esthétique prouve le sérieux de la démarche et va donner envie à l'entreprise de vous soutenir. Bien-sûr, une belle page de couverture ne suffit pas non plus à obtenir un partenariat.

- Le critère pratique :

Cette première page doit fournir les informations principales en répondant aux questions inévitables : Qui ? Où ? Quoi ? Quand ? Pourquoi ? Il faut alors exposer le nom de l'association ou des athlètes concernés, le logo, la date et la durée, le nom des responsables avec leurs coordonnées et surtout écrire un titre suivi d'un sous-titre explicatif. Ces renseignements ne doivent pas encombrer cette page de couverture qui doit rester sobre, mais elle doit permettre au lecteur de se plonger dans le domaine du tir à l'arc et dans votre projet, même s'il n'y connaît rien à priori.

B) Le corps du dossier :

Il doit être bien organisé, à la fois concis et complet. Il doit comporter des titres apparents et des photos/images. Pour être agréable à lire, il faut penser à le rendre sobre avec une mise en page claire et légère. Il vaut mieux ajouter quelques pages que d'en écrire de trop encombrées qui rendent la lecture pénible. Le partenaire potentiel aura certainement assez peu de temps à vous accorder, il faut donc que la lecture soit fluide et que le discours soit clair et précis.

- (1 page) Présentation du tir à l'arc en général (la fédération, licenciés, clubs, un champion olympique, etc...) pour permettre au lecteur de s'imprégner du milieu sportif et de l'environnement dans lequel évolue le club.
- (1 page) Présentation du club avec toutes sortes d'infos utiles et intéressantes (nombre d'année, nombre de licenciés, résultats remarquables, palmarès global, etc...)

- (1 à 2 pages) Présentation du projet « le pourquoi on recherche des partenaires »: ses origines, ses objectifs, son organisation ainsi que ses informations pratiques (dates, durée, lieu, nombre de participants). Faire une transition entre les buts déjà atteints antérieurement et les nouvelles ambitions qui motivent le projet actuel. Pas plus d'une page également pour cette partie.
- (1 page) Le budget et les besoins de financement : le budget doit être détaillé et doit comprendre les frais déjà pris en charge ainsi que les frais qui demandent à être couverts. Ainsi, le potentiel partenaire peut voir le montant total du projet et les besoins de financement qu'il peut combler ou non. Cette demande d'aide doit évidemment être explicite. Le partenaire voudra savoir si son argent servira à couvrir des frais de déplacement, à rémunérer un entraîneur, à acheter du matériel ou autre. Il est également possible qu'il préfère vous aider matériellement en fournissant des équipements ou en proposant des réductions sur ses services (location de véhicules, tarifs préférentiels sur des denrées alimentaires revendues par le club sur une compétition, ou toute autre mise à disposition de moyens). Ce dernier type d'aide peut être tout aussi intéressant pour votre club suivant le projet pour lequel cette recherche est effectuée.
- (1 page) L'intérêt du partenaire à soutenir le projet : Si mécénat, proposer les possibilités de visibilité, de retombées pour son entreprise. Si contrat de sponsoring avec le partenaire, il faut avoir prévu un plan d'exposition médiatique clair. Il faut, dans la mesure du possible, avoir anticiper ses attentes et lui montrer comment il peut profiter de la visibilité d'une association, d'un événement pour sa campagne de communication. Il est alors important de mentionner l'étendue de la potentielle clientèle du partenaire (Combien de fois son nom est visible ou cité, nombre de

spectateurs présents, rayonnement géographique...) afin qu'il puisse mesurer sa capacité d'influence.

- (1 à 2 pages) Les propositions concrètes de partenariat : demander un simple partenariat ne suffit pas à convaincre un potentiel partenaire. Il faut formuler des propositions concrètes (affichage, impression d'un logo sur les tenues...) tout en se montrant ouvert à la négociation. Le coût de ces propositions doit évidemment être détaillé ainsi que leur impact. Pour reprendre l'exemple d'un encart sur la tenue, il faut renseigner : la taille, le prix et l'emplacement Ce n'est pas le sponsor qui aura la charge de cette campagne de communication mais bien le bénéficiaire. Il est aussi primordial de préciser au partenaire s'il sera un partenaire principal, voire exclusif ou bien un partenaire secondaire parmi d'autres.

C) Les dernières pages (annexes) :

Les annexes se positionnent tout à la fin du dossier. Elles permettent de reprendre ce qui est mentionné dans le dossier mais qui n'est pas développé pour des raisons de pratique et de marketing mais qui peut tout de même intéresser les entreprises une fois qu'elles ont bien cerné le projet et qu'elles veulent plus de détails. Il peut s'agir de résultats, de photos supplémentaires, d'une liste de partenaires déjà acquis, de projets antérieurs ou autres.

4) L'action sur le terrain :

Une fois le dossier fini, il va falloir reprendre la liste des contacts que vous avez dans l'entourage des membres du club. Afin que cette démarche soit structurée, veillez à ce qu'un nombre restreint de personnes s'occupent du démarchage, cela évitera les

confusions et favorisera la communication au sein de cette équipe chargée de la recherche de partenaires.

Lors de vos opérations de démarchage, il va être important de caler des rendez-vous physiques. En effet, la demande de partenariat par mail ou par téléphone est bien moins fructueuse que lorsque vous aller « obliger » la personne à discuter en face à face. Pour toutes les entreprises dont vous avez un contact commun au club (archers, parent, ami, etc...), il va falloir annoncer le contact que vous avez en commun, expliquer en quelques mots-clés votre projet, et essayer d'obtenir un rendez-vous. Vous pouvez proposer au partenaire potentiel de lui envoyer le dossier par mail ou en version papier pour qu'il puisse en prendre connaissance avant l'entretien.

Lors de cet entretien, il va falloir tenir un discours clair et argumenté. Vous pouvez suivre la trame de votre dossier sans lire ce dernier mot pour mot mais en apportant des exemples précis et facilement compréhensible par votre interlocuteur.

5) Derniers conseils

Ne pas être trop gourmand : Il vaut mieux privilégier des petites entreprises locales désireuses de s'impliquer dans le domaine associatif de son secteur géographique. Ainsi, vous récupérerez des sommes parfois modestes mais qui mises bout à bout permettront à votre projet de voir le jour. Il faut savoir adapter votre demande en fonction de la taille de l'entreprise et de sa notoriété.

Ne pas se décourager : Lors de vos démarchages vous allez sans doute essayer quelques refus catégoriques voire des interlocuteurs qui ne porteront aucune attention à votre démarche, mais il faut garder sa motivation et mieux cibler les partenaires potentiels.

Accepter la faible médiatisation de notre sport : Malheureusement, certaines entreprises préfèrent soutenir des clubs dans des sports plus médiatisés même si leur niveau est inférieur au vôtre. Il va falloir accepter qu'une entreprise aide un club de

football ou de handball de niveau modeste plutôt qu'un club de tir à l'arc même avec un bon niveau régional ou national, l'exposition médiatique étant nettement supérieure dans un sport plus populaire. C'est dans ce genre de cas qu'il faut être pertinent en expliquant les valeurs véhiculées par le tir à l'arc, l'image philanthrope de l'entreprise en aidant un club de tir à l'arc local.

Ce document est un outil à disposition des clubs et ne garantit pas la réussite de vos démarches, tant la recherche de partenaires est compliquée et imprévisible.

Pour toutes questions et renseignements n'hésitez pas à contacter Lucas LE BAUT : lebautlucas@gmail.com