

Formation des dirigeants et de la « Vie Associative »
“Se former pour mieux diriger”

COMMENT CREER UN DOSSIER DE SPONSORING ATTRAYANT (Sponsoring / Mécénat)



SOMMAIRE

I - PREAMBULE

II - POURQUOI FAIRE UN DOSSIER DE PARTENARIAT ?

III - COMMENT STRUTURER SON DOSSIER SPONSORING ?

IV - LE DOSSIER SPONSORING

V - SEPT CONSEILS POUR FAIRE UN BON DOSSIER

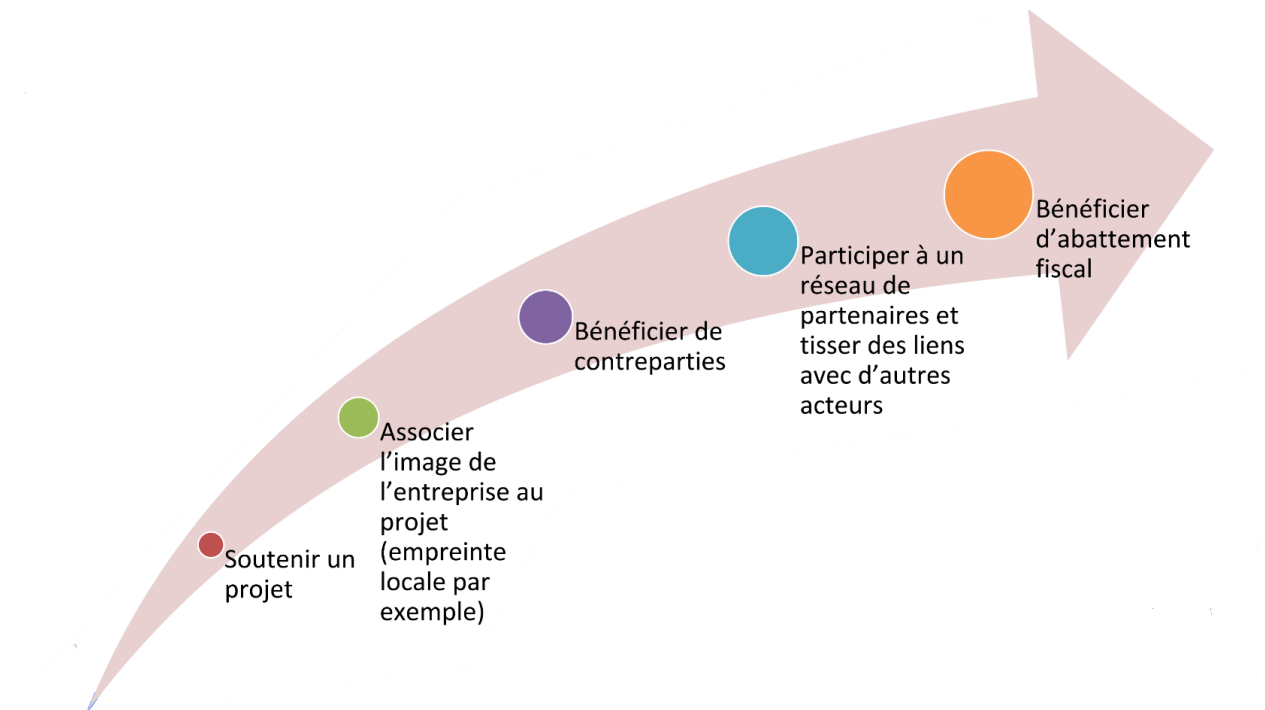
VI - ALLER CHERCHER DES INSPIRATIONS

I - PREAMBULE

Le **dossier de sponsoring** de votre club ne sera pas le seul à être reçu dans les piles quotidiennes. Alors dès le départ, prenez le parti de vous démarquer des autres : c'est important de sortir du lot lorsqu'on présente un projet de vie associative, et qu'on recherche des partenaires. Ce dossier représente votre association, certes, mais c'est également une partie de vous-même, de votre vie.

En effet, le but de ce document est de présenter votre projet et d'expliquer l'intérêt de votre projet à des partenaires potentiels, privés ou publics. Le document permet aussi de présenter les avantages qu'ont ces partenaires en vous aidant. L'objectif est simple : trouver de nouveaux sponsors !

II - POURQUOI FAIRE UN DOSSIER DE PARTENARIAT



- Structurer votre pensée
- Aide à la présentation
- Crédibiliser la démarche
- Permettre de se démarquer
- Laisser une trace

III - ROLE ET PLAN DU DOSSIER DE SPONSORING

Le dossier de sponsoring va permettre à un partenaire d'y voir plus clair sur votre projet. L'idée est de pouvoir **comprendre** en quelques pages les informations clefs : **qui vous êtes, ce que vous faites et ce que vous proposez**. Si les bases de votre projet ne sont pas encore établies, vous pouvez d'abord commencer par réaliser votre QOOQCP sur notre plateforme. Avant tout, votre dossier doit donner envie ! N'hésitez donc pas à y mettre les formes pour qu'il intéresse le plus grand nombre.

Le **plan classique d'un dossier de sponsoring** correspond donc à cela :

- 1 - Page de garde (logo, images, infos clefs)
- 2 - Présentation de votre équipe (vous, vos rôles, vos compétences, vos soutiens)
- 3 - Présentation de votre projet (origines, objectifs, description, perspectives)
- 4 - Pourquoi vous soutenir ?
- 5 - Budget
- 6 - Propositions de partenariat
- 7 - Contact

La taille du dossier peut varier, mais il doit être rapide à parcourir. Nous vous conseillons donc de rester sur **une page par partie**. L'avantage, c'est que votre facture à l'imprimerie sera moins salée ! ?

IV - COMMENT STRUCTURER SON DOSSIER SPONSORING

Une fois vos besoins identifiés et vos partenaires potentiels ciblés, il est temps de préparer un dossier de sponsoring pour convaincre ces derniers de vous soutenir.

Ce document doit contenir huit pages maximum :

Couverture

Page 1

Pourquoi un
partenariat

Page 2

Présentation de
la structure

Page 3 à 6

Présentation du
projet

Page 7

Les
engagements

Page 8

V - LE CORPS DU DOSSIER

V.1 - Page de garde : montrez que votre projet claque !

La première page de votre dossier doit donner envie de l'ouvrir ! Pour cela, mariez les bonnes couleurs, faites apparaître votre logo et placez un titre simple. Certes, votre première page nécessite de répondre aux questions clés : « quoi ? qui ? quand ? où ? », mais pour être belle, la page de garde doit rester simple et lisible. Nous vous conseillons donc de garder juste l'essentiel : votre logo, le titre, un éventuel sous-titre explicatif et une date, si besoin est.

V.2 - Présentation de votre équipe : en fait t'es qui ?

La présentation de votre équipe est indispensable dans votre dossier de sponsoring. Votre équipe porte la crédibilité de votre projet ! **Expliquez donc brièvement qui vous êtes, quelles sont vos compétences, vos rôles dans le projet et ce qui vous pousse à construire ce projet.** Si vous ou votre association a déjà mené des projets qui peuvent correspondre au projet que vous présentez, il est complètement possible de les intégrer dans votre présentation.

Vous devez **prouver que vous êtes fiable et capable** de réaliser votre projet. Détaillez également qui sont les parrains et les entreprises déjà partenaires. Si votre projet inclut des participants ou des bénévoles, vous pouvez aussi le mentionner. Enfin, si votre projet porte des valeurs fortes que vous voulez partager, n'hésitez pas à les inclure.

V.3 - Présentation de votre projet : vendez du rêve !

Une fois votre équipe présentée, passez au cœur du dossier : votre projet ! Soyez simple et concis et expliquez votre projet. Racontez fidèlement l'histoire de votre projet avec ses anecdotes et son évolution dans le temps.

Il est donc fortement conseillé d'**aborder les points suivants : les origines du projet, vos objectifs, une description et les informations pratiques** (date, lieu et durée du projet). Si besoin, n'hésitez pas à repartir de votre QQQQCP et insérer le lien wweeddoo de votre projet. Si votre projet est lancé depuis un certain temps, vous pouvez évoquer ce que vous avez déjà réalisé, ainsi que ce qu'il vous reste à faire et vos perspectives à long terme.

V.4 - Pourquoi vous soutenir ? Pour un partenariat 100% gagnant !

Maintenant que vos lecteurs vous connaissent et ont compris votre projet, passez aux choses sérieuses ! Cette partie doit les convaincre de vous soutenir. Vous devez **montrer en quoi votre projet sera bénéfique pour le sponsor** qui pariera sur vous. En effet, à l'inverse du mécénat, les partenaires chercheront à rentabiliser la pièce qu'ils misent sur vous !

D'abord, vous pouvez **parler de votre cible** : qui sont les personnes qui suivront votre projet du début à la fin ? Par exemple, pour un projet de voyage, vous pouvez expliquer qu'il s'agit de jeunes de tel âge à tel âge qui aiment le voyage, l'aventure, etc. Si la cible de vos fans, correspond à la clientèle du sponsor, vous aurez plus de chances de faire mouche !

Ensuite, **détaillez votre campagne de communication pendant, avant et après le projet** (affiches, flyers, publicités en ligne ou sur les médias, etc), les retombées médiatiques prévues, le nombre de personnes présentes, la taille de vos réseaux sociaux, etc. Les sponsors veulent en avoir pour leur argent, il est donc important pour eux de connaître l'efficacité de votre projet dans leur stratégie de communication.

Si votre projet est de nature sociale ou solidaire, vous pouvez **évoquer vos valeurs** et montrer que celles-ci renforceront l'image de marque du sponsor potentiel.

V.5 - Propositions de partenariat : faites vos offres, rien ne va plus

À présent, il ne reste plus qu'à proposer un partenariat ! Posez-vous d'abord la question : **quel type d'aide cherchez-vous ?** Il peut s'agir d'une aide financière (sponsors), de dons de matériel (voiture, équipement sportifs...) ou de services offerts (banques, assurances, garagistes...). Vous devez donc **créer vos offres en fonction de vos besoins principaux et des contreparties** que vous êtes en mesure d'offrir. Si vous souhaitez plusieurs types d'aides, vous pouvez choisir de faire plusieurs parties, mais le plus simple reste de proposer des offres pour des sponsors financiers. En effet, le don de matériel ou service peut se budgétiser et donc, correspondre à vos offres.

Face à chaque offre, détaillez ce dont le sponsor profite : encart publicitaire de telle taille, campagne sur les réseaux sociaux, présence du logo sur votre site et vos vêtements, présentation du projet aux employés, etc. Evidemment, plus le montant est élevé, plus les contreparties doivent être importantes. De toute façon, les offres seront amenées à être négociées et adaptées à vos sponsors. Votre présentation des partenariats doit permettre de **montrer l'ensemble des contreparties que vous êtes prêt à organiser**. Montrez que vous êtes ouvert à la discussion et à différents partenariats.

Pour appuyer vos propositions, n'hésitez pas dans cette partie à faire référence à des annexes : votre revue de presse, votre CV, les documents liés à votre communication, etc. Cela rassurera les sponsors et renforcera votre crédibilité.

V.6 - Budget : montrez à quoi serviront les sous

Après avoir étayé votre projet et vos propositions, passez au budget. L'idée de cette partie est de **montrer aux partenaires les besoins matériels et financiers de votre projet**. Une bonne gestion de projet implique de connaître et de maîtriser précisément les frais inhérents au projet.

Faites donc de belles colonnes avec le détail de vos dépenses estimées et de vos recettes (s'il y en a). Si besoin, vous pouvez vous aider d'outils pour faire vos estimations de dépenses. Par expérience, il vaut mieux surévaluer vos dépenses que l'inverse. En effet, il y a toujours des dépenses inopinées. Si vous préférez, vous pouvez prévoir un montant spécifique pour les imprévus.

V.7 - Contact : lâchez votre 06

Et voilà ! Vous touchez à la fin de votre dossier de sponsoring ! Il ne reste plus qu'une dernière page pour y ajouter vos rôles et vos contacts. ? Si le cœur vous en dit, vous pouvez aussi y mettre les logos de vos partenaires déjà signés (si ce n'est pas déjà fait dans la présentation de votre équipe ou de votre projet) et/ou un mot de la fin comme une citation par exemple.

VI - LE DOSSIER DE SPONSORING

VI.1 - Le dossier de sponsoring doit comporter :

1. Une présentation brève et précise de l'association.
2. Un exposé synthétique du projet ou des actions à soutenir.
3. Un budget prévisionnel du projet.
4. Une annexe comprenant les pièces administratives, des articles de journaux, des photos, des supports de communication...

VI.2 - Présenter son dossier

- Présentez des documents clairs. Gardez à l'esprit qu'une entreprise a peu ou pas de temps à vous consacrer. ...
- Pratiquez votre discours. ...
- Définissez vos objectifs... ...
- Trouvez le bon moyen de les contacter. ...
- Multipliez les opportunités. ...
- Restez confiant. ...
- Soit original.

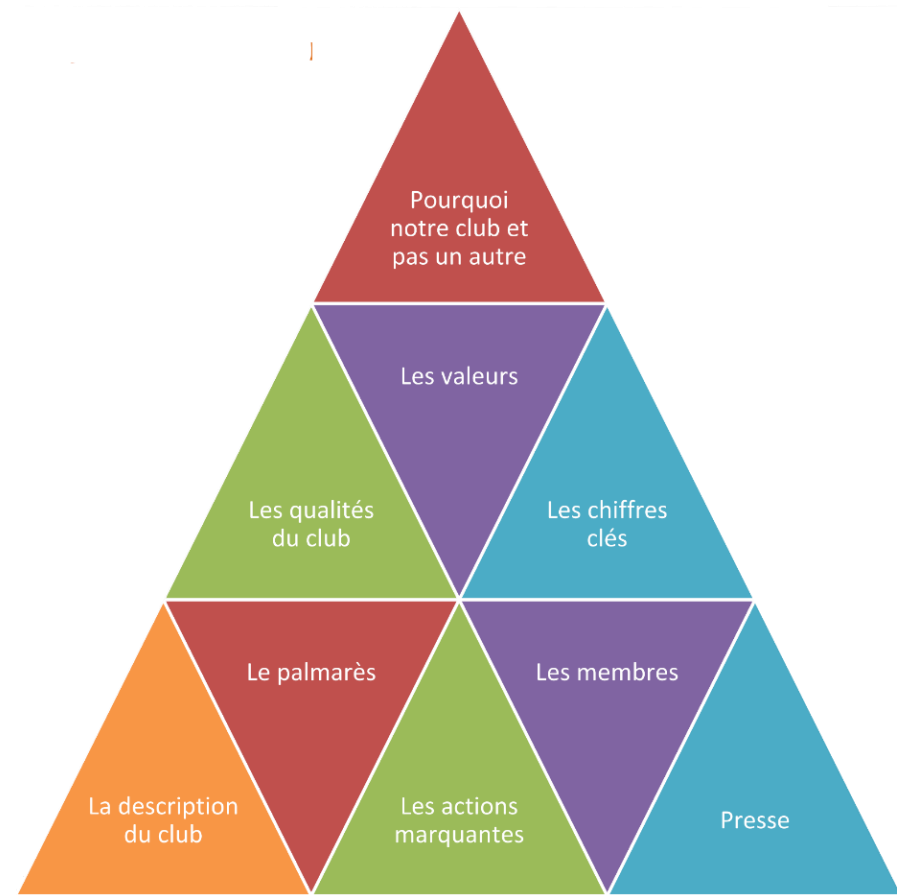
VI.3 - La couverture

La page de garde est la première que le futur sponsor va découvrir et attirera l'œil. Elle doit donc donner envie d'ouvrir le dossier pour en savoir plus. Elle doit être épurée et contenir l'essentiel :

- Le nom de l'association.
- Un titre qui définit clairement le projet.
- La date et la durée du projet s'il s'agit d'un événement précis.
- Un logo s'il existe.
- Des couleurs attrayantes.
- Une police claire et lisible.

VI.4 - La présentation du club et de l'équipe

Ici, il est question de faire une présentation des membres de l'équipe et plus précisément du porteur de projet. C'est également le moment de citer les événements passés afin de donner de la crédibilité à la demande, de parler des parrains et des résultats obtenus dans le cas d'un dossier de sponsoring sportif, par exemple. Il peut être judicieux d'intégrer des photos pour donner plus de vie à la présentation. Cette partie doit mettre le sponsor en confiance et le rassurer sur les capacités de l'équipe à mener à bien le projet. Elle doit idéalement tenir sur une page.



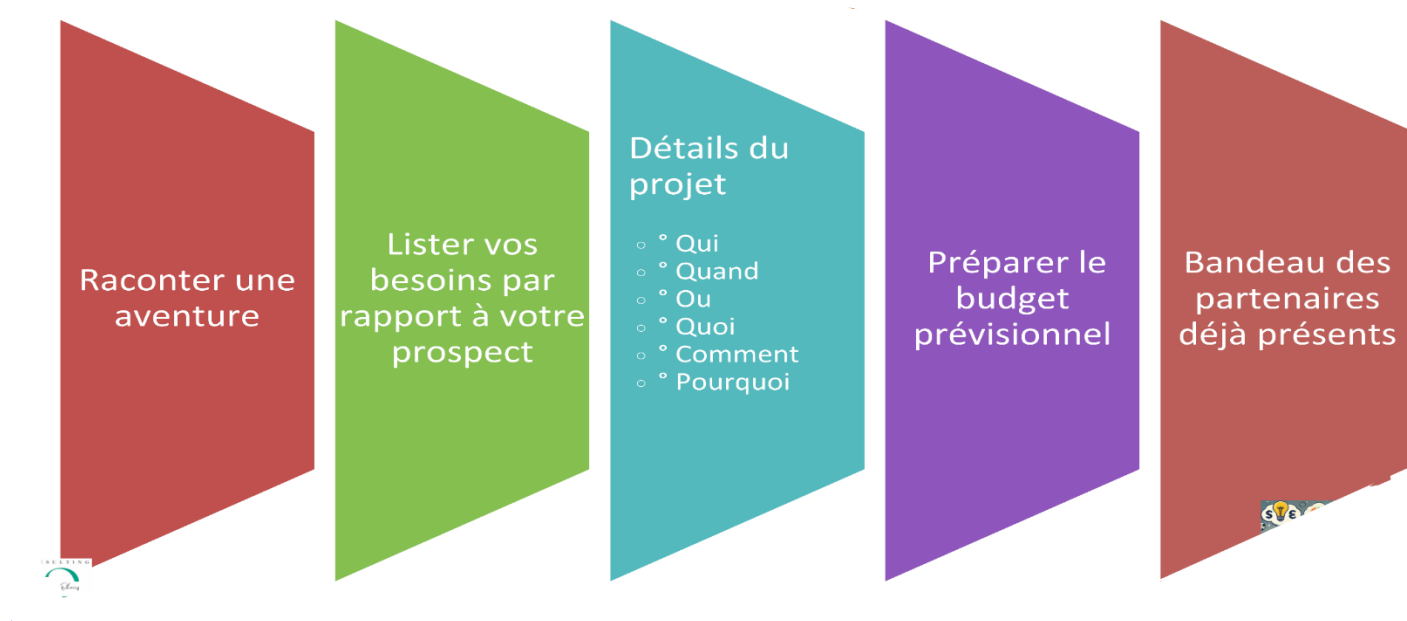
VI.5 - La description du projet

Il s'agit là de présenter le projet en détail :

- Quelles sont ses origines ?
- Quels sont ses objectifs ?
- En quoi consiste-t-il exactement ?
- Quand et où aura-t-il lieu ?

Cette partie est très importante, car c'est essentiellement elle qui va donner envie aux sponsors d'investir dans le projet. Elle doit afficher les ambitions de l'association et parler des buts atteints si le projet est déjà lancé. Il ne faut pas hésiter à ajouter des histoires ou des anecdotes afin de créer de la proximité et de l'empathie avec le lecteur.

Il est également important de décrire ici le déroulement de la campagne de promotion prévue autour de l'événement. Il faut lister l'ensemble des actions qui vont être mises en place, sur les réseaux sociaux (comme la page LinkedIn pour association), sur le site internet ou encore auprès des médias locaux.



VI.6 - La description des besoins du club

C'est le moment d'entrer dans le vif du sujet et d'exposer ce qui est attendu du futur sponsor. Ici, il est question de détailler les besoins de l'association, que ce soit en termes d'aide financière ou de dons de matériel.

Il est important pour le sponsor d'avoir une vue complète et précise du projet et du budget nécessaire sur chacun des postes. Ainsi, il aura une idée précise du montant total et pourra mieux se projeter sur les besoins qu'il pourrait combler.

VI.7 - L'intérêt du sponsor à soutenir le projet

Le sponsoring se différencie du mécénat d'entreprise par sa nature intéressée. En effet, dans le cas du sponsoring, il s'agit d'une opération gagnant-gagnant. Le sponsor apporte son aide à l'association et attend en contrepartie qu'elle fasse sa promotion tout au long de son projet.

Cette étape doit définir l'ensemble des avantages que le sponsor pourrait tirer de sa participation au projet. Quelle sera sa visibilité ? Est-ce que son logo sera apposé sur les équipements, sur les médias sociaux, sur le site web de l'association ? Est-ce qu'il pourra mentionner le partenariat dans de futures communications ?

VI.8 - La proposition de partenariat

À présent, il ne reste plus qu'à faire une proposition concrète de partenariat. Il faut résumer tout ce qui a été dit auparavant et formuler clairement ce qui est attendu de la relation, d'un côté comme de l'autre. Il est important de rester ouvert à la négociation et d'écouter les propositions ou les requêtes du sponsor.

VI.9 - La page de fin

Elle doit contenir les coordonnées de l'association, son téléphone, son adresse e-mail, le nom du contact et des remerciements au sponsor pour le temps accordé à la lecture du dossier. Elle peut également intégrer des photos ou les logos des partenaires actuels ou passés.

Les annexes (comme une revue de presse, un organigramme ou encore un programme) doivent être insérées à la fin du dossier.

VII - QUELQUES CONSEILS POUR FAIRE UN BON DOSSIER DE SPONSORING

VII.1 - Ne négligez pas la présentation

La première impression du partenaire sur votre dossier sera liée à son apparence. Ne négligez surtout pas ce point ! Pour rendre votre dossier plus agréable à l'œil, n'hésitez pas à faire appel à un graphiste (le matching de compétence peut vous aider), à utiliser des logiciels d'édition photo type Photoshop, Illustrator, Indesign ou, plus simple, des outils en ligne pour éditer et réaliser votre dossier (Canva, Desygner, Crello...). Remplissez également votre dossier avec de belles photos ! Vos propres clichés seront plus authentiques, mais si vous n'en avez pas, vous pouvez vous servir sur les bases de données d'images libres de droit (Everypixel en regroupe plusieurs par exemple).

VII.2 - Partez à la chasse aux fautes d'orthographe

Trop de fautes d'orthographe et vous pouvez être sûr que votre dossier finira à la poubelle. On va éviter de gâcher du papier, non ? Pour cela, commencez par le relire plusieurs fois. Passez-le au vérificateur d'orthographe comme bonpatron.com ou [Antidote](#). Pour finir, faites-le relire par votre équipe, vos amis, votre famille et des gens qui ne connaissent pas le projet. Cela permettra de vérifier la clarté de vos dires tout en étant sûr de ne laisser aucune faute traîner.

VII.3 - Variez les formats

Imprimer cinquante exemplaires de votre dossier de dix pages commence à vous coûter cher ? N'hésitez pas à faire des formats plus courts. Par exemple, vous pouvez proposer un mini-dossier d'une page pour ensuite envoyer le dossier complet par email, c'est votre portefeuille qui vous remerciera. La page peut prendre la forme d'une feuille divisée en quatre : qui sommes-nous / notre projet / nos propositions de partenariat / notre budget. Une personne pourra ainsi comprendre en un clin d'œil ce dont ça parle. Tout le monde gagnera du temps et y trouvera son compte.

VII.4 - Fixer des objectifs

Avant de commencer la rédaction d'un dossier de sponsoring, il est d'abord essentiel d'en définir clairement les objectifs. Qu'est-ce qui est attendu du sponsor ? À quoi va servir le parrainage ? Qu'est-ce que l'association peut apporter en retour ?

VII.5 - Dresser une liste des entreprises susceptibles d'être intéressées et trouver le bon interlocuteur

La demande de sponsoring ne doit pas être envoyée à n'importe quelle entreprise, au risque de n'essuyer que des refus. Il est primordial de cibler les partenaires les plus susceptibles d'être intéressés par le projet, soit parce qu'ils font partie de l'entourage de l'association, soit parce qu'ils œuvrent dans le même champ d'action, soit parce qu'ils partagent les mêmes valeurs.

VII.6 - Structurer le dossier et choisir le bon ton

Présenter un dossier bien structuré et bien documenté donne de meilleures chances de décrocher une réponse positive. Il faut également savoir adopter le bon ton en fonction du destinataire et rester relativement formel, même si la demande est destinée à une personne du cercle de l'association, au risque de paraître trop désinvolte.

VII.7 - Avoir une approche personnalisée pour chaque entreprise

Si le dossier est envoyé à plusieurs entreprises, il est important de veiller à ce que les axes d'approche et les formules employées soient appropriés. Chacun des futurs sponsors a sa propre identité et les arguments ou les contreparties qui pourraient les intéresser ne sont pas forcément les mêmes pour tous.

N'hésitez pas à personnaliser votre dossier en fonction de chaque sponsor potentiel, afin de montrer que vous avez pris le temps de comprendre leurs attentes et de cibler leurs besoins spécifiques. Des lettres de recommandations de clients satisfaits représentent également un atout supplémentaire pour convaincre.

VII.8 - Monter un dossier réaliste

La proposition peut être ambitieuse, mais doit avant tout rester réaliste, en phase avec les moyens de l'entreprise sollicitée et les retombées que le projet est en mesure de lui apporter. Elle peut tout à fait comporter différents types de partenariats, comme une offre premium avec davantage de visibilité, une offre intermédiaire et une offre pour les plus petites entreprises.

VII.9 - Miser sur 8 à 10 pages de contenu maximum

Un bon dossier de sponsoring doit pouvoir donner toutes les informations sur le projet et savoir convaincre en une dizaine de pages maximum. Il faut être clair, simple et concis tout en donnant suffisamment de détails pour donner envie.

VII.10 - Faire relire le dossier par une personne extérieures

Avant d'envoyer le dossier de sponsoring, il est toujours bon de le faire relire par une personne extérieure afin de corriger les fautes d'orthographe et de s'assurer que les éléments sont clairs et compréhensibles de tous.

VII.11 - Conclusion

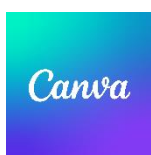
Soyez donc un maximum clair, simple et précis. Ne faites pas d'estimations trop extravagantes ou irréalistes et montrez que vous êtes investi et SUR-motivé ! Pensez aussi à poster votre projet et votre dossier sur wweeddo pour gagner en visibilité et trouver des soutiens ! Enfin, vous devrez montrer que votre projet est différent des autres tout en respectant le cadre du dossier de sponsoring. En bref : soyez malin ! ?

VIII - ALLER CHERCHER DES INSPIRATIONS

Vous avez peur de tomber en panne d'inspiration ? Pas de problème, internet est plein de dossiers de sponsoring pour vous inspirer (à ne pas recopier ?). Vous trouverez ci-dessous les quelques dossiers les plus professionnels que nous avons pu trouver.



VI.1 - GOOGLE : Les divers moteurs de recherche proposent des solutions pour vous permettre de créer un dossier sponsoring attrayant.



VI.2 - CANVA : Une plateforme intuitive et facile d'utilisation

Canva est conçu pour être facile à utiliser, même pour les débutants. Pour commencer, il vous suffit de créer un compte gratuit et de choisir le type de design que vous souhaitez réaliser. Vous pouvez alors sélectionner l'un des nombreux modèles disponibles dans sa bibliothèque, ou bien partir de zéro et créer votre propre design. Il propose une large gamme d'outils de conception, y compris des options de texte, de couleurs, de formes et d'images. Vous pouvez également télécharger vos propres images pour les intégrer à votre design. Il s'agit d'un outil de design graphique en ligne gratuit qui propose des modèles de présentation de haute qualité de dossier de sponsoring.

Si votre organisation est un organisme à but non lucratif éligible, vous pouvez accéder gratuitement à Canva Pro dans le cadre de notre programme [Canva Solidaire](#). Pour en profiter, vous devez créer un compte Canva et fournir une preuve que vous êtes bien un organisme à but non lucratif.

<https://www.canva.com/>



VI.3 - GAMMA.APP : Moyen innovant de présenter ses idées optimisées par l'IA avec des présentations, des documents et des sites web d'une grande élégance. Aucune compétence en design ou en programmation n'est requise.

Créez un nombre illimité de présentations, de sites Web et bien plus encore, en quelques secondes seulement.

<https://gamma.app/>



VI.4 - SPORTEASY : propose la création d'un dossier de sponsoring type clé en main.

<https://www.sporteasy.net/fr/blog/gerer-mon-club/financer/document-type-de-sponsoring/>