



FICHE PRATIQUE 17

COMMENT TROUVER DES SPONSORS POUR VOTRE ASSOCIATION SPORTIVE ?

Une association sportive comme toutes autres associations est en recherche perpétuelle de financement pour faire prospérer son activité. Les adhésions, subventions et dons font partie de ces sources de financement, tout comme le **SPONSORING** fait auprès d'entreprises partenaires.

En effet, négocier et acter des partenariats avec des entreprises est une action importante pour les clubs sportifs. **Elle représente une source de financement qui vient suppléer aux adhésions, dons et subventions.** Cependant, il s'agit souvent d'un travail fastidieux et de longue haleine.

Nous allons, donc, vous faciliter la tâche en vous donnant quelques conseils afin de trouver les partenaires idéaux pour votre club sportif.

1. FIXER LES BESOINS DU CLUB

Le premier élément essentiel dans une recherche de sponsoring et/ou de partenaires est de fixer les besoins du club. Ceux-ci peuvent être de différentes natures : besoin en équipement, besoin de financement, besoin spécifique pour un événement sportif, etc.

Grâce à la définition de ces besoins, il sera plus simple de cibler les recherches et de contacter les « bonnes » entreprises afin de négocier les partenariats.

2. SPÉCIFIER LES CONTREPARTIES SOUHAITÉES

Ainsi, il est essentiel de définir les contreparties que vous souhaitez proposer à vos futurs partenaires. Il faut aussi les expliciter clairement pour faciliter la compréhension des entreprises. Que ce soit une **visibilité physique** (panneau en bord de terrain, logo sur le maillot de match ...) ou une **visibilité sur le web** (logo sur vos réseaux sociaux, articles dédiés sur le site ou le blog du club...). Il existe de nombreuses manières de véhiculer l'image de vos sponsors.

3. DÉFINIR LES BÉNÉFICES POUR LES ENTREPRISES PARTENAIRES

Aucune entreprise ne vous apportera son soutien pour simplement vous faire plaisir. Le partenariat doit être un "gagnant – gagnant". **L'entreprise doit pouvoir trouver une plus-value, un avantage à vous sponsoriser.**

Différents avantages existent. L'avantage le plus évident d'un partenariat avec un club sportif est "communicatif". Il permet de valoriser l'image, la réputation de l'entreprise sponsor.



Enfin, afin de savoir concrètement où le partenariat va mener, vous devez être en mesure de démontrer explicitement par quel moyen votre club peut mettre en avant l'image de l'entreprise qui deviendra son sponsor ou partenaire.

Le dernier plus, pour les entreprises qui deviennent partenaires est que vous pouvez leur garantir des charges fiscales moins lourdes. (Attention, cela ne doit pas être l'argument principal à mettre en avant pour négocier le partenariat).

4. MISER SUR LE LOCAL

Pour les clubs sportifs amateurs, obtenir des partenariats avec des entreprises de leur ville, de leur région ou de leur département est important.

Ce partenariat est, dans le sport amateur, considéré comme de l'entraide de la part des entreprises locales. En effet, ce n'est pas un réel accord commercial. Il se fonde sur un système de gagnant – gagnant où l'entreprise et le club sportif y trouvent leurs intérêts :

A. POUR L'ENTREPRISE

L'intérêt premier est celui de la visibilité. En effet, il s'agit d'un vecteur d'intérêt principal des entreprises pour se lancer dans un partenariat avec un club sportif local.

Ensuite, le sport amateur rassemble de nombreuses valeurs (l'amitié, le respect, l'engagement, la passion, l'excellence) qui parlent à tout le monde et qui peuvent être "utilisées" par les entreprises.

Enfin, c'est aussi un levier commercial, de fidélisation de clientèle avec des offres spécifiques (comme faire gagner des places pour un match par exemple).

B. POUR LES CLUBS

L'intérêt principal est de diversifier ses sources de revenus.

Ensuite, les clubs sportifs peuvent profiter de l'image de marque de l'entreprise partenaire et ainsi attirer de nouveaux joueurs ou partenaires.

Enfin une entreprise, c'est des employés, des fournisseurs, des clients, autant de personnes qui peuvent devenir fans de votre club sportif.

5. SOLLICITER VOTRE RÉSEAU

Quand c'est sous notre nez, nous avons du mal à le voir. Cela est aussi le cas pour les partenariats. En effet, vos futurs partenaires sont autour de vous et autour de vos licenciés, dans leurs contacts, car avant d'être des membres de votre club, vos licenciés sont des hommes et des femmes, des chefs d'entreprises, des salariés, des artisans, des entrepreneurs. Vos licenciés sont donc la source première de vos recherches de partenaires.



6. FAIRE PLACE À L'INNOVATION

Pour obtenir un partenariat, l'innovation est un élément à ne pas négliger. En effet, essayez de vous démarquer, de sortir du lot. Il faut se différencier des autres clubs du coin pour taper dans l'œil du partenaire.

7. MONTER UN DOSSIER DE SPONSORING

Nous vous présentons succinctement la structure d'un dossier de sponsoring dans lequel vous allez présenter différents éléments :

- **Présentation brève de l'objectif du dossier de sponsoring** (image de l'entreprise, exposition locale, valeurs du sport, financement d'un nouveau projet au sein du club).
- **Présentation du club sportif** (historique, équipe dirigeante, les différentes équipes ou sections, etc.).
- **Présentation de l'intérêt du partenariat entre l'entreprise et votre club** (solution simple et efficace pour communiquer localement, pour un projet socio-éducatif, etc.).
- **Présentation de l'intérêt du partenariat pour le club** (continuer à exister et se développer, financer les équipements, améliorer les conditions de travail des bénévoles, etc.).
- **Présentation et explications des contreparties** (logo sur les t-shirts, bannières sur le site web ou les réseaux sociaux, banderoles autour du terrain, etc.).

Source Sports Régions