

PROMETHEA AIDE AUX PORTEURS DE PROJETS CULTURELS COMMENT REDIGER UN DOSSIER DE SPONSORING ?

Créée en 1985, Prométhéa est une association sans but lucratif ayant pour objet la promotion des arts et du patrimoine via le développement du mécénat et de sa pratique.

La mission prioritaire de Prométhéa a toujours été de développer des partenariats fructueux entre les secteurs culturel et économique. Pour ce faire, l'association joue, d'une part, un rôle d'intermédiaire en diffusant l'information relative au mécénat et en organisant des événements de relations publiques afin d'élargir son réseau de contacts et de mettre en rapport direct responsables culturels et chefs d'entreprise. D'autre part, Prométhéa a développé un service d'information et de conseils personnalisé et accessible gratuitement à tous les représentants du monde culturel qui en font la demande. Ce service vise à informer les artistes sur le mécénat culturel et à les guider dans la mise en œuvre de leurs démarches de recherche de mécénat.

Prométhéa, dont un des objectifs est de conseiller et aider gratuitement les porteurs de projets culturels dans leur recherche de partenariats, **n'offre ses services que sur base d'un dossier structuré** qui lui permettra de déterminer si oui ou non elle peut intervenir de manière efficace.

Présentation et structure du dossier :

Un dossier de mécénat ou sponsoring doit être le plus clair et synthétique possible. Il doit donner confiance, donner les informations essentielles et donner envie de rencontrer le porteur du projet.

1/ PRESENTATION :

Photocopies reliées. De 1 à 5 pages (+ annexes). Si le dossier contient plus de 5 pages, il faut prévoir un sommaire et un résumé sur une page. Une présentation de qualité est importante mais le luxe inutile est par contre à proscrire.

***Certaines entreprises reçoivent plus de 200 demandes de mécénat par mois !
Plus votre dossier sera clair et succinct, plus il aura une chance d'être parcouru.***

2/ STRUCTURE :

La **couverture** reprend le titre du projet et éventuellement un sous-titre explicatif, parfois le logo de l'association, date(s) et lieu(x) de l'événement ainsi que le nom et les coordonnées du (des) responsable(s).

Le **dossier** en lui-même comprend idéalement 5 parties + annexes éventuelles :

1. Présentation du responsable du projet, de l'association, des parrains de l'événement, du Conseil d'Administration soit tout ce qui peut apporter une certaine crédibilité quant à la qualité culturelle (précédentes réalisations etc...) et la fiabilité des porteurs de projet (expérience etc...).
2. Présentation du projet culturel : origine et objectifs, description, informations pratiques (lieu, date, durée...). Eventuellement perspectives à venir.
3. Public et campagne de promotion : campagne de communication, diffusion, description (affiches, dépliants, tickets, spots tv ou radio, etc...) et quantité (nombre d'exemplaires etc..), public visé, ...
4. Budget présenté dans les grandes lignes :
Côté recettes : subsides, aide en nature obtenue, recettes propres (entrées, pub et vente de catalogues, location de nocturnes), mécénat recherché
Côté dépenses : salaires, frais fixes, autres frais divers liés à l'événement (pub,...)

La part du mécénat recherché ne doit pas dépasser 10 à 20% du budget total.

- Annexes : catalogues, revue de presse, Curriculum Vitae, programme, documents promotionnels, photos....

5. Opportunités de partenariats :

Ce chapitre est le plus intéressant pour les entreprises partenaires. C'est en effet à celui-ci qu'elles portent principalement leur attention. Il se doit donc d'être le plus clair, le plus inventif et attrayant possible. Prométhéa peut établir les formules de partenariats les plus adéquates.

Les objectifs, l'intérêt, les souhaits de retombées, les moyens financiers, les modes de décisions, la fonction du responsable sponsoring ou mécénat varient d'une entreprise à l'autre. Il s'agit donc de faire des propositions adaptables au plus grand nombre et laissant la porte ouverte à la discussion (proposition de formules modulables en fonction de l'interlocuteur). L'idéal est bien entendu un accord avec un partenaire unique et à long terme. Il faut aussi envisager des suggestions pour des co-sponsors, des sponsors ponctuels ou par projet, ainsi que pour des sponsors en services ou en nature.

Il s'agit d'une part de définir les montants recherchés en sponsoring et d'autre part d'énumérer les différentes possibilités de retombées à offrir. Les propositions peuvent être adaptées en fonction des souhaits du sponsor.

Plusieurs types de partenariats sont à proposer :

1. Partenaire majeur/exclusif/structurel

Prise en charge de la totalité du montant recherché ou d'un montant conséquent. Association à l'ensemble des activités et éventuellement invitation à participer aux décisions (membre du conseil d'administration, participation aux réunions de travail...)

Les retombées sont maximales.

2. Partenaire ponctuel/de projet, sponsor

Budgets différents selon la nature de chaque projet.

Retombées moindres ou liées au projet uniquement.

3. Partenaire en service/nature

Par exemple pour le transport, les assurances, les matériaux nécessaires, l'hébergement et diverses fournitures.

Retombées en fonction de la valeur du partenariat.

Listes de retombées à envisager :

1. Visibilité

- Logo ou espace réservé au sponsor sur tous les documents promotionnels : affiches, dépliants, invitations, tickets d'entrée, cd-rom, site internet, catalogue, programme, journal ou autre publication, avec le nombre d'exemplaires distribués.
- Logo sur les annonces publicitaire presse (radio ou tv).
- Association à la campagne presse : invitation et prise de parole lors de la conférence de presse, mention dans le communiqué de presse et le dossier de presse.
- Présence sur les lieux (panneau, banderole, stand...)
- Présence à l'inauguration : prise de parole, ...

2. Relations Publiques

- Visites guidées, nocturnes, mise à disposition de salles de réception pour les invités du sponsor.
- Invitations au vernissage ou autres événements officiels.

3. Communication interne

- Articles et photos dans les publications de l'entreprise
- Entrées gratuites pour le personnel
- Participation à l'une ou l'autre activité
- Implication de certains membres du personnel dans la mise en place du projet

4. Communication externe

- Autorisation pour le sponsor d'utiliser dans sa communication le logo du « culturel »
- Cadeau d'entreprise
- Catalogue, ouvrage d'art, objet de merchandising ou cd-rom gratuits et/ou à prix préférentiels.
- Places, entrées ou programmes offerts.

Toute l'équipe vous remercie de l'intérêt que vous avez porté à la mission de Prométhéa. C'est avec plaisir que nous nous mettons à votre disposition pour vous aider dans votre recherche de fonds sous réserve de l'acceptation de votre dossier.