



SERVICE MECENAT JANVIER 2016

RECHERCHE DE PARTENARIAT FINANCIER

Voici la démarche de recherche de financement privé pour les groupes et territoires afin d'organiser un week-end Mission Aventure, un Brevet éclaireur de tribut, un week-end territorial ou tant d'autres projets ! Dans ce kit, vous trouverez des informations pour nouer des partenariats sous forme de mécénat ou de sponsoring.

NOUER DES PARTENARIATS POUR...

1. Obtenir des dons matériels ou financiers afin de réduire le coût du week-end pour les familles
2. Accueillir de nouvelles familles.
3. Obtenir des dons en matériel pour réaliser un week-end extraordinaire (ex : matériel vidéo pour réaliser un film, matériel technique ...).
4. Réaliser votre projet !

Première forme de partenariat privé : le mécénat

Le mécénat est un soutien apporté sans contrepartie directe de la part du bénéficiaire, à une œuvre ou à une personne pour l'exercice d'activités présentant un intérêt général.

Le mécénat peut prendre différentes formes :

- Le mécénat financier : par chèque, liquide ou virement
- Le mécénat matériel qui consiste à offrir gracieusement des biens. Exemple : des gâteaux, du papier, des ballons....
- Le mécénat de compétences qui est la mise à la disposition de personnel. L'entreprise propose un transfert gratuit de compétences en faveur d'un projet d'intérêt général, en mettant à disposition des salariés volontaires, pendant leur temps de travail. Pour mettre en place ce type de mécénat contactez directement le service mécénat au national : mecenas@sgdf.fr

UN REÇU FISCAL : Si une entreprise vous propose de vous faire un don, en échange, nous lui délivrons un reçu fiscal. Les dépenses de mécénat effectuées par une entreprise donnent droit à une **réduction d'impôt égale à 60 % du montant du don**, pris dans la limite de 5 pour mille du chiffre d'affaires hors taxes, pour les entreprises assujetties à l'impôt sur le revenu ou à l'impôt sur les sociétés. Ex : Pour un don de 500 €, le coût net réel pour l'entreprise est de 200€. Le trésorier doit faire une demande au service donateurs, en remplissant la fiche dans doc en stock : recevoir et gérer un don.

DES CONTREPARTIES : L'administration fiscale reconnaît l'existence de contreparties dans une opération de mécénat, à condition qu'il existe une disproportion marquée entre les sommes données et la valorisation des contreparties. Le montant des contreparties autorisées est limité à 25 % du montant total du don. L'association du nom de l'entreprise versante aux opérations réalisées par l'organisme relève du mécénat, si elle se limite à la simple mention du nom du donateur, quels que soient le support et la forme, à l'exception de tout message publicitaire. C'est-à-dire : si une entreprise vous fait un chèque de 5000€, vous pouvez mettre le logo de cette entreprise dans le carnet du participant, sur le blog du groupe...

Deuxième forme de partenariat privé : le sponsoring

Le « sponsoring » ou « parrainage », est un soutien matériel apporté à une manifestation, à une personne, à un produit ou à une organisation en vue d'en retirer un bénéfice direct.

Les dépenses engagées dans le cadre d'opérations de sponsoring sont destinées à promouvoir l'image de marque de l'entreprise. Le sponsoring répond donc à une démarche commerciale explicitement calculée.

Pour l'entreprise, les contreparties sont en rapport avec l'avantage attendu et doivent être dans l'intérêt direct de l'entreprise.

Vous pouvez proposer aux entreprises :

- d'utiliser durant le week-end des produits qu'ils auront donnés, par exemples : gourdes, lampes, etc.,
- de mettre leur logo sur le carnet du participant,
- d'afficher le logo à l'accueil du rassemblement.

Vous ne pouvez pas :

- accepter de changer la tenue scoute et demander aux enfants de porter t-shirt ou casquette à l'effigie d'une marque ;
- vous engagez dans des contreparties pour le rassemblement au niveau national. Les partenariats que vous allez établir concernent votre rassemblement local ou territorial. Vous ne pouvez imposer le logo du partenaire sur le site SGDF, ou un stand sur chaque week-end, etc.

COMMENT FAIRE ?

Pour un week-end ou projet de groupe

C'est au RG d'accepter le partenariat : c'est lui le responsable du groupe par délégation et qui a le pouvoir de signer des conventions

Pour un week-end ou projet de territoire

Il faut absolument que le ou les DT accepte(nt) le partenariat : c'est lui le responsable du territoire par délégation et qui a le pouvoir de signer des conventions.

N'hésitez pas à poser des questions au Service mécénat : mecenat@sgdf.fr, tel : 0144523707.

Déroulement d'un partenariat

Comment et quand faire la demande pour un partenariat ? Quelles en sont les étapes ? Les pièges à éviter ? Voici des éléments de réponse...

Identification et recherche d'entreprises dans le réseau

Qui peut faire des demandes de partenariat ? La recherche de financement est l'affaire de tous ! Nous sommes tous conviés à aider les enfants et les jeunes adultes à participer aux activités et à développer des partenariats pérennes pour groupe et le territoire.

- Le délégué territorial et son équipe
- Le responsable de groupe et son équipe
- Les parents

→ C'est le délégué territorial ou le Responsable de Groupe qui devra valider ou non le partenariat et ses conditions.

Présentez votre projet à votre réseau !

Il est en effet plus facile de nouer un partenariat avec une entreprise, lorsqu'un salarié est porte-parole du projet. Les entreprises préfèrent aider les associations où leurs collaborateurs sont engagés.

Où pouvez-vous trouver vos partenaires ?

Le mécénat et le sponsoring n'est pas réservé aux multinationales. Quelle que soit leur taille, leur activité, les entreprises peuvent faire des dons. Les entreprises qui se situent sur votre territoire peuvent vous soutenir.

Vos partenaires peuvent être...

1. Des entreprises

- Les entreprises dans lesquelles travaillent les parents, les bénévoles et les amis de votre groupe ou territoire ;
- les entreprises avec lesquelles le groupe et le territoire travaillent déjà : le peintre des locaux, le supermarché, la boulangerie, etc. ;

- toutes les entreprises présentes sur votre périmètre ! N'oubliez pas les usines qui cherchent bien souvent à écouler leurs stocks !

Comment les contacter ? Pour entrer en discussion avec une entreprise, essayez de trouver une personne intermédiaire proche du scoutisme qui travaille dans cette entreprise. Elle pourra vous présenter les bonnes personnes et vous introduire auprès d'eux.

Que demander à une entreprise ? Ils peuvent vous donner de l'argent ou du matériel et mettre à votre disposition des compétences de leurs collaborateurs (ex : un garagiste qui vous accompagnera dans la fabrication d'une caisse à savon). Ils peuvent également être un support de communication, relayer la campagne de communication et de recrutement, en plaçant des affiches, en publiant un article sur l'événement dans leurs revues ou tout simplement en vous mettant en relation avec leurs contacts.

Que pouvez-vous apporter à une entreprise ? Tout simplement les mettre en contact avec des scouts ! Selon leurs activités les entreprises peuvent être intéressées par rencontrer des jeunes chefs bénévoles engagés et/ou des enfants et leur famille. Vous pouvez les inviter à un débat autour des jeunes, ou à un groupe de travail sur les valorisations des compétences acquises lors de son engagement scout, participer à une soirée job dating, où les Ressources Humaines rencontrent des jeunes adultes et les accompagnent à formuler leurs expériences et leur projet professionnel. Proposez-leur d'inviter au week-end les familles de leurs salariés.

Inviter votre réseau ! Les scouts bénéficient d'un réseau très large : familles, jeunes adultes bénévoles, partenaires d'institutions publiques et privées (entreprises, maires, conseillers locaux...) Un week-end, c'est l'occasion de faire se rencontrer tous ces acteurs qui ont très peu d'occasion de partager un moment ensemble. N'hésitez pas à les inviter pour une veillée, un apéritif...

Certaines entreprises seront contentes d'avoir de la communication autour de l'événement. Ex : écrire un article dans leur revue interne ou pour leur site internet, envoyer des photos avec un compte rendu de l'événement...

2. Des fondations

Les fondations peuvent être de différents types : fondation d'entreprise, familiale, ... Elles sont de plus en plus nombreuses. Essayez de contacter en priorité les fondations qui sont dans votre région.

Comment les contacter ? Sur le site internet de la fondation ou en les appelant, vous trouverez les modalités pour leur présenter votre projet. Bien souvent, ils vous demandent de télécharger un dossier à leur retourner.

Que demander à une fondation ? Principalement de l'argent. Ils pourront également vous présenter des personnes, des associations etc...

Que pouvez-vous apporter à une fondation ? Ils seront bien évidemment très heureux de recevoir une invitation pour venir sur l'événement (par exemple pour un cocktail) mais surtout, envoyez un compte rendu avec des photos etc.

3. Des clubs services

Rottaryclub, LionsClub, Etc.

Comment les contacter ? À vous d'appeler les clubs services de votre territoire pour connaître les modalités. Vous pouvez demander un RDV et leur présenter un dossier sur votre projet.

Que demander à un club services ? Ils peuvent vous donner de l'argent, prêter un local ou du matériel, vous mettre en relation avec des personnalités, communiquer dans leur réseau sur vos actions...

À savoir ! Utilisez vos relais pour trouver des partenaires.

- Pensez à contacter la Chambre de Commerce dont vous dépendez, pour demander des conseils sur vos démarches locales. Ils ont parfois un référent mécénat.
- La presse locale et régionale peut être un excellent relais pour faire connaître vos activités et vos besoins.
- Faites un appel auprès de vos partenaires pour diffuser l'information. Ex : dans les paroisses, les mairies, les écoles, les journaux, etc.

Déroulement d'un rendez-vous avec un partenaire potentiel

Voici des propositions pour vous aider dans les différentes étapes d'un rendez-vous.

1. La rencontre

Une rencontre impacte davantage lorsqu'elle se déroule face à face. Privilégiez et favorisez les entretiens physiques aux rendez-vous téléphoniques ou aux échanges d'emails.

Votre interlocuteur appréciera que vous vous déplaciez dans ses locaux.

Au cours de l'entretien, n'hésitez pas à présenter et à donner des documents supports, le dernier numéro des revus et d'Azimut, etc.

Attention à votre vocabulaire ! Les Scouts et Guides de France ont un vocabulaire spécifique, il n'est pas forcément facile à comprendre pour une personne extérieure au mouvement... Les éléments de langage du Kit Com pourront vous aider !

Favorisez plutôt : « animateur bénévole » que « chef ou cheftaine ». Parlez davantage « d'équipe d'encadrement » que de « maîtrise ». Les jeunes vivent les activités en « groupe » répartis en « équipes ».

De même, un « territoire » ne sera pas très explicite. N'hésitez pas à donner une définition : « un regroupement de groupes sur le département ».

Rappelez-vous enfin que les jeunes ne sont pas des « bleus » ou des « orange », ou simplement des « scouts-guides » mais surtout des garçons et des filles « de 13-14 ans ».

2. Accueil et présentation

➤ **Remercier** : en arrivant, remerciez votre interlocuteur pour le temps qu'il vous consacre. Vous pouvez resituer l'historique de votre rencontre : « Je vous remercie de m'accueillir suite aux conseils de Madame X...ou suite à mon courrier du XXX ».

➤ **Se présenter** : abordez votre rôle chez les Scouts et Guides de France : que faites-vous ? Ex : « Je suis responsable du territoire, un territoire est un regroupement de groupe scouts locaux... » Se présenter, c'est aussi rappeler que votre engagement est bénévole et qu'à côté vous avez également une vie professionnelle.

➤ **Présenter le territoire** : sélectionnez les informations qui pourront intéresser votre interlocuteur. Mettez subtilement en avant toutes les informations qui montrent que les jeunes et leurs familles bénéficient ou pourraient bénéficier des services de votre interlocuteur ainsi que les valeurs où vous vous retrouvez (l'éducation, le développement des activités en quartiers, etc.). Plus particulièrement, il vous faut dire...

- Combien de jeunes sont concernés,
- Combien de jeunes adultes,
- D'où viennent les jeunes (situation géographique et sociale). où vont-ils à l'école, quelles sont leurs activités ...
- Combien de familles.

Quand une entreprise est inconnue ou peu connue des jeunes et de leurs familles, vous pouvez mettre en avant des valeurs communes entre cette entreprise et le scoutisme.

➤ **Présenter le projet** : son enjeu, ses objectifs, le public, l'originalité du projet, ce qui va être vécu concrètement,... Sélectionnez ce qui va vraiment intéresser votre interlocuteur.

➤ **Exprimez votre besoin**. Donnez un montant financier ou précisez le matériel dont vous avez besoin. Qu'est-ce que vous leur proposez en échange ? Un article, un compte rendu, un montage photo ?

➤ **Expliquer pourquoi vous sollicitez cette entreprise**. Pour son implication locale, pour son intérêt pour la jeunesse, parce qu'elle partage des valeurs communes au projet et au scoutisme en général,... Cette partie de l'entretien nécessite que vous vous soyez renseignés au préalable sur ses activités via son site internet ou en interrogeant un salarié.

➤ **Écouter les besoins de l'entreprise**. Poser des questions sur le sujet que vous avez identifié et qui peut être le sujet où vous vous retrouvez. Quelques exemples:

- Se faire connaître (de la jeunesse, des familles, etc.)
- Avoir une démarche de développement durable
- Développer des actions en faveur des quartiers sensibles
- Soutenir l'éducation

➤ Conclure l'entretien. Si l'entretien se conclut de manière positive, il est préférable de repreciser avant de partir les termes de l'accord :

- la forme du partenariat : financier ou dons
- La date de la remise de don
- Les contreparties exigées : reportage photo, présentation devant leurs collaborateurs, etc.

3. Suite de l'entretien

Remerciez ! La suite de l'entretien est une phase extrêmement importante. Remercier et donner des nouvelles vont vous permettre de pérenniser votre partenariat et d'affirmer votre relation avec lui.

Et cela commence juste après votre rendez-vous. Il ne faut pas du tout négliger de remercier votre interlocuteur de vous avoir reçu, d'avoir pris le temps de vous rencontrer et de vous avoir donné des conseils. Profitez-en pour formuler par écrit les termes de l'accord.

De même, si vous avez connu cet interlocuteur par un intermédiaire (un parent, un ami, etc.) celui-ci appréciera d'être remercié pour cette mise en relation et d'être tenu informé du déroulement.

Un exemple : Un message à l'adresse de celui qui met en relation...

« Cher ami, Suite à tes conseils, j'ai contacté Monsieur Untel. Je lui ai présenté notre grand projet. Il a été vivement intéressé. Je voulais te remercier pour ton aide et tes conseils très utiles. A très bientôt ! »

La suite...

Réussir un partenariat c'est aller jusqu'au bout !

N'oubliez pas la lettre de remerciement personnalisée, avec une photo du rassemblement. Vous pouvez également les inviter à un événement convivial pour les remercier et leur présenter un compte rendu.

Et puis... Gardez contact avec eux pour de nouveaux projets !

Informations complémentaires

Recevoir et gérer un don.

La procédure à suivre est expliquée sur le [site internet](#).

N'hésitez pas à poser des questions au Service mécénat :

mecenat@sgdf.fr

Tel : 01 44 52 37 07