



Partenariat et mécénat : des outils pour convaincre

I/ Définir son projet : solidité et cohérence

- Carte d'identité du projet culturel
 - Domaine artistique
 - Type et objet du projet
 - Programmation
- Durée de l'évènement
- Structure juridique du porteur de projet

II/ Cibler les partenaires potentiels : le projet dans son environnement

- Une étude du produit :
 - Pertinence
 - Originalité
 - Valeurs associées au projet
- Une étude de public (zoom et dezoom):
 - Le public des acteurs du projet
 - Le public des lieux du projet
 - Le public du domaine culturel établi
- Etude des partenariats et relations presses existantes :
 - Le réseau existant
- Cibler les partenaires privés potentiels :
 - Le réseau étendu
- Cibler les entreprises qui ont des valeurs communes avec le festival :

III/ Monter un dossier de partenariat :

- Schéma type :
 - Présentation du projet (discipline, origine, originalité, forces)
 - Porteur de projet : structure, histoire, membres, partenaires existants
 - L'apport du projet dans son environnement, et au sein de sa discipline
 - Intérêt partenariat et mécénat : aspect juridique, image, valeurs et commercial
- A intégrer dans le dossier de partenariat ou pour préparer les rendez-vous:
 - Les contreparties
 - Le retroplanning
 - Le budget

IV/ Défendre son projet :

- Les différentes formes de prospection :
 - Physique
 - Mail & tel, la relance
 - Les réseaux sociaux : facebook, linkedin
 - Les évènements
- Le rôle des réseaux et cercles d'influence
 - Le namedropping
 - Transformer un non en oui(s)

- Affiner son argumentaire :
 - Communication
 - Valeurs de l'entreprise
 - Inventivité des contreparties