



Comment réussir sa relation partenariale avec des entreprises sponsors



Contrairement à d'autres secteurs d'intérêt général, la culture rencontre encore des difficultés et bien des réticences en France à développer des partenariats privés, et en particulier des opérations de sponsoring. La recherche de financements complémentaires, autres que les seules subventions publiques, s'oriente certes de plus en plus vers le secteur privé. Mais souvent sans qu'une stratégie véritable par rapport au projet n'ait été préalablement réfléchi et clairement définie par l'acteur culturel, ni surtout sa relation au monde de l'entreprise et la « marque » commerciale. Et encore lui faut-il ensuite savoir formuler un projet de partenariat spécifique, capable de répondre aux objections de l'entreprise liées aux incertitudes inhérentes à la création artistique, notamment en termes de retombées potentielles...

OBJECTIFS DE FORMATION : À L'ISSUE DE CE MODULE, LES PARTICIPANTS SERONT EN MESURE DE

- Connaître l'environnement, les typologies et l'évolution des partenariats privés en France et en région Nouvelle-Aquitaine
- Maîtriser le cadre juridique et fiscal de chacun des différents partenariats possibles
- Se présenter de façon claire, stratégique et professionnelle face aux responsables d'entreprises, savoir négocier les contreparties et construire des relations à court et long terme saines et pérennes

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Connaître les grandes tendances et chiffres-clés du sponsoring ou parrainage culturel et d'autres formes de partenariat (mécénat d'entreprise, *crowdfunding*),
- Comprendre et maîtriser les différences entre ces formes de partenariat, notamment au regard des dispositions légales et fiscales en vigueur en France
- Être capable de définir et d'expliquer les typologies et comportements des entreprises sponsors
- Comprendre les motivations, enjeux stratégiques et logiques de fonctionnement d'un partenaire privé
- Décider de son propre positionnement et savoir se présenter de manière entrepreneuriale et efficace : stratégie, techniques d'approche de partenaires potentiels, « discours flash », ...

PUBLICS

Cette formation pratique et réflexive s'adresse à • tout professionnel en charge de la gestion d'un projet et de la recherche de financements privés (fonctions d'administration, communication, relations publiques)

MÉTHODOLOGIE

Apports théoriques
Notions clés / Méthodologies spécifiques
Réflexions collectives / Échanges d'expériences
Études de cas
Validation des apprentissages par des exercices pratiques

DOCUMENTATION

Supports de formation
Grilles d'analyse

ÉVALUATION

Évaluations formatives et sommatives sous forme de quizz et de mises en situation

TARIF (NON-ADHÉRENTS) : 550€

CONTACT : Manuel Sébastien | administration@aquitaineculture.org

Formation de 7h (1 jour)

1 session

Intervenant
Sébastien Carnac