



## 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 sa relation au monde de l'entreprise et la « marque » commerciale. Il lui faut enfin savoir formuler un projet de partenariat spécifique, et répondre aux objections liées aux incertitudes inhérentes à la création artistique, notamment en termes de retombées potentielles...

### À L'ISSUE DE CE MODULE, LES PARTICIPANTS SONT 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 B

**DATES** mardi 8 décembre / mardi 27 avril

Formation de 7h (1 jour)

Intervenant  
Sébastien Carnac