

## Check-list Déroulement du sponsoring (Association cantonale / section de samaritains)

Etape	Définition
<i>Compétence</i>	
<b>1. Initiative, démarrage du projet, formulation des objectifs</b> <i>Comité</i>	Le futur sponsoring est initié par le comité de l'association ou de la section. Celui-ci engage un groupe de projet dont il élit les membres. La mission confiée au groupe de projet est formulée par écrit.
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Objectif du projet (qu'attend-on du groupe de projet ?) ? concept de sponsoring, principaux contenus)</li> <li>2. Plan de déroulement</li> <li>3. Calendrier</li> <li>4. Evtl. budget du projet</li> </ol>
<b>2. Elaboration du concept de sponsoring</b> <i>Groupe de projet</i>	<p>Procédure d'élaboration du concept de sponsoring</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vérification des prescriptions découlant d'instruments de conduite prioritaires (statuts, doctrine directrice, concept de marketing, concept financier)</li> <li>• Description de l'ensemble des activités de l'association et/ou de la section, vue d'ensemble des manifestations / cours conformément au programme annuel</li> <li>• Evaluation des activités, manifestations, cours, etc. efficaces sur le plan publicitaire</li> <li>• Vue d'ensemble sous forme de tableau des groupes de membres qui peuvent être atteints directement par des actions et des envois ciblés (par ex. mailings, journal de l'association). Un sponsor potentiel divise fréquemment la contribution de sponsoring par le nombre de personnes constituant ces groupes de membres, afin de vérifier si un engagement est judicieux.</li> <li>• Description des caractéristiques de ces groupes de membres (conscience de la santé, âge, activités, objectifs, etc.)</li> <li>• Courte présentation de la situation financière de la section et informations concernant les activités et les produits qui doivent être financés par des fonds de sponsoring.</li> <li>• Types de sponsors à rechercher (par ex. sponsors principaux, co-sponsors). Enumération des prestations attendues (par ex. sommes d'argent, matériel, services).</li> <li>• Enumération de mesures existantes et/ou futures destinées à la recherche de fonds (par ex. club de supporters, course sponsorisée, lettres d'appel aux dons, soirée loto).</li> <li>• Enumération détaillée de contre-prestations (réalistes) possibles pour les différentes catégories de sponsors.</li> <li>• Vérification de l'exclusivité commerciale (dans la plupart des cas, il s'agit d'une condition requise par les sponsors).</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Enumération des entreprises qui ne seront jamais sollicitées comme sponsors (par ex. entreprises fabricant et/ou commercialisant exclusivement de l'alcool ou du tabac).</li> <li>• Préparation de l'ensemble du contenu en tant que 1<sup>ère</sup> ébauche du concept de sponsoring.</li> </ul>
<b>3. Présentation et discussion</b> <i>Groupe de projet, comité, autres groupes de membres</i>	Présentation et discussion du projet au sein du comité.  Evtl. auditionner d'autres groupes de membres concernés, par ex. moniteurs de section, moniteurs de cours, préposés au matériel. Discussion au sein du comité et évaluation des prises de position d'autres groupes.
<b>4. Remaniement du concept de sponsoring</b> <i>Groupe de projet</i>	Remaniement sur la base des conclusions du point 3.  Un consensus doit être trouvé sur les principaux points du contenu pour que le concept ait de bonnes chances d'être mis en œuvre. Remanier les contenus litigieux et les présenter au comité dans le cadre d'une seconde discussion.
<b>5. Approbation du concept de sponsoring</b> <i>Comité</i>	Le concept de sponsoring est approuvé par le comité.  L'approbation du concept de sponsoring par l'Assemblée générale n'est pas recommandée. Les conceptions essentielles du comité et/ou de la section qui concernent également le sponsoring doivent déjà figurer dans la doctrine directrice qui a été votée par cette commission.  Dissolution du groupe de projet (on y fera éventuellement encore appel pour d'autres étapes au point 6).
<b>6. Contacts avec des partenaires de sponsoring potentiels</b> <i>Comité</i>	Autres étapes :  Dresser la liste des entreprises qui satisfont aux exigences du concept de sponsoring et qui conviennent comme partenaires et sympathisantes de la section.  Etablir la documentation relative au sponsoring (dossier).  Fixer une stratégie d'acquisition de partenaires de sponsoring (qui prend contact avec qui et comment, qui négocie, qui décide).  Inclure si besoin des membres de la section qui connaissent des partenaires de sponsoring potentiels et peuvent fournir les contacts correspondants.
<b>7. Visite à un futur partenaire de sponsoring</b> <i>Responsable du sponsoring</i>	Renseignez-vous au préalable sur les entreprises choisies (Internet) et les personnes compétentes dans le domaine du marketing/sponsoring.  Essayez impérativement de faire remonter votre requête au plus

	<p>haut niveau (direction, chef(fe) du sponsoring ou du marketing).</p> <p>Cherchez à savoir de combien de temps vous disposez et combien de personnes seront présentes de manière à pouvoir documenter toutes les personnes présentes.</p> <p>Clarifiez au préalable les possibilités techniques pour votre présentation (Beamer, rétroprojecteur, tableau à feuilles, dossier de présentation). Adapter la présentation à la taille du groupe.</p> <p>Cherchez à savoir qui de la section présentera quoi, qui prendra position. Soyez convaincant(e) dans la présentation de votre requête. Vous et votre association/section ont quelque chose à offrir aux entreprises, vous avez bien réfléchi au prix et à vos conditions. Vos négociations portent sur un projet commercial, vous ne quémandez pas un don !</p>
<p><b>8. Le contrat de sponsoring</b> <i>Responsable du sponsoring</i></p>	<p>Félicitations – vous avez éveillé l'intérêt d'une entreprise et obtenu une promesse verbale !</p> <p>Consignez par écrit les éléments dont vous avez convenu et rédigez une ébauche de contrat de sponsoring (cf. contrat de sponsoring type, faire évtl. appel à un juriste).</p> <p>Discuter du contrat de sponsoring avant la signature par le comité, et le faire approuver.</p> <p>Réagissez rapidement - vous démontrerez ainsi votre intérêt et votre professionnalisme.</p>
<p><b>9. «Soin» des sponsors</b> <i>Responsable du sponsoring</i></p>	<p>Le commandement suprême est le respect des prestations convenues par contrat !</p> <p>En cas de divergence, il faut en informer immédiatement le partenaire de sponsoring. Proposez des solutions et/ou des alternatives.</p> <p>Entretenez régulièrement le contact avec le partenaire de sponsoring. Pour les contrats conclus sur plusieurs années, une réunion d'évaluation commune doit être prévue au moins une fois par an.</p>
Source : Swiss Olympic	