

# COMMENT TROUVER DES SPONSORS POUR VOTRE ASSOCIATION SPORTIVE ?



Si vous êtes coach, dirigeant d'un club ou d'une association sportive, vous êtes certainement confronté aux besoins de financements ; cotisations et subventions ne suffisent pas toujours pour accompagner une équipe prometteuse. C'est pourquoi la recherche de sponsors est le lot de nombreux sportifs. Si vous avez épuisé la solution du bouche à oreille auprès des entreprises de votre entourage, il est temps de passer à la vitesse supérieure.

Comment monter un bon dossier de sponsoring pour aboutir à un accord intéressant ? Comment établir durablement un partenariat avec une entreprise ? À qui envoyer votre lettre de sponsoring ? Où trouver une liste de sponsors sportifs ? Devez-vous privilégier le sponsoring sportif ou le mécénat ? Que devez-vous savoir d'un point de vue administratif, fiscal et légal ?

Nous répondons à toutes vos questions, dans ce dossier complet.

## Qu'est-ce que le sponsoring sportif ?

**Le sponsoring est un échange entre un annonceur (entreprise ou autre organisme) et une entité sportive (club, association sportive, athlète).**

D'un côté, un club sportif reçoit une aide financière, logistique ou matérielle, de l'autre, l'annonceur gagne en visibilité et en collaborations diverses. En acceptant un sponsoring, une entreprise cherche à acquérir davantage de parts de marché, grâce à une présence publicitaire importante, à une vitrine diversifiée, ainsi qu'en orientant son image de marque vers les valeurs sportives.

Le sponsoring est une véritable stratégie marketing qui peut s'avérer payante pour une entreprise. La liste des sponsors sportifs est longue. Par exemple, Red Bull a construit toute son image sur le sport extrême. On se souvient tous des cigarettiers qui ont longtemps porté la Formule 1. Plus classique, les marques d'équipement sportif comme Nike ou Adidas ne lésinent pas sur le sponsoring. Plus surprenant (ou pas), les banques et les assurances ont un fond important consacré au sponsoring. Le sponsoring sportif est presque une tradition. Les entreprises savent ce qu'elles peuvent y gagner, mais il vous faudra être convaincant pour vous démarquer de toutes les autres associations sportives.



# Comment trouver des sponsors ou des partenaires potentiels ?

Afin d'éviter de surcharger les entreprises et de vous épargner du travail inutile un premier ciblage est indispensable pour créer votre liste de sponsors sportifs.

## Si votre club ou votre événement sportif est d'envergure locale

Les entreprises de votre secteur seront les plus aptes à trouver de l'intérêt à conclure un marché avec vous : commerçants, artisans, supermarchés, banques et courtiers d'assurance régionaux, agences immobilières, société de transport de car ou de location de minibus, fournisseur de repas, ...

## Si vous avez des compétitions au niveau régional voire national

Vous pourrez viser les entreprises qui cherchent à étendre leur marché au-delà du département.

Exemples :

## Si vous tournez avec un bon niveau national

Tel que l'Europe et l'International sont prévus au programme, orientez-vous vers de grosses sociétés nationales ou internationales.

Exemples :

# Comment rédiger une lettre ou un dossier de sponsoring sportif qui attire les entreprises ?

Nous voici au cœur du problème. Comment faire la différence auprès d'un annonceur qui reçoit des dizaines, peut-être même des centaines de demandes de sponsoring par mois ? Lors de la constitution du dossier de sponsoring, gardez en tête que ce qui intéresse vos prospects, ce sont avant tout les retombées qu'ils pourront obtenir. C'est le paragraphe des contreparties que vous devrez vraiment étoffer. Cependant, une entreprise ne va pas choisir n'importe quel club.

## Comment mettre son club en valeur ?

Dès la page de couverture, trouvez une phrase d'accroche qui s'adresse à l'annonceur. Cela lui donnera envie d'ouvrir le document... ou pas.

Pour votre présentation, vous pouvez opter pour un texte classique, mentionnant :

- une brève description du club ;
- le nom des dirigeants, coaches et entraîneurs ;
- les membres du club ;
- les palmarès, l'expérience, les événements passés, la présence dans la presse et tout ce qui peut objectivement propulser votre crédibilité.

Mais vous pouvez également innover et vous montrer créatif pour interpeller vos futurs sponsors. Voici quelques suggestions :

- ajoutez des photos qui permettent d'entrer dans les coulisses de votre équipe : entraînement, compétitions, podiums, sorties, moments de la vie quotidienne des sportifs, etc.
- jouez sur l'humour : si l'ambiance de club et le sport le permettent, n'hésitez pas à utiliser des photos qui donnent le sourire, des clichés insolites
- mettez en valeur le côté humain : photos prises sur le vif, ambiance durant les transports, dans les vestiaires, coach en action, etc.

Dans tous les cas, soyez concis et choisissez un axe de présentation qui vous ressemble.



## Montrez les ambitions de votre équipe sportive aux futurs sponsors



**Dédiez une page aux projets à venir.** Une restructuration dans les entraînements, des compétitions inscrites au programme, des événements planifiés, une participation à un festival sportif ou une rencontre spécifique à la renommée intéressante ?

**Décrivez tout cela en expliquant succinctement le fonctionnement.** Eh oui, vous ne vous en rendez peut-être plus compte, mais le monde sportif utilise un jargon très spécial ! Pour clarifier tout cela, vous pouvez faire un schéma montrant l'avancement des catégories et du niveau compétitif, en ajoutant une flèche pour montrer où vous vous positionnez. Ajoutez un calendrier pour rendre votre programmation plus visuelle, ainsi qu'une carte localisant les différents lieux de rencontre.

**Décrivez également toute la communication qui sera faite autour des différents projets** (site internet, communication papier, annonces radio, TV, presse, supports visuels utilisés, annonces micro, nombre de spectateurs présents...). Votre sponsor bénéficiera des retombées médiatiques de votre association sportive ; cela représente donc une information importante à ses yeux.

Pour marquer l'œil du lecteur, vous pouvez ajouter un tableau qui résumera les informations importantes :

ÉVÈNEMENT	DATE, LIEU	AUDIENCE	COMMUNICATION

## ÉtayeZ votre budget

Dès la page de couverture, trouvez une phrase d'accroche qui s'adresse à l'annonceur. Cela lui donnera envie d'ouvrir le document... ou pas.

Si vous cherchez un sponsor, c'est que vous avez besoin de financement. **Soyez juste et transparent.** Votre futur sponsor doit comprendre que vous avez besoin de son aide, mais que vous êtes une association saine d'un point de vue budgétaire. **Annoncez des chiffres précis, en vous appuyant sur des devis** (à mettre en annexe). Sans chercher à tout détailler, organisez vos postes de dépenses : tenues (précisant le tarif du flocage du sponsor), matériel, salaires, déplacements pour les rencontres, communication (site internet, flyers, affiches, spots radio ou TV...).

**L'écart de vos dépenses et recettes prévisionnelles ne devrait pas excéder 20 %**; c'est ce qui restera à la charge du sponsor, au final. Si vous avez des besoins supérieurs, mettez en aparté un événement particulier du club ou une partie du matériel. Il sera présenté, dans votre dossier de sponsoring, comme un bonus. Par contre, pour obtenir ce surplus, il vous faudra spécifier ce que cela apportera en plus à la société sponsor.



**Listez également vos rentrées d'argent** : cotisations, subventions, événements au profit de l'association, ...

## Mettre en valeur les retombées marketing pour l'entreprise

Prenez garde dans votre présentation à laisser ouverte la discussion avec l'entreprise.

Chacune a des attentes spécifiques en termes de sponsoring sportif. Vous devrez ici proposer des suggestions avec des variations possibles.



### Voici une liste pour vous aider à concevoir la vôtre :

- flocage sur vêtements ;
- banderoles, panneaux à positionner lors des rencontres (et sur le lieu d'entraînement le reste du temps) ;
- logo du sponsor ou encart sur votre flyer, sur votre site internet et tout élément de communication ;
- flocage sur le véhicule du club ;
- visibilité dans la presse, dans les photos utilisées pour la communication ;
- stand privé pendant un événement particulier ;
- prise de parole lors de rencontres spécifiques ou d'événements ;
- invitations VIP aux rencontres et compétitions ;
- proposition d'une rencontre sportive pour le Comité d'Entreprise ;
- mise à disposition des lieux d'entraînement gratuitement ou à tarif préférentiel pour les employés ;
- utilisation de la mention du partenariat, ainsi que de certaines photos pour l'image de marque de l'entreprise ;
- déduction fiscale (cf partie fiscalité de ce guide) ;
- etc.

Concluez en précisant que vous êtes ouverts à la discussion afin de vous adapter au mieux à leurs besoins et leurs attentes.

## Recherchez les sponsors qui correspondent à vos besoins

**Pour trouver un partenariat qui convienne aux deux parties, l'idéal est d'établir différents dossiers en fonction du type de sponsoring.**

Le contenu sera différent si vous cherchez un sponsor exclusif sur le long terme pour votre association sportive ou si vous êtes ouvert au co-sponsoring. Vous pouvez proposer aux entreprises la mise en place d'un sponsoring exclusif ou partagé, dans le chapitre concernant les retombées.

Pour certaines sociétés, il sera judicieux de leur demander une aide matérielle ou logistique : pour le matériel sportif, les tenues, la communication, le transport ou la nourriture lors des déplacements.

Si vous avez des besoins de sponsoring sportif pour un événement particulier, votre dossier devra là aussi être adapté.





Adobe Spark



5euros.com



SMARTMOCKUPS

**SHIRTMOCKUP.COM**

#### Présentez-vous par vidéo

Démarquez-vous en ajoutant à votre lettre de sponsoring, une vidéo ou un diaporama. Vous pouvez créer facilement une vidéo textuelle avec la version gratuite de [Spark](#) ; vous obtiendrez un diaporama animé et dynamique. Agencez des photos, une courte vidéo live, du texte, auxquels vous pourrez ajouter l'enregistrement d'une présentation, lue par le coach ou/et les sportifs. Si cela vous semble trop compliqué, demandez autour de vous si quelqu'un peut vous aider, faites appel à votre graphiste habituel ou regardez du côté des plateformes de micro-services comme [5euros.com](#).

Adressez cette courte vidéo (moins d'une minute) avec votre dossier de sponsoring, par mail. Celle-ci donnera envie au responsable marketing de regarder plus attentivement ce que vous avez à proposer. Une vidéo ou un diaporama, cela ne se substitue pas au dossier écrit, mais il vous aidera à attirer l'attention.

Dans le but de faciliter l'accès pour l'annonceur, n'hésitez pas à ajouter, dans votre mail, le lien direct vers votre page Facebook si elle est active, ainsi que celui de votre site web.

#### Insérez des mockups dans votre dossier de sponsoring

Le mockup est un photo-montage montrant le logo de la société sur un T-shirt ou une banderole dans un stade. Cela flatte énormément l'ego et donne un aperçu concret du résultat. Faites cela uniquement pour les entreprises qui vous intéressent le plus.

Demandez un devis à votre graphiste ou faites votre mockup seul, gratuitement, en utilisant des logiciels comme [ShirtMockup](#) ou [SmartMockups](#).

## Doit-on rédiger un contrat de sponsoring ?

Un contrat de sponsoring permet de faire respecter les engagements pris par chaque partie. Vous pouvez donc stipuler dans votre dossier de sponsoring, que votre club souhaite montrer la valeur de son engagement en officialisant la démarche par un contrat officiel.

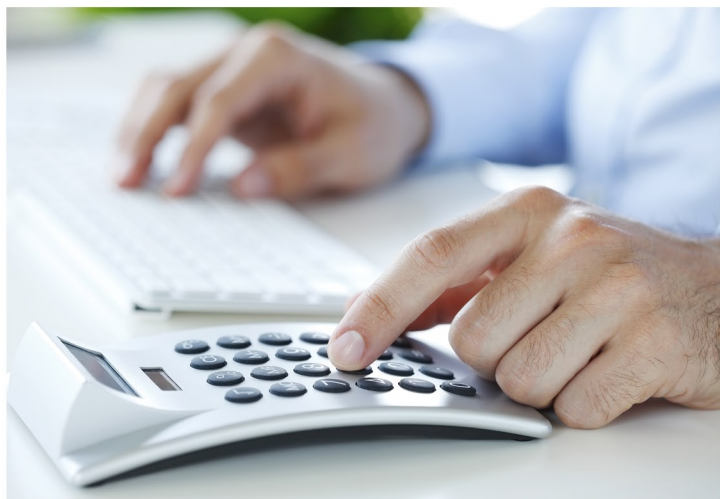
Votre expert-comptable ou celui de l'entreprise sponsor, un notaire ou un avocat pourra vous guider dans la rédaction de ce contrat.

Cependant, vous pouvez le constituer vous-même. Les éléments suivants sont indispensables :

1. **Identification des deux parties** (numéro de SIRET, coordonnées, etc.).
2. **L'objet et l'objectif du sponsoring** dans les grandes lignes.
3. **Les engagements de chacun** : contributions de l'entreprise (montant et échéances, aides matérielle, service, logistique), ainsi que celles du club sportif (communication, invitation VIP, etc.). Soyez le plus précis possible, surtout pour les éléments jugés importants pour chacun.
4. **Les conditions du sponsoring** : la durée de l'engagement, la volonté de maintenir secrètes certaines informations, les clauses de résiliation, les procédures en cas de litige.



# Règlement et fiscalité du sponsoring sportif



Les sommes allouées dans le cadre d'un sponsoring sportif peuvent être, dans certaines conditions, déduites des charges d'exploitation de l'entreprise. [Le droit fiscal des entreprises](#) prévoit cet allègement si le montant investi s'inscrit dans une démarche marketing pour la société. Ce montant sera alors considéré comme un investissement dans le processus publicitaire.

Pour que l'entreprise se protège en cas de contrôle fiscal, un contrat précisé par un dossier de sponsoring complet permettra de mettre en avant les retombées économiques prévues. Ces dernières doivent être cohérentes avec la somme octroyée au club. Si vous représentez une association sportive, vous comprenez mieux l'intérêt qu'ont les entreprises à signer un contrat de sponsoring.

## Quelles sont les différences entre mécénat et sponsoring sportif ?

Voici un tableau qui permet de mieux cerner les principales différences entre mécénat et sponsoring sportif :

MÉCÉNAT	SPONSORING SPORTIF
Le bénéficiaire ne peut être qu'un organisme à but non lucratif. Une association sportive peut donc y être éligible.	Le bénéficiaire peut être un organisme, un événement particulier ou une personne (un athlète).
Pas de contrepartie recherchée, mise à part la valorisation de l'image de marque du mécène.	But commercial, publicitaire pour l'entreprise ; contreparties pouvant être établies par contrat.
Fiscalement, le mécénat est assimilé à un don : une partie du montant est déduite des impôts. Un reçu doit être délivré par l'organisme bénéficiaire.	Fiscalement, si l'aide apportée est cohérente d'un point de vue budgétaire pour l'entreprise, la somme peut être déduite des charges d'exploitation.