

CELEXANSE A V O C A T S

LE SPORTIF ET SES SPONSORS:

ACTE 2 - TROUVER UN SPONSOR: TRUCS ET ASTUCES



LA RECHERCHE D'UN SPONSOR, CELA SE PRÉPARE SÉRIEUSEMENT

"Pour un sportif professionnel, décrocher un sponsor c'est : avoir constitué un dossier de sponsoring solide (70%), être opportuniste et multiplier les démarches (20%), enfin avoir confiance en soi et sa réussite (10%)" selon Me NIVALT (cabinet CELEXANSE Avocats)

1ère étape: VERIFIER CE QUE PERMET LA FEDERATION

Conformément au règlement de sa Fédération, le sportif peut-il signer des contrats de sponsoring individuels ?

Le règlement de sa Fédération impose-t-il des limites ou des valeurs à respecter ? ou des clauses obligatoires ? ou une validation avant signature ou une autorisation expresse de sa Fédération est-elle requise ? Quels sont les sponsors officiels de la Fédération ? Dans quelle mesure peuvent-ils être un obstacle pour décrocher un nouveau sponsor ?

2nde étape: IDENTIFIER LES BONNES CIBLES:

Cela consiste à établir la liste des entreprises/ des marques pour lesquels le projet du sportif pourrait représenter un intérêt. Il faut dresser cette liste au regard des 2 aspects suivants:

- les entreprises/les marques directement liés au sport en question
- et les entreprises/les marques liées aux valeurs du sportif/ du sport en question : (énergies vertes si le sportif défend des valeurs de durabilité ou environnementales, une mutuelle s'il défend des valeurs de solidarité, une entreprise de communications électroniques s'il prône la performance)



3ème étape : REDIGER UN DOSSIER DE SPONSORING PERCUTANT !

Le dossier de sponsoring c'est à la fois la **carte de visite** du sportif professionnel, sa **plaquette commerciale** et **son dossier de presse** !

Un dossier de sponsoring percutant c'est un dossier qui est structuré, clair et précis.

On y trouve *a minima* les 5 points suivants :

- 1-Présentation du sportif professionnel, de son équipe et de sa communauté:

Le sportif doit ici dire qui il est, quel est son parcours, quelles sont ses compétences-ses qualités sportives- ses performances- ses titres, quelles sont les personnes qui composent sa team (l'entraîneur, le kiné, le coach mental, les bénévoles s'il y en a..., ne pas hésiter à mettre des photos). Il doit également parler de ses valeurs, de la taille de sa "communauté" de fans.

- 2-Présentation du projet du sportif professionnel:

Le sportif professionnel doit ici "vendre du rêve", tout en s'exprimant de manière simple et concise.

Doivent être expliqués l'origine du projet, son intérêt, les objectifs, les moyens nécessaires, la description précise du projet sportif ainsi que toute les informations pratiques les lieux, les dates et les durée des événements à venir, les audiences de le ou les événements et leur couverture médiatique). Ne pas hésiter à mettre des graphiques, des tableaux chiffrés ...

-3- Budget nécessaire pour le projet:

Présenter ici le coût du projet. Présenter également ses recettes (subsidés, aide en nature obtenue, recettes propres, sponsors déjà existants) et ses dépenses (salaires, frais fixes, autres frais liés à l'événement, au projet)



-4- Proposer un partenariat gagnant et une visibilité pour le sponsor:

Cette partie doit convaincre le sponsor de soutenir le sportif professionnel. Vous devez montrer en quoi votre projet sera bénéfique pour le sponsor qui pariera sur vous. C'est LA partie la plus importante, car c'est à travers celle-ci que l'entreprise visée en question trouvera son intérêt. Il faut donc rédiger cette partie de manière claire et suffisamment attrayante.

Ici, le sportif professionnel doit expliquer à la marque, à l'entreprise les raisons et les avantages d'être son sponsor. Qu'est-ce le sportif professionnel peut offrir concrètement?

Le sportif professionnel doit détailler le plus possible sa campagne de communication pendant, avant et après le projet sportif (affiches, flyers, publicités en ligne, sur les réseaux ou sur les médias ...) les retombées médiatiques prévues, le nombre de personnes présentes, la taille des réseaux sociaux,...

Souvent, le sponsor veut en "avoir pour son argent", il est donc important pour lui de connaître l'efficacité du projet sportif dans leur stratégie de communication.

Si le projet sportif est de nature sociale ou solidaire, il est également utile d'évoquer les valeurs et montrer que celles-ci renforceront l'image du sponsor potentiel.

-5- Opportunités et offres de partenariats:

Cette partie doit être claire, inventive et attrayante puisqu'elle joue un rôle clé pour les entreprises partenaires. La rubrique doit faire mention des propositions qui peuvent être adaptées après discussion (proposition de formules modulables en fonction de l'interlocuteur).

L'idéal du sportif professionnel est évidemment un accord avec un partenaire unique et à long terme. Mais il faut également envisager des suggestions pour des co-sponsors, des sponsors ponctuels ou par projet, ou encore des sponsors en services ou en nature.

Concrètement et idéalement, le sportif professionnel doit proposer différentes formules, différents packs pour lesquels tel investissement correspond à telle publicité.

Il doit également "ratisser" le plus large possible, et ce tant en terme de visibilité que de budget, pour que tous les sponsors potentiels puissent s'y retrouver.

Pour chaque offre, le sportif professionnel doit détailler ce dont le sponsor profite.

Les principaux supports publicitaires proposées sont:

- affiches, flyers...
- le logo du sponsor dans des publicités télé, presse écrite...
- toit ou porte de voiture ou caravane, cadre de vélo ou casque...
- goodies : vêtement, casquette, clé usb, tote bag...
- prise de parole, animation de table ronde, remise de prix...
- page sur le site internet dédié au sponsor, bandeau sur la page d'accueil du site du sportif professionnel ..
- vidéo, posts sur la page facebook et les réseaux sociaux du sportif professionnel ..
- préciser le sponsor dans les interviews, spots radio...



Dernier conseils, derniers trucs:

-METTRE DE LA COULEUR, DES GRAPHIQUES, DES CHIFFRES, DES TABLEAUX

- ETRE INVENTIF

- SE FAIRE RELIRE PAR UNE PERSONNE EXTERIEURE

- PERSONNALISER LES TEXTES ET LE DISCOURS EN FONCTION DU SPONSOR VISE

- RODER SON DISCOURS...