

Le financement privé : découverte des possibles (mécénat d'entreprises, financement participatif, sponsoring, fondations, legs), définition d'une stratégie et d'un plan de communication adaptées

<i>Organisme</i>	MEZENAGO
<i>Formateur</i>	BELLY Patxi
<i>Durée de la formation</i>	3 jours (21h) 9h-12h30 / 13h30-17h (à affiner suivant les dispo des personnes formées)
<i>Public</i>	Associations ayant a minima un.e salarié.e
<i>Pré requis</i>	Avoir un projet associatif validé par le CA de l'association Etre d'intérêt général
<i>Objectifs pédagogiques</i>	Donner les clefs théoriques et pratiques de la recherche de financements privés (mécénat d'entreprises / particuliers / fondations) Etablir une stratégie de recherche adaptée au projet associatif Créer un plan de communication adapté
<i>Objectifs opérationnels (Développer les compétences suivantes)</i>	Connaître les aspects théoriques (juridiques et fiscaux) du mécénat (voire du sponsoring si besoin), du financement participatif (mécénat des particuliers) et des fondations Acquérir des connaissances pratiques quant au mécénat et notamment la corrélation Communication / Collecte Pouvoir démarcher une entreprise comme potentiel partenaire
<i>Moyens pédagogiques</i>	Document théorique projeté Exercices pratiques : entraînement, mises en situation Exemples tirés de l'expérience du formateur
<i>Méthode pédagogique</i>	Apports théoriques et pratiques

Déroulé pédagogique :

Jour 1 : Apports théoriques concernant le mécénat

- › Présentation du formateur et de l'association
- › Notions générales du mécénat et du sponsoring
- › Appréhender le cadre juridique et fiscal du mécénat (et du sponsoring) en France
- › Connaître les acteurs du mécénat et du sponsoring au niveau local et national
- › Notions générales concernant le financement participatif, les fondations et le legs

Jour 2 : Construire un partenariat avec des entreprises locales

- › Analyser l'association et son marché (SWOT)
- › Définir une stratégie de recherche de financement : les 3 phases stratégiques
- › Organiser la phase de prospection
- › Gérer la relation avec l'entreprise partenaire dans la durée

++

- › Quizz
- › Ateliers : Mises en situation
- › Exemples concrets tirés de l'expérience du formateur

Jour 3 : Créer des supports de communication valorisant le projet et le partenariat

- › Analyser la communication de votre association
- › Travailler sur son projet : sa vision, ses missions et ses valeurs
- › Comment bâtir sa stratégie de communication
- › Créer les supports de prospection : dossier / site web

++

- › Ateliers Chemin de fer / Moodboard / inspiration collective
- › Exemples concrets tirés de l'expérience du formateur

Infos pratiques :

<i>Date</i>	A partir de janvier 2025
<i>Lieu de la formation</i>	Besoin d'une salle pouvant accueillir 3 personnes minimum équipée de wifi, d'un vidéo projecteur (et son câble hdmi), un tableau paperboard et des feutres
<i>Nombre de participants</i>	Minimum 2 : 1 salarié.e + 1 membre bénévole (du CA si possible) Maximum : 6 personnes Possibilité d'accueillir des personnes supplémentaires selon le thème de la journée (communication / gestion administrative)
<i>Tarif</i>	2 100 € HT + forfait transport restauration
<i>Modalités d'évaluation</i>	Evaluation (orale) à chaud à l'issue des 3 jours de formation Evaluation à froid 3 mois après la formation (formulaire)
<i>Accessibilité aux personnes handicapées</i>	A définir selon le lieu de formation proposé par l'association