



Exemple 2 matrice MOFF : association culturelle (septembre 2024)

- Descriptif de l'association : **association culturelle** qui organise chaque année à la même époque, depuis maintenant 10 ans, un festival de musique classique.
- Contexte : devant la récente baisse des subventions pour la culture, celle-ci s'ouvre pour la première fois aux financements privés et réalise en amont de sa recherche sa matrice MOFF.

Les bonnes questions à se poser pour identifier ses forces et faiblesses (exemple de matrice MOFF) ;

	Négatif	Positif
Interne	<p>Faiblesses</p> <p>←</p> <ul style="list-style-type: none"> - Expérience des relations avec les entreprises ? - Capacité de recrutement d'une personne d'expérience ? - Historique des relations avec les entreprises ? - Culture de l'association vis à vis des entreprises ? - Le lieu du festival est-il emblématique et un atout ? - Y a-t-il une plus-value sociale au-delà de l'offre culturelle (ex. : action pédagogique, ouverture aux personnes vulnérables...) ? - Avons-nous des réseaux qui pourraient faciliter notre recherche de partenaires ? - Notoriété du festival depuis 10 ans ? - Niveau de confiance et de relation avec les financeurs publics ? (le maire pourrait-il s'impliquer dans notre recherche ?) - Importance du festival sur la commune ? - Taille de l'association ? <p>←</p> <ul style="list-style-type: none"> - Taux de remplissage annuel moyen du festival ? - Capacité à attirer des entreprises nationales, ou locales ? - Y a-t-il des contreparties que nous pouvons offrir aux partenaires ? - Qualité de la programmation ? - Quelles sont les spécificités du festival ? 	<p>Forces</p> <p>→</p> <p>→</p>
Externe	<p>Menaces</p> <ul style="list-style-type: none"> - Quel est le contexte / climat économique actuel ? - Qui sont nos « concurrents » sur la région (festivals, autres événements culturels à la même époque, autres associations sur d'autres thèmes) ? - Que proposent les autres associations aux entreprises ? - Sommes-nous en mesure d'accueillir des clients de l'entreprise (si on nous le demande) ? - Y a-t-il des entreprises engagées dans des actions de mécénat culturel sur le territoire ? - Y a-t-il des entreprises qui cherchent à communiquer auprès de leurs clients ou salariés via la musique classique ? - Y a-t-il des entreprises qui souhaiteraient réaliser des opérations de relations publiques ? - Y a-t-il des fondations d'entreprises sur le thème de la culture ? - Peut-on mettre en place une action particulière avec les salariés de l'entreprise ? <p>←</p>	<p>Opportunités</p> <p>→</p>

➤ **Les bonnes questions à se poser pour cibler une entreprise en amont de sa recherche :**

- Quels sont les besoins nécessaires à la réalisation du festival ? (*En faire une liste exhaustive : hébergement et déplacements des artistes, moyens financiers, impression des supports, billetterie, matériel de concert*)
- En fonction de la liste des besoins, quelles sont les entreprises que je peux contacter ? Quelle est leur présence géographique ? (*Locale, régionale, nationale, internationale*)
- Pour chaque entreprise, quels seraient leurs intérêts à soutenir le festival ?
- Qui sont les bons interlocuteurs dans ces entreprises au niveau Direction Générale, Communication, Ressources Humaines et Mécénat (si la fonction existe) ? (*Si vous n'avez identifié que des petites entreprises locales ou des directions régionales, il faut alors cibler le gérant ou le directeur régional*)
- Parmi ces entreprises, ou ces contacts, y en a-t-il que je connais déjà ? Ou que je peux contacter par mon réseau (administrateurs, amis, bénévoles, salariés, partenaires publics actuels...) ?
- Ces entreprises ont-elles déjà des actions de mécénat sur le thème de la culture ?
- Comment les spécificités culturelles (ou sociales) du festival peuvent-elles être un plus dans ma recherche ?
- Quelles sont les fondations (d'entreprises, Reconnues d'Utilité Publique ou sous égide) qui interviennent sur le thème de la culture, de la musique classique ?
- Y a-t-il des associations « concurrentes » qui bénéficient du soutien de ces entreprises ? si oui comment ? dans quelle mesure ?
- Quelles sont les informations qualitatives et quantitatives (chiffres clés, valeurs, engagements, politique mécénat ou politique de communication / de relations extérieures, politique locale, activité, problèmes rencontrés...) que je peux trouver (sur Internet ou dans des revues spécialisées) sur ces entreprises ?
- Quelles sont les contreparties que je peux offrir à des entreprises partenaires ?
- Quelle est la valeur financière de chacune de ces contreparties ?
- Y a-t-il une cohérence entre les cibles d'entreprises identifiées et les offres définies par l'association ?
- Quelles seront les différences entre les offres en mécénat et les offres en sponsoring ?
- En fonction des informations trouvées, quels sont les points de convergence (arguments) que je peux mettre en avant pour chaque entreprise afin qu'elle soutienne le festival ?

Conseils :

- Pour en savoir plus, consultez la page « [Définir son projet](#) » de notre guide pratique « [Partenariat et mécénat](#) ».
- Pour vous aider à personnaliser votre matrice, vous pouvez vous reporter à la fiche conseil d'analyse « [Matrice MOFF](#) » et utiliser la [version vierge à remplir sous Excel](#).

ORAVEO pour le Crédit Mutuel