

Exemple 1 : l'association sportive

- Descriptif de l'association : **association sportive locale**
- Contexte : vous participez à de nombreuses compétitions et souhaitez relancer une démarche de recherche de partenaire. Vous avez besoin notamment d'assurer vos déplacements avec les joueurs et leurs matériels sur leurs compétitions. Vous recherchez donc une entreprise de location de voiture qui pourrait vous soutenir en mécénat en mettant à votre disposition un véhicule durant les week-ends de championnats nationaux (5 par an).
En amont de votre recherche, vous remplissez une matrice Menaces, Opportunités, Forces et Faiblesses en vue de préparer votre démarche.
- Les bonnes questions à se poser pour identifier ses forces et faiblesses (exemple de matrice MOFF).

Remarque : selon la nature des réponses que vous apportez aux différentes questions (et à d'autres, que vous pouvez identifier), positive ou négative, vous positionnez vos constats en « force » ou en « faiblesse ».

Reportez-vous à [la notice explicative](#) si nécessaire.

	Négatif	Positif
Interne	<p>Faiblesses</p> <p>←</p> <ul style="list-style-type: none"> - Quelle est la culture du club vis-à-vis des entreprises ? - Comment notre club est-il organisé ? - Quelle est notre présence géographique ? - Quelle est la taille de notre association ? <p>- Quel est le niveau d'implication de nos administrateurs dans la recherche de partenaires ?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Disposons-nous de compétences spécifiques pour notre recherche ? - Quelle doit être l'échéance de notre recherche ? - Quelle est la notoriété de notre sport et du club ? - Quelle est la position du club dans les compétitions ? <p>- Combien de bénévoles sont engagés au sein de notre association ?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Quelles sont nos ambitions en compétition ? <p>- L'association est-elle prête à valoriser ses partenaires ?</p> <p>←</p> <ul style="list-style-type: none"> - Avons-nous déjà des sponsors ? Une expérience de la relation avec les entreprises ? 	<p>Forces</p> <p>→</p> <p>→</p>
Externe	<p>Menaces</p> <p>←</p> <ul style="list-style-type: none"> - Quel est le contexte / climat économique actuel ? - Qui sont nos concurrents sur la région ? <p>- Les entreprises de location de voiture sur le département sont-elles déjà en partenariat avec d'autres clubs ?</p> <p>- Quelle est la taille de ses entreprises (effectif, chiffre d'affaires) ? Font-elles partie d'un réseau national ?</p> <p>- Y a-t-il d'autres clubs engagés dans des démarches de recherche de partenaires sur le territoire ?</p> <p>- Sommes-nous en mesure d'accueillir des salariés de l'entreprise (si on nous le demande) ou des clients ?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Quel est le degré d'attractivité du sport que nous proposons ? <p>- Y a-t-il des entreprises engagées dans des actions de mécénat sur le territoire ?</p> <p>←</p> <ul style="list-style-type: none"> - Y a-t-il des entreprises qui cherchent à communiquer par le sport ? <p>- Y a-t-il des enjeux d'entreprise auxquels notre projet peut répondre (fédérer les équipes, donner du sens, recruter des jeunes...) ?</p>	<p>Opportunités</p> <p>→</p> <p>→</p>

Pour un projet sportif, les bonnes questions à se poser pour cibler une entreprise en amont de sa recherche :

- Quels sont les besoins nécessaires à la réalisation de mon projet ? (*En faire une liste exhaustive : hébergement, déplacement, moyens financiers, habillement, matériel.*)
- En fonction de la liste des besoins, quelles sont les entreprises ou les marques de sport que je peux contacter ? Quelle est leur présence géographique ? (*Locale, régionale, nationale, internationale*)
- Pour chaque entreprise, quels seraient leurs intérêts à soutenir notre projet ?
- 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, quels sont ceux qui nous connaissent ou que nous pouvons contacter par notre réseau (administrateurs, amis, bénévoles, salariés, adhérents...) ?
- Les parents des adhérents / des licenciés, travaillent ils dans ces entreprises ?
- Ces entreprises ont-elles déjà des actions de mécénat sur le thème du sport ou sur un thème en accord avec mon projet ? (*Par exemple l'insertion par le sport.*)
- Quelles sont les fondations (d'entreprises, Reconnues d'Utilité Publique ou sous égide) qui interviennent sur le thème du sport ?
- Y a-t-il des associations ou des clubs « concurrents » au nôtre qui bénéficient du soutien de ces entreprises ?
- Quelles sont les informations qualitatives et quantitatives (chiffres clés, valeurs, engagements, politique mécénat, politique développement durable, 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 ?
- Ces contreparties sont-elles cohérentes avec le don des partenaires ?
- 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 mon projet ?