

GUIDE ASSOLUTIONS

CRÉER UN DOSSIER PARTENAIRES EFFICACE



Produit par
Assolutions

Octobre 2025

SOMMAIRE

01 – Introduction	Page – 04
02 – Objectif du dossier	Page – 06
03 – Présenter votre association	Page – 08
04 – Le projet à valoriser	Page – 10
05 – Quels montages financiers ?	Page – 12 à 15
06 – Ce que le partenaires y gagne	Page – 17
07 – Les formules de partenariats	Page – 19
08 – L'approche humaine avant tout	Page – 21

01

INTRODUCTION

Pourquoi un dossier partenaires ?

Un dossier partenaires, c'est votre **carte de visite stratégique**.

Il résume **qui vous êtes, ce que vous faites** et surtout **pourquoi** une entreprise aurait intérêt à **vous soutenir**.

Le but n'est pas seulement de "demander de l'argent", mais de créer une **relation gagnant-gagnant**.

Aujourd'hui, les marques recherchent du sens, de l'impact local et de la visibilité authentique.

Un bon dossier doit donc **raconter une histoire**, pas juste afficher un budget.

Selon une étude HelloAsso 2023, 65 % des entreprises locales ont déjà soutenu une action associative dans l'année — mais 80 % affirment ne jamais recevoir de proposition claire ou visuelle.

C'est là que **votre dossier fait toute la différence**.

02

OBJECTIF DU DOSSIER

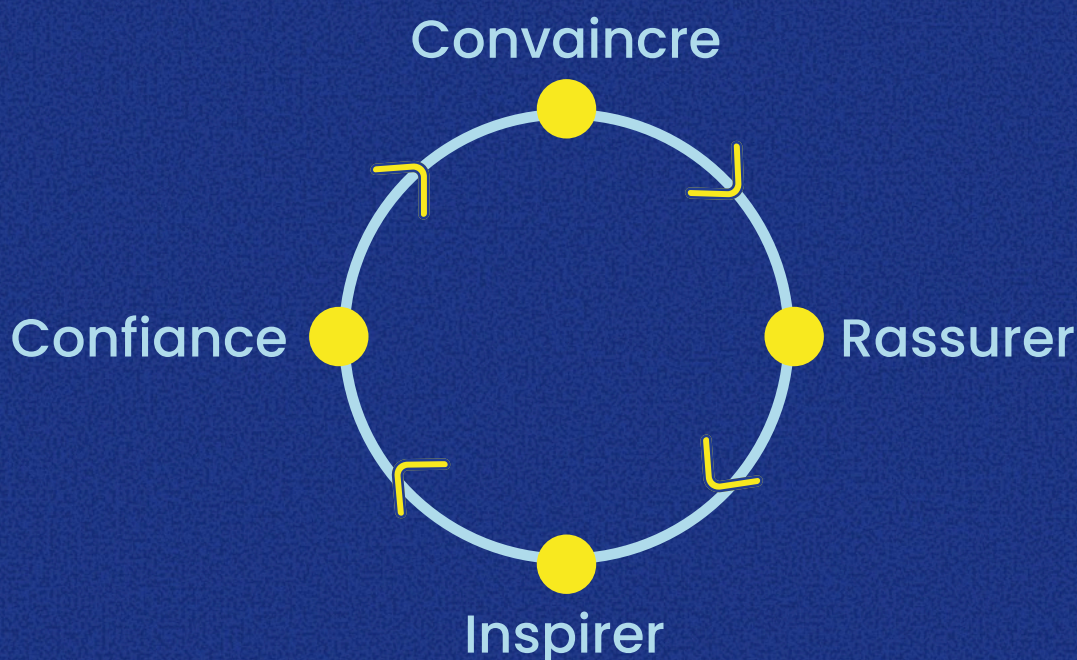
Objectif du dossier

Votre dossier doit permettre :

- **De convaincre**, grâce à une présentation claire et sérieuse.
- **De rassurer**, en montrant que votre projet est structuré et durable.
- **D'inspirer**, en transmettant une émotion et une vision.

Conseil : commencez toujours par **une phrase d'introduction** ou un **mot de l'équipe** qui résume votre vision.

Ex : "La passion de nos bénévoles et la confiance de nos partenaires permettent à nos joueurs de briller nos couleurs sur les terrains bretons et nationaux"



03

PRÉSENTER

VOTRE

ASSOCIATION

Présenter votre association

C'est le socle de **votre crédibilité**.

Vous devez donner une **impression de sérieux**, sans noyer le lecteur sous les détails.

Contenus recommandés :

- **Qui sommes-nous ?** (2 à 3 phrases)
- **Nos valeurs et missions** : que défendez-vous ?
- **Nos chiffres-clés** :
 - adhérents, bénéficiaires, bénévoles
 - événements organisés
 - retombées ou réussites concrètes

Astuce : **gardez un ton humain**. Évitez les descriptions froides et **préférez le storytelling**.

Ex: "Créée en 1967 par qui à consacré sa vie au développement du rudgy en bretagne."



04

LE PROJET À VALORISER

Pourquoi devenir partenaire de l'association ?

“Votre histoire est votre meilleur argument.”

Décrivez votre association pour laquelle vous cherchez des partenaires :

- **Décrire les objectifs du club** (court et moyen et long terme)
- **Souligner la cohérence avec ses valeurs**
- **Mettre en avant la mission** et l'impact social
- **Qualifier des offres partenaires**
- **Décrire les retombées** médiatiques et la visibilité

Ex : “Permettre à nos éducateurs de l'école de rugby de transmettre à nos jeunes les vertus de notre sport.”

Ex : “Bénéficier de -10 % pour les membres du club dans notre restaurant partenaire.”

Ex : “Bénéficier de la notoriété du club et de sa visibilité lors d'événements organisés par le club.”



05

QUEL MONTAGES FINANCIERS?

Quels montages financiers ?

“Vous avez les moyens, nous avons les idées.”

Créer un partenariat, c'est avant tout **trouver le bon équilibre**.

Soyez clair sur vos attentes, mais restez ouvert : le soutien **peut prendre plusieurs formes**, financières ou matérielles.

1. Le mécénat financier

Définition : Le mécénat est un don désintéressé, sans contrepartie directe pour l'entreprise. Il s'agit d'un soutien à une cause d'intérêt général (sport, culture, éducation, solidarité...).

Avantage fiscal : Les entreprises peuvent bénéficier d'une réduction d'impôt de 60 % du montant du don.

Ex : Une entreprise locale verse 1 000 € à votre association pour financer l'achat d'équipements sportifs pour les jeunes.

Quels montages financiers ?

2. Le sponsoring (ou parrainage)

Définition : Le sponsoring est un partenariat commercial : l'entreprise apporte un soutien financier ou matériel en échange d'une visibilité (logo sur les maillots, communication sur les réseaux, banderole, etc.).

C'est un **contrat gagnant-gagnant**, car l'entreprise tire une contrepartie publicitaire de son engagement.

Particularité : Le sponsoring n'ouvre pas droit à une réduction d'impôt, car il s'agit d'une dépense de communication pour l'entreprise (elle peut cependant la déduire de son résultat imposable comme charge).

Ex : Le logo du partenaire est affiché sur les maillots du club et les affiches des tournois.



Quels montages financiers ?

3. Le mécénat en nature (matériel)

Définition : Il s'agit d'un don de produits ou de services réalisés par l'entreprise dans le cadre de son activité professionnelle.

Cela peut concerner des biens (alimentation, matériel, vêtements) ou des prestations (communication, comptabilité, impression...).

Ex : Une imprimerie offre l'impression des affiches de l'association pour la saison sportive.



Quels montages financiers ?

5. Le mécénat de compétences

Définition : L'entreprise met à disposition ses salariés sur leur temps de travail pour aider l'association avec leurs savoir-faire (communication, gestion, numérique, RH...).

Le temps passé par les collaborateurs est valorisé et peut donner lieu à une réduction fiscale équivalente à celle d'un don.

Ex : Un graphiste d'entreprise conçoit gracieusement la nouvelle identité visuelle de votre club.



06

CE QUE LE

PARTENAIRE Y

GAGNE

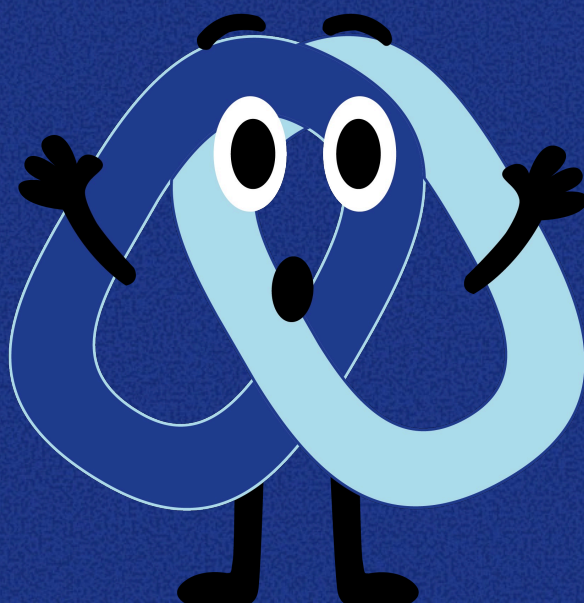
Ce que le partenaire y gagne

“Visibilité, crédibilité, impact : le trio gagnant.”

Présentez les bénéfices concrets :

- **Logo sur les supports de communication** (affiches, maillots, réseaux sociaux)
- **Mention presse / médias locaux**
- **Valorisation RSE** et ancrage territorial
- **Réseautage local** et relations publiques

Selon Admical (Baromètre du mécénat 2023), 72 % des entreprises partenaires soutiennent une cause locale pour l'image de proximité et de sens que cela leur apporte.



07

LES FORMULES DE PARTENARIAT

Les formules de partenariat

“Du sur-mesure pour répondre à chaque ambition.”

Créez 3 à 4 formules lisibles, avec contributions et contreparties. Ex:

Formule	Contribution annuelle	Avantages / Contreparties	Coût net après déduction fiscale
Soutien local (100 % mécénat)	200€	Logo sur site web + remerciement officiel + attestation fiscale	≈ 80 € après réduction d'impôt (60 %)
Formule Argent (mix 80 % mécénat / 20 % sponsoring)	500€	Logo sur affiches + mentions réseaux sociaux + panneau événement	≈ 260 € après déduction partielle (mécénat déductible à 60 %)
Formule Or (engagement 2–3 ans)	1 000 € / an	Stand sur événements + logo sur le maillot + visuel dédié + communication presse	≈ 400 € après déduction fiscale sur la part mécénat

Astuce : **prévoyez une formule personnalisée** (“à la carte”) pour les entreprises souhaitant offrir du matériel ou des services.



L'APPROCHE
HUMAINE
AVANT TOUT

L'approche humaine avant tout

Le partenariat, ce n'est pas qu'un échange financier : c'est **avant tout une rencontre humaine**.

Il repose sur **la confiance**, le partage de valeurs et la volonté d'avancer ensemble vers un objectif commun.

La force des témoignages partenaires :

Rien ne parle mieux de votre engagement que la voix de ceux qui vous font déjà confiance.

Mettre en avant **leurs retours d'expérience** permet de rassurer, inspirer et valoriser votre démarche.

Ex :« Être partenaire de l'association nous permet de communiquer sur notre entreprise autour d'un événement durable, solidaire et citoyen, et d'y associer notre image. »

Ces témoignages renforcent votre crédibilité et créent un effet d'entraînement pour de futurs partenaires qui se reconnaîtront dans ces valeurs.

L'équipe Assolutions



Former,
Structurer,
Accompagner



Assolutions



FORMEZ-VOUS AVEC ASSOLUTIONS

