

N°11

FICHE PRATIQUE

Pôle Développement et transformation des modèles économiques

ENTREtenir LA RELATION PARTENARIALE

Vous avez réussi à obtenir un financement, et donc le soutien d'un nouveau partenaire ? Félicitations ! Le travail n'est toutefois pas terminé : trop souvent, les associations ne pensent pas à entretenir la relation une fois l'accord conclu. Erreur, car un partenariat se construit sur la durée et doit vivre pour se fidéliser.

Bonne lecture !

BONNE PRATIQUE N°1 : UNE CONVENTION TU SIGNERAS

Il s'agit de la toute première étape : **s'assurer que le partenariat est formalisé, officiel et clair** pour l'ensemble des signataires. Avec un partenaire public (une collectivité par exemple), une convention n'est obligatoire que si le montant de la subvention versée dépasse 23 000 euros. Avec un partenaire privé, dans le cadre d'un mécénat par exemple, la convention n'est pas obligatoire.

Toutefois il est, dans tous les cas, **fortement recommandé d'en établir une** : cela permet de **cadrer officiellement les droits et devoirs de chacune des parties prenantes**, et de prévenir tout litige.

Dans le cas d'un mécénat, ne pas hésiter à être proactif et à proposer son propre modèle de convention, si l'entreprise ou la fondation n'en dispose pas. Les partenaires publics sont en général plus rôdés à l'exercice. Le ministère de Culture propose par exemple **des modèles de convention de mécénat d'entreprise et de parrainage**, à retrouver [par ici](#) pour inspiration.

La convention doit **reprendre les éléments suivants** : l'identification des co-contractants, les objectifs de la convention, ceux du projet spécifiquement concerné, les obligations de chaque partie, la durée du partenariat, le montant financier accordé. Il est essentiel lors de cette étape de **bien faire attention aux obligations qui incombent à l'association, de noter les échéances à venir et, surtout, de les respecter !** Plus vous tiendrez vos engagements, plus le partenaire sera en confiance et prêt à vous suivre à nouveau.

Enfin, si le partenariat est conclu avec un financeur privé, il sera indispensable de **ne pas oublier l'envoi du reçu fiscal** au moment venu. Il s'agit d'une obligation à la fois morale et légale, attestant de la transparence de l'utilisation des dons. Il sera par ailleurs de bon ton de **l'accompagner d'une lettre de remerciement !**

BONNE PRATIQUE N°2 : D'IMPLIQUER LE FINANCEUR TU PROPOSERAS

Entretenir la relation partenariale signifie montrer au partenaire **qu'il n'est pas un simple financeur, mais une partie prenante à part entière** du projet. Si cela demande du temps et de l'implication, pensez que cela vous fera gagner de l'énergie sur le long terme. Il est plus aisé de développer les soutiens de partenaires déjà acquis que d'en convaincre de nouveaux !

Votre enjeu est donc de pérenniser le partenariat, et de créer une relation forte. La première idée pour se faire serait de **présenter à votre financeur l'équipe projet** : mettez des visages et de l'humain derrière les données RH et frais de fonctionnement de votre budget prévisionnel !

Par ailleurs, la manière la plus aisée d'impliquer votre partenaire est de **lui montrer concrètement votre projet**. Présentez-lui des bénéficiaires, invitez-le à un temps fort du projet, à assister à une activité, envoyez-lui les éventuels livrables créés. En plus de rendre très lisible votre projet, cela ne fera que le sensibiliser davantage à la cause que vous défendez.

Durant le projet, il est également possible de **créer des temps de rencontres avec les autres partenaires** (qu'ils soient financiers ou opérationnels) : intégrez vos partenaires à votre réseau, faites vivre ce dernier ! Le partenariat doit, nécessairement, avoir **un aspect « gagnant-gagnant »**, et votre financeur appréciera forcément d'ajouter des acteurs locaux à son carnet d'adresses.

De manière plus générale, **invitez vos partenaires à des événements** : soirées, petits-déjeuners, temps forts du projet, bilan de mi-parcours, bilan final... Plus les liens seront fréquents et resserrés, plus le partenariat aura de chances d'être renouvelé.

Il vous est aussi possible **d'intégrer votre partenaire au comité de pilotage du projet** : cela lui permettra de suivre son avancée de manière très régulière, de se sentir considéré, et de pouvoir apporter une expertise et un autre regard. Cela peut ainsi être enrichissant pour le projet, tout en montrant à votre financeur qu'il peut apporter sa pierre à l'édifice !

Enfin, **n'hésitez pas à proposer d'impliquer les collaborateurs via du bénévolat** (voire du mécénat de compétences).

BONNE PRATIQUE N°3 : QUE LE PARTENAIRE SOIT RÉGULIÈREMENT INFORMÉ TU T'ASSURERAS

En-dehors de l'implication du financeur dans le projet, qui sera variable d'un partenaire à l'autre et à adapter en fonction du projet, il est **essentiel d'être proactif** : il faut échanger régulièrement, et **tenir informé son contact des avancées du projet**. Cela peut se faire de plusieurs manières : mails à certaines échéances, newsletters dédiées au projet, reportages photos, témoignages de bénéficiaires, vidéos d'un temps fort...

Objectif : ne pas être oublié, et montrer que le projet avance ! D'autre part, plus le partenaire sera informé, plus il pourra se faire ambassadeur du projet en interne et en externe.

Envoyer un bilan annuel du projet soutenu est également incontournable. C'est le moment de présenter les résultats des actions menées, les points de satisfaction, les points d'amélioration, l'utilisation concrète qui a été faite des fonds versés, le budget réalisé, les résultats à la fois quantitatifs et qualitatifs, mais également

les perspectives et nouveaux développements à venir. Vous tendez ainsi naturellement la main pour la suite des réjouissances !

BONNE PRATIQUE N°4 : LE PARTENARIAT TU VALORISERAS

Tout au long du projet, et notamment durant ses temps forts, il est important de **valoriser le partenariat auprès de l'extérieur**. Plusieurs enjeux à cela : montrer au partenaire que son soutien est essentiel et remarqué, parler des actions et des bénéficiaires, sensibiliser sur vos valeurs et faire vivre la communication sur votre association, intéresser de nouveaux potentiels partenaires.

Différents outils de communication peuvent être utilisés : newsletters, articles de presse internes, articles dans la presse quotidienne régionale, publications sur votre site internet, posts sur les réseaux sociaux, photos, vidéos...

Créer du contenu spécifique aux réseaux sociaux en mettant en valeur l'accompagnement du mécène est souvent un passage obligé. **Notamment sur LinkedIn**, qui est le réseau qui s'y prête le mieux. Cette communication sera particulièrement recherchée par les entreprises et les fondations. Pensez toutefois à faire valider au préalable la démarche, et éventuellement certains posts !

Une autre manière de valoriser le partenariat serait de **vous rendre dans les locaux du partenaire pour présenter votre association et votre projet aux collaborateurs**. Cela vaut pour tout événement que le partenaire organise : vous pouvez être proactif, et proposer de venir valoriser le soutien accordé. Cela vous permettra dans le même temps de parler du projet et de la cause qui vous tient à cœur !

BONNE PRATIQUE N°5 : LE PLUS TRANSPARENT POSSIBLE TU SERAS

Enfin, même si cela est parfois contre-intuitif : il est **indispensable d'être transparent avec votre financeur en cas de difficulté quelconque**. Aux yeux de votre partenaire, cela sera **en réalité un gage de sérieux et de transparence** plus qu'autre chose. Tout le monde sait qu'il peut y avoir des imprévus dans la vie d'un projet (problèmes financiers, de calendrier, de ressources humaines, de météo, d'approvisionnement, de prestataires, etc.), et cela ne vous desservira pas de prévenir vos partenaires de la réalité du terrain. Au contraire, cela prouvera que vous avez les pieds sur terre et le souci d'être honnête dans votre relation. Faites simplement attention à apporter le même niveau d'information à l'ensemble de vos partenaires, car le monde est petit...

Il en va de même pour les résultats du projet : ne gonflez pas (trop...) vos chiffres et données finales, et **communiquez sur vos axes d'amélioration, sur ce qui a moins fonctionné, les déceptions**. Vous montrerez ainsi que vous êtes non seulement réaliste, mais également soucieux de vos erreurs, et surtout **que vous vous positionnez dans une démarche d'amélioration continue**. Et puis qui sait, peut-être que vos partenaires se positionneront comme apporteurs de solutions pour les suites éventuelles du projet !

À VOUS DE JOUER !