

Développer des partenariats pour renforcer ses actions

Fiche pratique élaborée lors de la rencontre des UC du 07/10/13



L'UC doit développer des partenariats car l'association a vocation à **représenter les intérêts de ses adhérents** et **pour exercer un levier supplémentaire**, facteur de succès.

Quels partenaires ?

D'une manière générale tous les acteurs de la vie économique qui se retrouvent dans les objectifs de l'UC :

- ✓ **la municipalité**,
- ✓ **les autres partenaires publics** : l'Etat, le Conseil Régional et le Conseil Général,
- ✓ **les chambres consulaires** : CCI et CMA,
- ✓ **des sponsors** : banques, EDF-GDF, la Poste, ...
- ✓ **la presse locale et régionale**,
- ✓ **les autres acteurs locaux** : la locomotive du site, l'Office du Tourisme, le comité des fêtes, les associations culturelles et sportives, ...

Il faut privilégier les partenaires qui renforcent l'identité et les valeurs dont se prévaut l'association.

Quels formats ?



un soutien financier :
une subvention, un sponsor, ...



un soutien matériel :
une mise à disposition : (salle, domaine public, ...), du temps agent, des conseils techniques, ...



la mise à disposition de moyens de communication :
des panneaux publicitaires, une insertion ou un article de presse, ...



un soutien organisationnel :
partage dans l'organisation d'une animation,

La procédure

1

Informé le partenaire, dès l'origine, de la démarche initiée afin d'obtenir son accord de principe,

2

Lui faire valider le projet : faire état du poids économique local de l'association, de l'importance du projet pour la ville et son développement,

3

Etudier les modes de partenariat possible

Comment communiquer avec les partenaires ?

- **Communiquer de manière régulière** : en connaissant les activités de l'UC, les partenaires comprennent et justifient la nécessité de leur engagement avec elle.
- **les partenaires potentiels** : dès que l'on rencontre un partenaire potentiel, il est impératif de lui transmettre un dossier contenant une description de l'UC : sa composition, son objet et ses moyens.
- **Soigner l'image de l'UC** : il est important de se rappeler qu'une association est toujours vue sous un jour meilleur si elle donne une image soignée d'elle-même.
- **Les moyens de communications** : un journal interne, une newsletter, les réseaux sociaux
- **Valoriser le partenaire** : le partenaire doit être reconnu pour son soutien : il est donc nécessaire de le solliciter et de le remercier régulièrement. Mettre en valeur les réussites est un facteur de motivation majeur.

CONTACT CCI

Service Commerce
commerce@indre.cci.fr

Valérie MENAGE : 02 54 53 52 73
Benjamin LOSANTOS : 02 54 53 52 70



www.indre.cci.fr