

### Partenariat et mécénat : construire son argumentaire en 6 points clés

*L'argumentaire se construit généralement autour de ces 6 points clés :*

#### **Le besoin**

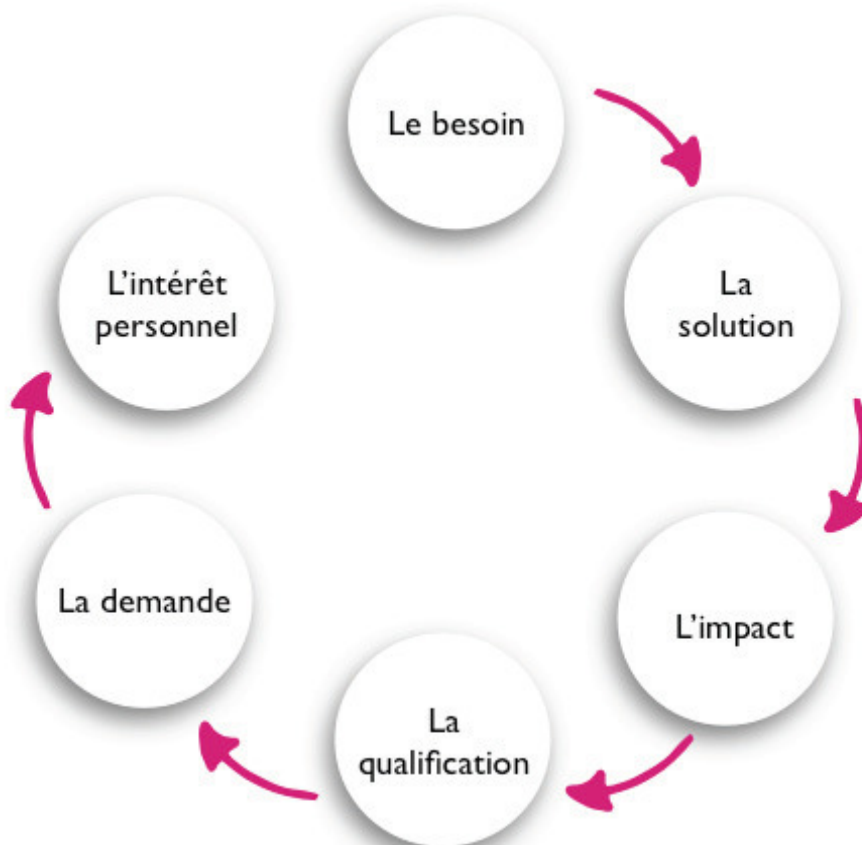
Il permet d'attirer l'attention du futur donateur sur un problème de société, un manque, que l'association souhaite combler ou résoudre. C'est généralement l'expression de votre cause, de la raison d'être de votre association. Notez que vous collecterez toujours des fonds auprès des entreprises sur **la cause que vous défendez** et non sur l'association que vous représentez. L'association n'est ni plus ni moins que « l'instrument » de la cause qu'elle défend et non l'inverse.

#### **La solution**

Elle exprime la solution que votre association apporte pour résoudre le problème de société que vous avez identifié. Il s'agit de mettre en avant les réponses innovantes, originales, singulières et différenciantes que votre association va apporter.

#### **L'impact**

Quels seront les résultats de votre action, une fois votre projet fini ? Pour mieux expliquer l'impact de votre projet, vous pouvez décrire la situation avant et après votre intervention. A noter que les impacts peuvent être quantitatifs et qualitatifs.



### **La qualification**

Cette partie de l'argumentaire permet de montrer en quoi votre association est la plus qualifiée pour porter ce projet et le mener à bien. Vous pouvez y répondre en apportant des réponses sur qui vous êtes, l'histoire de l'association, sa mission, sa vision de la société, ses valeurs, ses compétences techniques, ses expériences dans le montage de ce type de projet... Il est important de montrer votre légitimité à porter un tel projet et sa cohérence avec vos activités.

### **La demande**

C'est uniquement à ce niveau de l'argumentaire que vous devez exprimer ce que vous attendez de votre interlocuteur. Plus qu'une demande de soutien, il est important de lui offrir la possibilité de passer à l'action : s'il est d'accord avec le problème, qu'il pense que votre solution peut être efficace et que vous êtes crédible, il aura envie d'agir avec vous. Présentez lui, alors, les ressources nécessaires pour votre projet, les compétences clés qui vous manquent, les différentes manières dont il dispose pour contribuer à résoudre le problème avec vous.

### **L'intérêt personnel**

Toutefois, il est aussi essentiel pour la réussite de votre partenariat de repérer les motivations de votre interlocuteur. Il s'agit d'identifier ses attentes vis-à-vis d'un tel projet et de connaître l'intérêt qu'il va pouvoir trouver dans votre projet.

L'intérêt peut être personnel (satisfaction personnelle à aider, volonté d'action concrète dans une cause, une association, reconnaissance, valeurs personnelles...), mais aussi professionnelle c'est à dire vis-à-vis de l'entreprise : les réponses aux enjeux, obligations juridiques, demande des salariés, recherche de sens, de cohésion interne, image et réputation, valeurs, engagement dans la cité, développement durable, ancrage local...