

# Pourquoi devenir partenaire de la Fédération sportive et culturelle de France ?

## POUR SON ADN, UNE FÉDÉRATION DE CARACTÈRE

La FSCF est une fédération multi-activités de plus de 120 ans d'histoire qui est à l'origine du serment olympique. Par la pratique d'une activité sportive, artistique et culturelle ou éducative et d'animation, la FSCF privilégie une vie associative accessible à tous dans le respect des idées, des niveaux et des particularités de chacun.

Etre partenaire, c'est soutenir un projet éducatif basé sur des valeurs universelles telles que l'**Ouverture**, le **Respect**, l'**Autonomie**, la **Solidarité** et la **Responsabilité**.

## POUR SON RÉSEAU, UN LEVIER D'INTÉRACTION

La FSCF s'appuie sur un large réseau d'associations et de structures déconcentrées réparties sur tout le territoire français.

Pour développer une stratégie nationale ou de proximité, ce sont autant de possibilités d'interventions pour **développer des projets communs** et décliner le partenariat national.

## POUR SES ACTIVITÉS, DES MOYENS D'EXPRESSIONS ADAPTÉS

La FSCF offre le choix de multiples activités pouvant être pratiquées sous diverses formes : initiation, découverte, loisir ou compétition.

En tout, ce sont plus de **100 activités** sportives, artistiques et culturelles ou éducatives et d'animations qui sont proposées au sein de **1500 associations** réparties dans toutes la France. Ces activités donnent lieu chaque année à plusieurs compétitions et rencontres locales, départementales, régionales, nationales et internationales. Toutes placées sous le signe de la convivialité, elles sont organisées pour le plaisir de chacun.

## POUR SES ADHÉRENTS, UNE CIBLE POUR VOS MARCHÉS

La FSCF inspire confiance à **217 000 adhérents** partout en France. Etre partenaire est donc un moyen de côtoyer un public large, national, mixte, plutôt jeune et de tous secteurs sociaux.

## POUR SA COMMUNICATION, UNE LARGE VISIBILITÉ ASSURÉE

Pour développer son image et augmenter sa notoriété, la FSCF propose une large communication sous toutes ses formes : réseaux sociaux, site web, newsletters, signalétique sur les manifestations, magazine "Les Jeunes", presse, etc.

**Tous les moyens sont mis en oeuvre par la FSCF afin de communiquer sur son partenaire et lui offrir une large visibilité** afin de toucher l'ensemble de ses cibles.

## POUR SES FORMATIONS, UN ENCADREMENT DE QUALITÉ

Etre partenaire de la FSCF est un **moyen de disposer de professionnels formés par la fédération** dans le cadre d'animation ou pour accompagner les offres de services selon les besoins du partenaire. BAFA, BAFD, BPJEPS ou CQP sont autant de formations proposées par la FSCF et son institut de formation FORMA'.

## POUR AGIR, DANS UN CADRE DE RÉFÉRENCE

Reconnue d'utilité publique, la **FSCF dispose d'un double agrément d'État** au titre d'association sportive ainsi que de jeunesse et d'éducation populaire. Elle siège dans les instances internationales comme le Comité National Olympique et Sportif Français (CNOSF) ou le Comité National de la Jeunesse et de l'Éducation Populaire (CNAJEP).

Ses statuts lui permettent de recevoir des **dons ouvrant droit à une réduction fiscale de 60%**.

## POUR SES ACTIONS, ENGAGEANTES

Devenir partenaire permet également de s'investir dans des programmes et de **donner une dimension sociale et sociétale à son entreprise** à travers de nombreuses thématiques pour lesquelles la FSCF est engagée :

- Handicap
- Développement durable
- Santé - Programme Atoutform'
- Histoire et patrimoine
- Jeunesse et éducation populaire

# GUIDE DE PROSPECTION TERRITORIALE

## FSCF - PROSPECTION

La **Fédération sportive et culturelle de France** a pour objectif de fidéliser ses partenaires actuels mais également de trouver de nouveaux partenaires en accord avec son projet éducatif et partageant des valeurs communes.

Ces partenaires dits "de sens" sont démarchés suivant une ligne de conduite commune. Une véritable stratégie de prospection a été mise en place afin d'optimiser les chances de succès dans le démarchage de nouvelles entités.

Ce guide présente le processus de prospection de la FSCF au niveau national applicable à tout type de prospect sur l'ensemble du territoire. Il expose également les bases d'un argumentaire permettant aux acteurs locaux de prospecter efficacement à leur échelle.



### QUI CONTACTER ?

#### Au national

**Lucie Renault**  
lucie.renault@fscf.asso.fr  
01 43 38 88 96

# PROSPECTION

## Processus

### DETAIL DU PROCESSUS DE PROSPECTION

#### ETAPE 1 | PRISE DE CONTACT

Il faut **attirer** et **captiver l'intérêt** du partenaire potentiel. Il faut également lui fournir assez d'informations pour attiser sa curiosité sans trop en faire. Par mail, il faut donc être **direct** et **formel** et le diriger vers des documents tels que la plaquette institutionnelle FSCF (et/ou la plaquette de votre territoire) afin qu'il garde une trace/un support de communication.

#### ETAPE 2 | LE FEEDBACK\*

- **Le prospect\*\* ne répond pas** : il est bon de le relancer par mail **deux semaines après l'étape 1** pour ne pas paraître trop insistant. S'il n'a pas répondu suite à votre première relance une dernière doit être effectuée **3 semaines plus tard**. A défaut de retour, abandonner le processus.

- **Le prospect est intéressé** : il est important de répondre à ses éventuelles questions. Poursuivez la communication par mail sauf si le prospect choisit le téléphone (dans ce cas faire une note de ce qui s'est dit). Dès cette étape il faut être en mesure de sortir un argumentaire ainsi que de négocier une entrevue avec le prospect.

#### ETAPE 3 | DÉVELOPPEMENT DE L'INTÉRÊT

- **Malgré un premier échange par mail le prospect ne répond pas** : si les échanges n'ont pas été jusque-là téléphoniques, ne pas hésiter à l'appeler.

- **Si le prospect a répondu, est intéressé et qu'une entrevue est organisée** : envoyer un mail récapitulatif au préalable. Le jour du rendez-vous lui offrir des goodies (peu onéreux), exposer une présentation lui permettant de concrétiser sa première impression et avoir un support visuel adapté.

Au terme de cette étape il faut que chacun arrive à voir vers quoi portera le partenariat dans les grandes lignes. Il faut faire comprendre au partenaire que les avantages de la FSCF serviront ses intérêts. Enfin, il est conseillé d'écrire un mail de remerciement accompagné d'un compte rendu de l'entrevue.

#### ETAPE 4 | NÉGOCIATION

- **Si l'échange continue** : il peut se faire par mail, téléphone ou une seconde entrevue peut être organisée. Cette étape est celle qui permet de rentrer dans les détails et finaliser l'accord avant la convention.

- **Si le prospect n'est pas intéressé suite à l'entrevue ou si la négociation a échoué** : il est bon de savoir pourquoi. Les raisons peuvent venir du prospect lui-même. S'il s'agit d'un problème dû à la négociation il est essentiel d'en connaître les raisons.

#### ETAPE 5 | CONVENTION :

Au terme de la négociation, les deux parties ont trouvé un accord et peuvent dès à présent commencer à promouvoir ce nouveau partenariat.

\*Feedback : retour du prospect

\*\*Prospect : client potentiel



# PROSPECTION

## Stratégie

### STRATÉGIE DE PROSPECTION

Il est nécessaire que les partenariats développés au niveau régional, départemental et local soient en **harmonie avec ceux du national** et en **accord avec les valeurs du projet éducatif fédéral**. Il est donc demandé aux structures déconcentrées de conclure des partenariats locaux avec des entreprises n'étant pas en concurrence directe avec les partenaires nationaux FSCF.

Afin de mener à bien cet objectif vous devez vous questionner sur différents points. Cela vous permettra de mettre en place des conventions avec les partenaires ciblés.

#### // PROSPECTION DE PARTENAIRES "DE SENS"

Les partenaires "de sens" de la FSCF sont ceux qui :

- dans une recherche de bien commun, mènent des **actions complémentaires à celles de la FSCF** (et inversement) en accord avec son projet éducatif fédéral
- ont comme la FSCF, vocation à **développer ses actions sur l'ensemble du territoire**

Les entreprises ciblées peuvent oeuvrer dans différents secteurs : bien-être, santé, développement durable, alimentation bio... Au sein même de ces secteurs d'activité il faudra repérer les entreprises qui partagent les valeurs de la FSCF.

#### // MISE EN PLACE DE CONVENTION DE PARTENARIAT

La FSCF encourage ses structures au niveau régional, départemental ou local à conclure des conventions de partenariat "gagnant-gagnant" avec des **partenaires locaux "de sens"**.

Il est nécessaire de rappeler au prospect les **fondements de la FSCF** (son ADN, l'étendue de son réseau sur l'ensemble du territoire, son nombre de licenciés, la diversité de ses activités, ses leviers de communication pouvant être activés...). Ces éléments sont à retrouver au sein de la plaquette partenaire.

## Quelle offre choisir ?

#### • Partenaire OFFICIEL

Le partenaire peut avoir l'exclusivité dans son secteur d'activité et peut proposer différentes contributions mutuelles (financement personnel, expertise...).

#### • Partenaire FOURNISSEUR OFFICIEL

Le partenaire participe au développement d'une activité sportive et/ou culturelle en fournissant des équipements ou du matériel (dotation).

#### • Partenaire ÉVÉNEMENTIEL

Le partenaire intervient ponctuellement, en accord avec le projet et les valeurs de la FSCF, lors d'un championnat, d'une manifestation ou d'un événement institutionnel.

Une convention de partenariat peut être signée pour une durée d'une, deux, voire trois années avec un partenaire.

Si besoin, le siège national de la Fédération sportive et culturelle de France vous accompagne à l'aide de modèles de conventions afin de vous aider dans la rédaction de celles-ci (partenariat@fscf.asso.fr).