

# Mécénat: Comment mettre en œuvre une collecte de fonds privés?

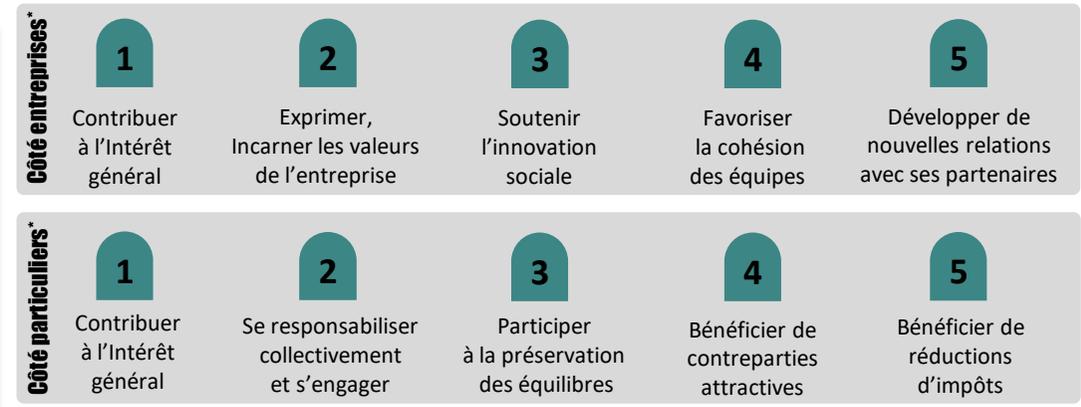
## Les différentes étapes

<b>Phase 1</b> <b>Bâtir la stratégie</b>	<b>Eligibilité</b> Organisation reconnue d'intérêt général ou d'utilité publique	<b>Politique de mécénat</b> Historique, valeurs, vision Charte éthique Cohésion de l'équipe	<b>Besoins &amp; Ressources</b> Humains Financiers Matériels	<b>Modèle économique</b> Forces & faiblesses Méthodes de collecte Plan de financement & objectifs	<b>Dossier de mécénat</b> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Présentation du projet &amp; des acteurs associés</li> <li><input type="checkbox"/> Valeurs, vision</li> <li><input type="checkbox"/> Actions, missions</li> <li><input type="checkbox"/> Besoins matériels, financiers &amp; humains</li> <li><input type="checkbox"/> Demande</li> <li><input type="checkbox"/> Avantages mécènes</li> <li><input type="checkbox"/> Contreparties</li> <li><input type="checkbox"/> Défisiscalisation &amp; exemples</li> <li><input type="checkbox"/> Références médias, partenaires et réseaux</li> <li><input type="checkbox"/> Contacts et coordonnées</li> </ul>		
	<b>Phase 2</b> <b>Préparer l'opérationnel</b>	<b>Cible</b> Intérêt pour la cause, Capacité à donner & proximité. Base de données & réseaux	<b>Offres</b> Contreparties existantes, possibles et à construire. Valorisation & hiérarchisation	<b>Argumentaire</b> Présentation du projet et des besoins Solutions, impact, demande, avantages et bénéfiques mécènes		<b>Plan de collecte</b> Comité de représentation Plan de communication & partenariats Documents projet et supports	
		<b>Phase 3</b> <b>Passer à l'action</b>	<b>Sensibilisation</b> Communauté, 1 <sup>er</sup> cercle, Affûter le discours Évaluation de l'intérêt	<b>Sollicitation</b> Prospection & conquête Prise de rv & représentation réseaux		<b>Reconnaissance</b> Contractualisation (entreprises) Délivrances contreparties & reçus fiscaux Fidélisation, échanges & invitations	<b>Fin de campagne</b> Contrôler, analyser et réactiver ... <b>Et ne jamais oublier de dire MERCI!</b>

## Les méthodes de collecte



## Les avantages Mécènes



## Les cibles

- ♦ **Côté entreprises:** entités du territoire géographique et affectif, fournisseurs, clients, prestataires, fondations, fonds de dotation, réseaux entreprises...
- ♦ **Côté particuliers:** familles, voisins, amis, bénévoles, habitants du territoire, grands donateurs, festivaliers, visiteurs, clients, fondations, fonds de dotation...