

# Alliances et développement partenarial

Session 2 : Découvrir son  
écosystème pour développer des  
alliances stratégiques

Jeudi 23 février  
14h00-16h00



# SOMMAIRE

## **Présentation & Objectifs**

Module 1 - Pourquoi s'intéresser à son écosystème

Module 2 - Cartographier son écosystème, notamment en lien avec les acteurs sportifs

Module 3 – Amorcer la relation partenariale avec un des acteurs de l'écosystème

Conclusion

# Alliances et développement partenarial

10 heures de formation en distanciel

	<b>10</b> JANVIER	<b>23</b> FÉVRIER	<b>23</b> MARS	<b>11</b> AVRIL	<b>23</b> MAI
	14H00-16H00	14H00-16H00	14H00-16H00	14H00-16H00	14H00-16H00
	Les fondamentaux des alliances & partenariats	Découvrir son écosystème pour développer des alliances stratégiques	Mettre en place une relation partenariale saine et de confiance	Réussir à animer un consortium d'acteur et le faire avancer dans le temps	Savoir communiquer sur son projet et/ou son alliance pour embarquer

# Compétences visées par la formation

Tout au long des 5 modules

A l'issue de la formation, vous saurez

Comprendre les différents types d'alliances et de partenariats existants

Analyser son écosystème et ses besoins pour identifier des partenaires pertinents

Comprendre les enjeux d'interculturalité et adapter sa communication

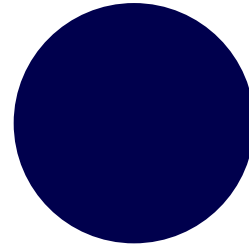
S'appropriier les concepts et outils de gouvernance horizontale et d'intelligence collective

Développer une communication claire autour de son projet pour embarquer

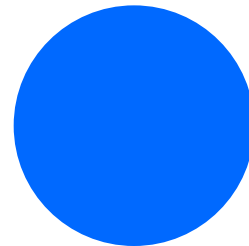
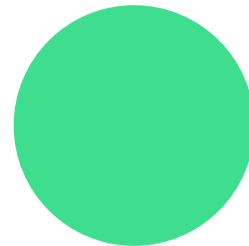
# Objectifs pédagogiques

De la session d'aujourd'hui

Découvrir des outils pour  
cartographier son écosystème



Comprendre l'écosystème du  
sport en France



Réfléchir à son propre  
écosystème et prioriser les  
prochaines actions

# Vos intervenant.e.s



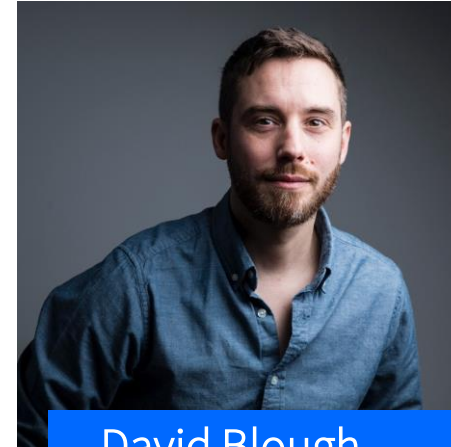
Maud Ridoux

Directrice des programmes  
d'engagement autour des  
territoires durables



Clémence Picard

Chargée de programmes  
de collaboration



David Blough

Ancien Directeur Général  
de PLAY International  
Expert en impact social  
par le sport

## make\_sense

makesense est une organisation qui réveille l'envie et accélère le potentiel d'action de ceux qui veulent agir ensemble pour résoudre les défis sociaux et environnementaux qui les touchent.



1

# POURQUOI S'INTÉRESSER À SON ECOSYSTÈME ?



Thomas Barwick/Getty Images

# 1

Qu'est-ce qu'un écosystème et pourquoi s'y intéresser ?



**« Les alliances n'ont pas vocation à se substituer à ce que font déjà les partenaires, mais à en prolonger l'action. Les actions engagées le sont dans un principe de complémentarité avec ce qui existe déjà, à la fois dans les réseaux des partenaires, et plus largement au sein de l'écosystème afin de garantir une démarche apprenante d'intérêt général utile à tous. »**

Source : Charte « Faire alliance », Le Rameau

**A vous la parole !**

**Quel est le premier mot auquel vous  
pensez quand on vous parle  
d'écosystème ?**

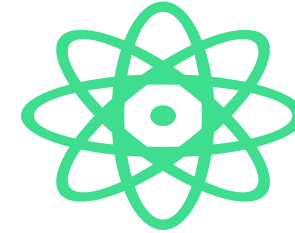
# La notion d'écosystème

## Définition



### Dans la nature

Il s'agit d'un ensemble d'être vivants qui vivent au sein d'un milieu ou d'un environnement spécifique et interagissent entre eux au sein de ce milieu et avec ce milieu.



### Dans la société : le même principe !

Un écosystème est un système dynamique au sein duquel différentes composantes (acteurs) interagissent (en compétition ou en collaboration) dans le cadre d'un environnement et de manière durable

# La notion d'écosystème

## Les différentes échelles qui sont souvent interconnectées



Local

Skatepark & transmission des cultures urbaines

Ecosystème local : Mairie, Lieu culturel, Lycée, Habitants, Associations sportives,

Ecosystème régional : Decathlon



Régional

Soutien régional à la lutte contre les violences sexistes et sexuelles, notamment dans le milieu du sport

Ecosystème régional impliqué : IDF, organisateurs d'événements, clubs sportifs locaux de la région



National

Coupe de France des jeunes entrepreneurs sociaux

Echelle nationale : financeurs & Les Pépites, Les déterminés

Echelle locale / régionale : antenne des réseaux nationaux



International

Inclusion sociale des réfugiés par le jeu sportif.

1 : Etape en IDF d'expérimentation d'outils

2 : Diffusion des outils auprès de structures européennes

# A quoi ça sert de cartographier son écosystème Jamy ?



Construire un projet adapté aux enjeux du territoire concerné  
et agir en complémentarité !

Comprendre

Comprendre **les caractéristiques locales** de votre écosystème : démographie, vitalité, politiques, problématiques sociales, plans de développement, etc..

Se connecter

Identifier un **maximum d'acteurs avec lesquels collaborer et se connecter** aux personnes importantes pour votre projet et sa dynamique. (associations, élus, entreprises privées, habitants, conseils de quartiers etc..)

Se positionner

**Se positionner au sein de son écosystème** en s'inscrivant en complémentarité avec l'existant et en saisissant les opportunités locales pour adapter son projet.

**COMPRENDRE son territoire**

# LES QUESTIONS

## À se poser

Quels sont les besoins sociétaux prioritaires ?

Quels en sont les enjeux et les réponses existantes ?

Quels acteurs sont positionnés ?

Comment se déclinent-ils selon les territoires ?



## **A vous la parole !**

**Mettez dans le chat un chiffre clé sur votre territoire, lié au public touché par votre organisation ou à ses activités clés**

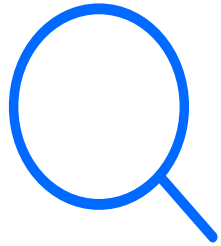


# Comprendre : Les chiffres de votre territoire



## Pourquoi chercher ces chiffres ?

- Mieux comprendre **les politiques ou actions déjà mises en place** par les acteurs locaux
- Mieux cibler **les problématiques non résolues** ou à renforcer
- Adapter **vos propositions ou vos activités** aux personnes ou organisations qui en ont le plus besoin et les partenaires prioritaires avec lesquels les mener



## Où trouver les données démographiques ?

- L'INSEE
- La CAF
- Des observatoires nationaux
- Sigville : la politique de la ville
- Les sites des collectivités directement



## Comment s'en servir pour nouer des alliances & partenariats :

- Vous arrivez sur le territoire : cela montre que vous avez pris le temps de comprendre le territoire et c'est une base d'échange pour échanger avec les acteurs existants
- Vous êtes présent.e sur le territoire : cela vous aide à cibler d'autres publics et identifier des acteurs clés avec lesquels collaborer

Pour en savoir plus, retrouvez [la formation sur l'évaluation des besoins de ses bénéficiaires](#) !

# Comprendre : Les chiffres de votre territoire

## L'exemple du Club de Badminton de Ruffec



### Données socio-démographiques

- Territoire rural, 3200 habitants
- Âge moyen des habitants de Ruffec 57 ans  
> Age moyen France INSEE 43 ans
- Population en diminution -300 hab depuis 2006
- Augmentation des prestations CAF
- Salaire en dessous de la moyenne Française

Ces informations vous permettent d'avoir une base d'échange pour discuter et chercher les acteurs avec lesquels collaborer.

Elles donnent des pistes à creuser sur :

- L'aide sociale (creuser les besoins des habitants d'un point de vue social en vous appuyant sur les données de la CAF)
- Le sport & la culture : est ce que la proposition d'accès au sport et à la culture est suffisante sur le territoire ? Est-ce qu'il faut une proposition spécifique pour les séniors ?

# Comprendre : Les activités similaires, alternatives ou complémentaires à votre projet

## Activités similaires

Des produits / services semblables à ce que vous proposez tant dans le moyen que sur la finalité

**réaction**

**2 tons club** BETA

## Activités “substituts”

Des produits/services différents du mien mais qui ont la même finalité

**TOUS bénévoles** !  
Pour que vive la solidarité ●

## Activités complémentaires

Des produits / services qui viennent compléter ce que vous proposez

  
**PETITS FRÈRES  
DES PAUVRES**  
Non à l'isolement de nos aînés

# Comprendre : Les compétences des collectivités territoriales



Pour connaître les compétences précises sur le sport par type de collectivité territoriale, rendez-vous sur [le tableau de répartition des compétences du gouvernement](#) !

# Comprendre : Les collectivités, reconnaître les dynamiques territoriales

## Quelques acronymes utiles

EPCI : C'est [une coopération](#) mise en place entre plusieurs communes pour gérer de manière collaborative des équipements ou service.

PETR : [Un regroupement](#) de plusieurs EPCI qui souhaitent monter un programme commun pour la transition d'un territoire.

PTCE : Ce sont [des pôles de coopération](#) qui mélange privé et collectivité sur des territoires données. Ils peuvent également porter des projets.

RTES : [Un réseau qui rassemble](#) les collectivités territoriales qui souhaitent s'engager sur L'ESS et cherchent à mutualiser leur force.

A EXPLORER  
POST-SESSION

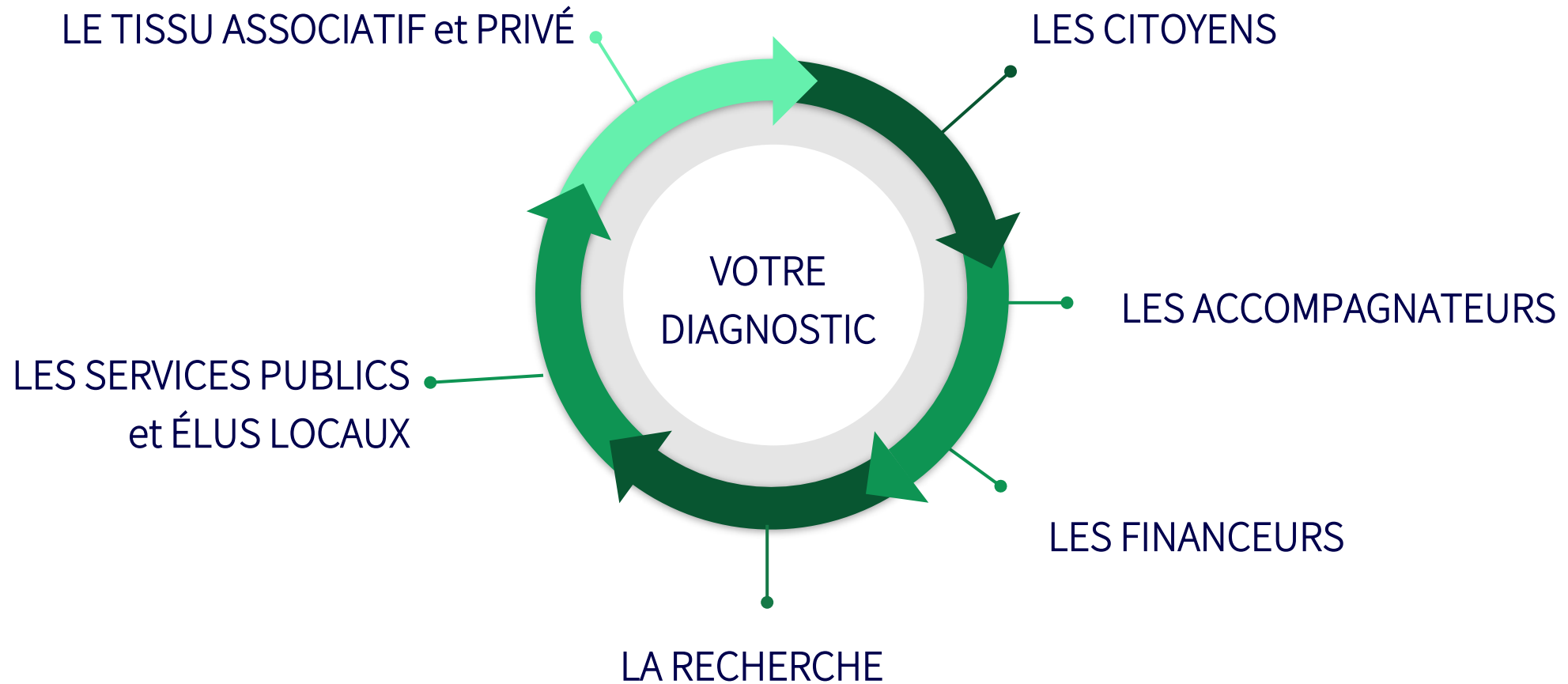
**SE CONNECTER** aux acteurs  
de son territoire

**A vous la parole !**

**Quels sont les acteurs avec lesquels  
vous êtes déjà connectés ?**

**Répondez via le sondage !**

# Se connecter : Les acteurs à identifier





# Se connecter : L'exemple de CLIC & MOI

## CLIC&MOI

FAVORISER L'AUTONOMIE DES  
PERSONNES SENIORS

Une solution proposée :

Mise en relation entre des  
étudiants et des séniors pour des  
cours d'informatique



# Se connecter : Les acteurs à identifier - exemple

## LE TISSU ASSOCIATIF et PRIVÉ

- Les EHPADS
- Ecoles du supérieur
- Association d'activités culturelles auprès des séniors

## LES SERVICES PUBLICS et ÉLUS LOCAUX

- Espace parisien de solidarité
- Adjoint(e) à la maire en charge des séniors et des solidarités entre générations



LA RECHERCHE

## LES CITOYENS

- Conseil local des séniors
- Maison des jeunes
- Résidences

## LES AIDANTS

- makesense avec thématique Bien Vieillir

## LES FINANCEURS

- Conférence des financeurs du département
- CNAV
- Service Séniors de la mairie

**SE POSITIONNER**

# Positionner son projet et ses actions

1

Identifier les acteurs avec lesquels il serait intéressant de collaborer

2

Adapter votre proposition de valeur en fonction du public ciblé

3

Adapter votre discours pour embarquer les parties prenantes en ajoutant une dimension plus ancrée sur le territoire





# 2

## Zoom écosystème : les partenaires de financement

# Les différents types de financement

Autofinancement  
(adhésions...)

Subventions,  
dotations et dons

Apports en fonds  
propres

Apports en quasi  
fonds propres

Prêts

Garanties

Quelques  
acteurs  
ressources



fair.

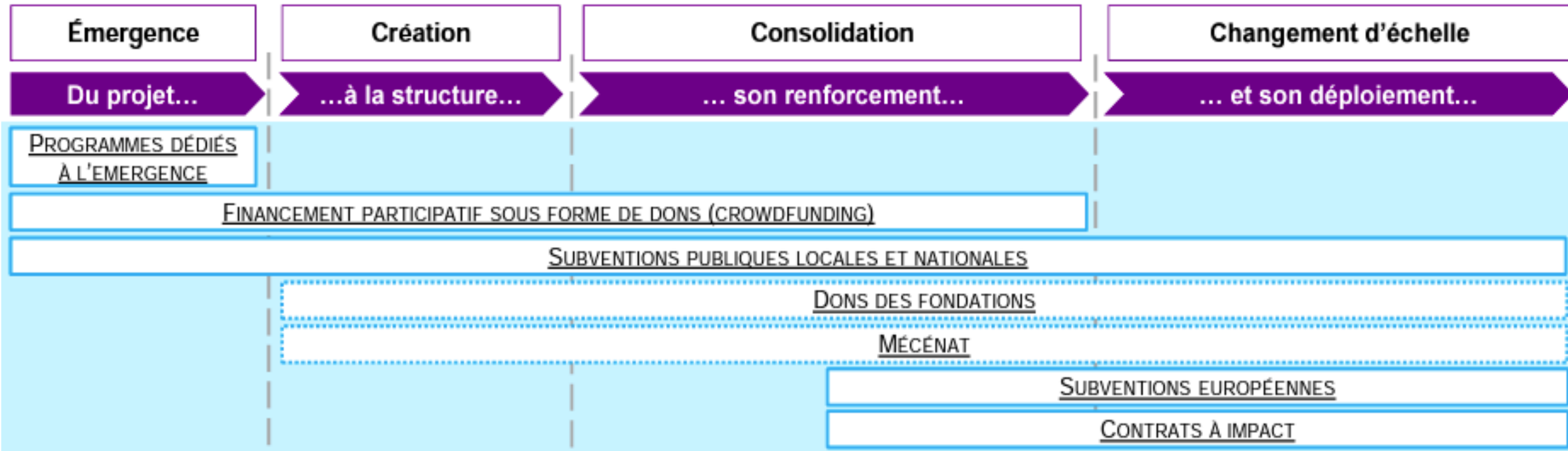
avise  
PORTAIL DU DÉVELOPPEMENT DE  
L'ÉCONOMIE SOCIALE ET SOLIDAIRE

cress

BANQUE des  
TERRITOIRES

an  
ct

# Zoom sur les subventions, dotations et dons



# Zoom sur les subventions, dotations et dons - exemples



Financement  
participatif (dons)

**Objectif de l'association :** Lever les freins à l'emploi des personnes en situation de handicap via le sport et le mentorat

**Financement:** 3125€ sur Ulule pour financer une partie du programme L dans la ville en Hauts-de-France



Dons de  
fondations

**Objectif de la fondation:** Rendre durablement le plaisir et les bienfaits du sport accessibles au plus grand nombre.

**Financement:** Financement de projets co-portés par des salariés et des associations. Exemple : le skatepark Colorama.



Contrat à impact

**Objectif de l'association :** Lever les freins à l'emploi des personnes en situation de handicap via le sport et le mentorat

**Financement:** Accompagner près de 500 personnes sur trois ans avec un budget de 4,54 millions d'euros de paiement au résultat



# Zoom sur les prêts

- France Active (spécialistes ESS)
- Initiative France (prêts d'honneur à taux zéro)
- Les banques classiques (fonds d'amorçages)
- Crowdlending (financement participatif)



# Quelques conseils !

- 1- Consulter régulièrement les AAP qui sont associées aux politiques et diffusées par les agences nationales ou locales. Vous pouvez également vous rapprocher de la CCI de votre région pour vous aider à identifier les appels à projets qui peuvent convenir à votre projet.
- 2- Prenez le temps de comprendre et d'évaluer les contreparties liées à chacun des financements. Si vous êtes en position de limiter ces contreparties faites le. (attention à éviter les subventions contre reporting très long ou trop détaillé sur vos actions.)
- 3- Prenez le temps de regarder les conditions de délivrance des fonds (délai et répartition pour anticiper votre trésorerie)
- 4- Ne sous-estimez pas le temps que cela représente sur le long terme. Il faut qu'un réel temps dédié dans les missions d'une ou plusieurs personnes de votre structure (selon sa taille).



# 3

**Définir les objectifs de sa  
collaboration pour identifier  
l'écosystème adapté**

# TEMPS INDIVIDUEL DE RÉFLEXION : QUELS SONT VOS OBJECTIFS, EN LIEN AVEC VOTRE STRATÉGIE ET VOS BESOINS ?

5'

## Objectifs

Quels sont vos **objectifs à moyen et long terme** ?  
Soyez précis avec des éléments chiffrés.

## Points bloquants

Quels sont les **points bloquants** qui vous empêcheraient d'atteindre cet objectif ?  
Interne ou externe

## Besoins

De quels **moyens / ressources / expertises / compétences** avez-vous besoin ?  
Déjà dans vos réseaux ou à trouver

## Opportunités de co-création

Quelles sont les **opportunités de co-création** au regard des besoins ?  
Qu'est-ce qui requiert l'intervention d'autres acteurs ?

**Complétez cette phrase : J'ai besoin de ce type de partenaire pour répondre à cet objectif mais je rencontre une difficulté à (trouver des partenaires, rendre mon projet visible auprès d'eux...)**

2

**CARTOGRAPHIER SON  
ÉCOSYSTÈME, NOTAMMENT  
EN LIEN AVEC LES ACTEURS  
SPORTIFS**



Thomas Barwick/Getty Images

# 1

## Identifier les acteurs de l'écosystème sportif

# UNE TYPOLOGIE DU SPORT À IMPACT

## Projets « Sport »

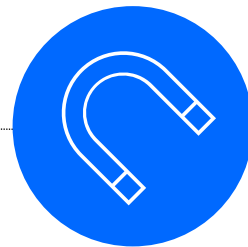
Le sport comme finalité



Exemple :  
La UGA Saint-Maur

## Projet « Sport + »

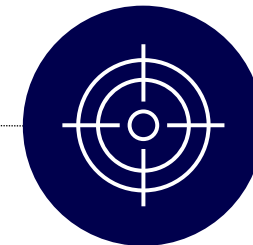
Le sport comme outil de captation



Exemple :  
L'Académie Younus

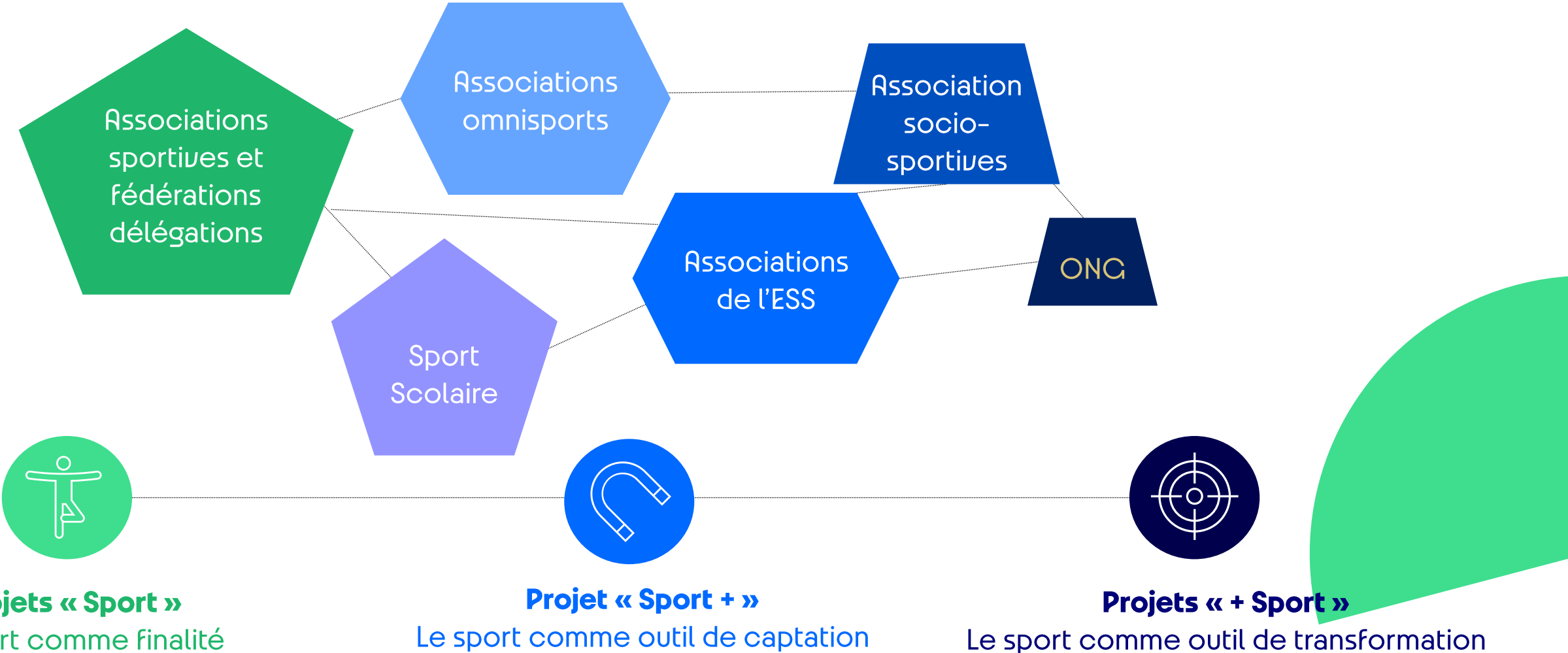
## Projets « + Sport »

Le sport comme outil de transformation



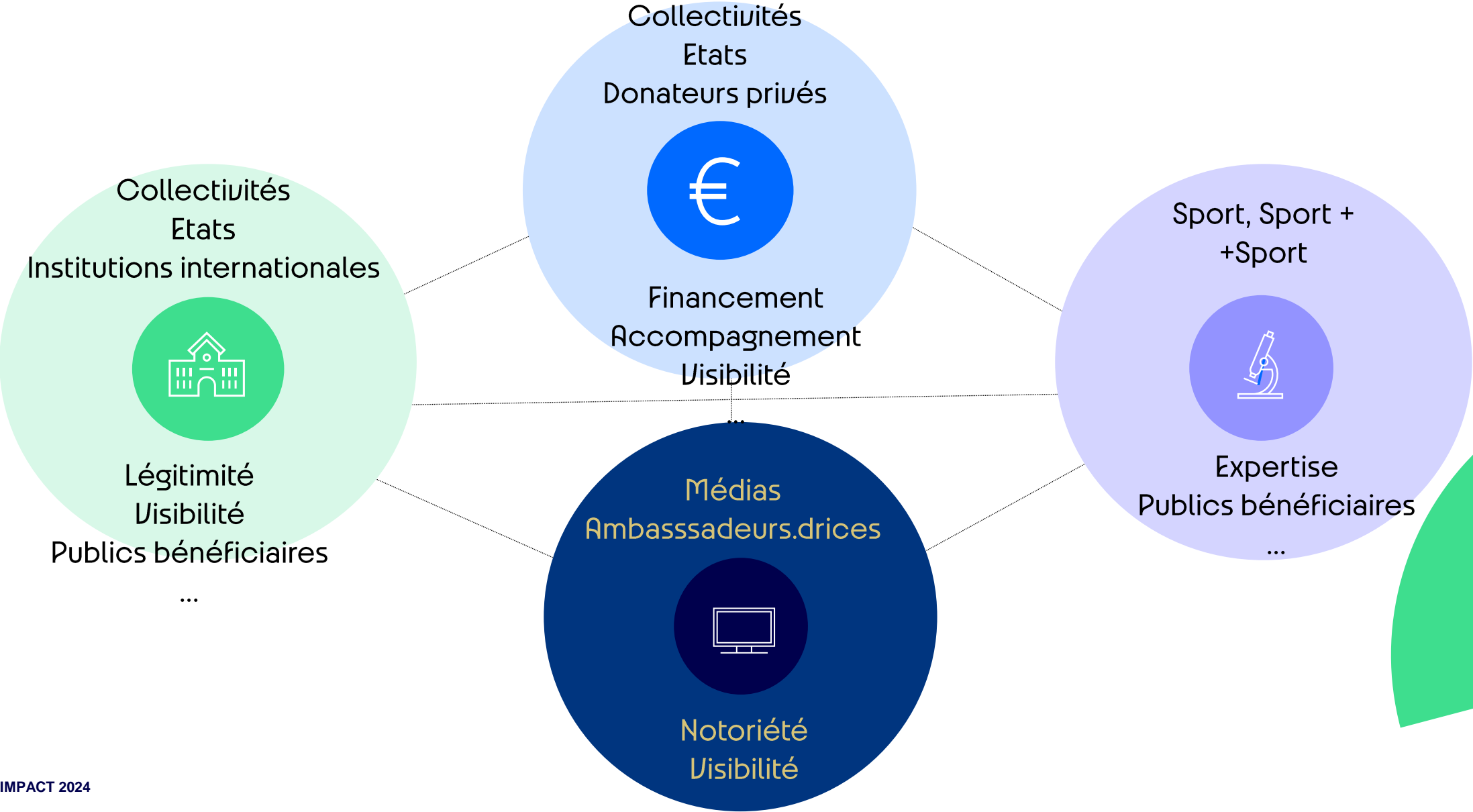
Exemple :  
Pour le Sourire d'un  
Enfant

# UNE TYPOLOGIE DU SPORT À IMPACT

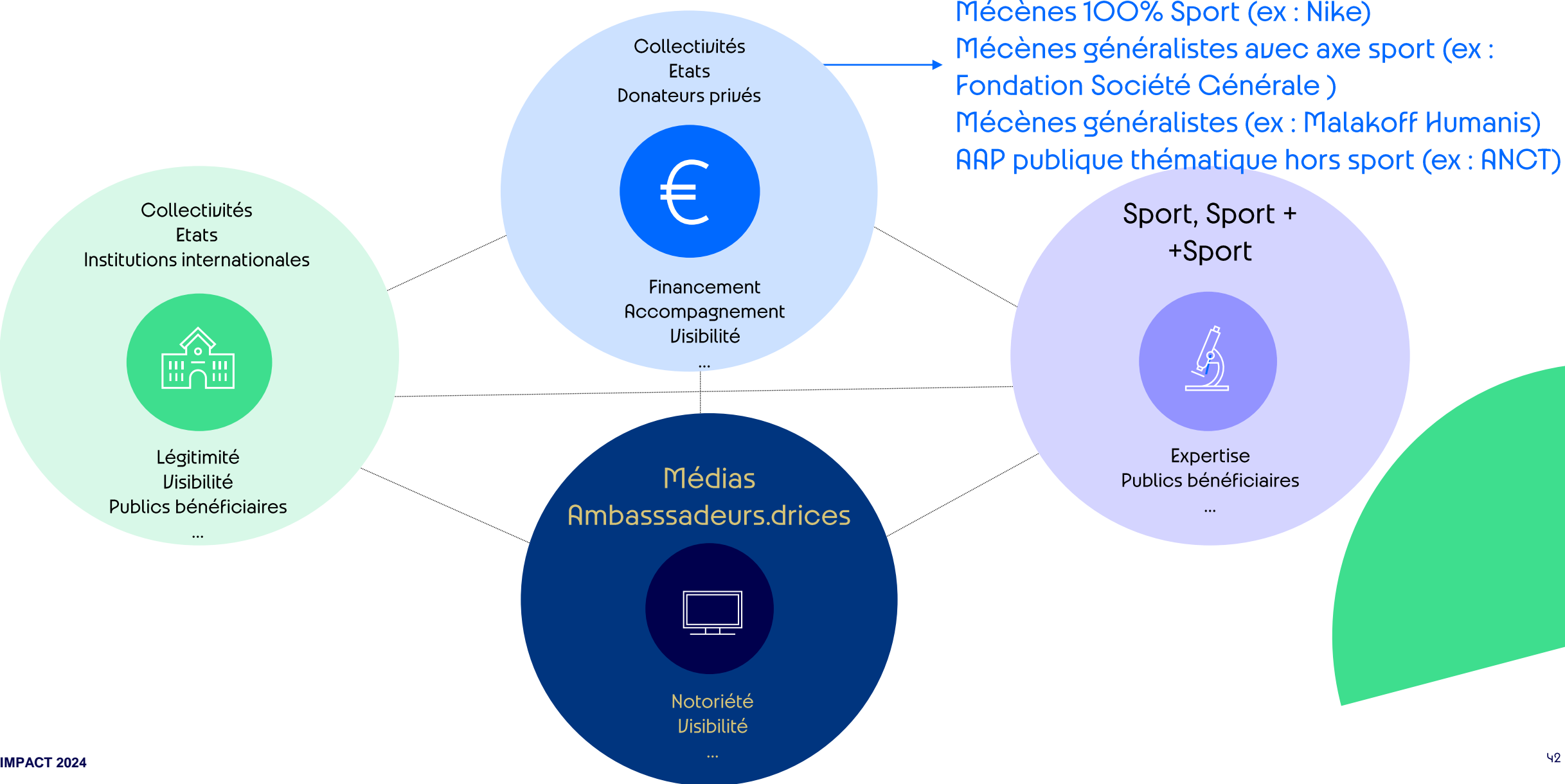




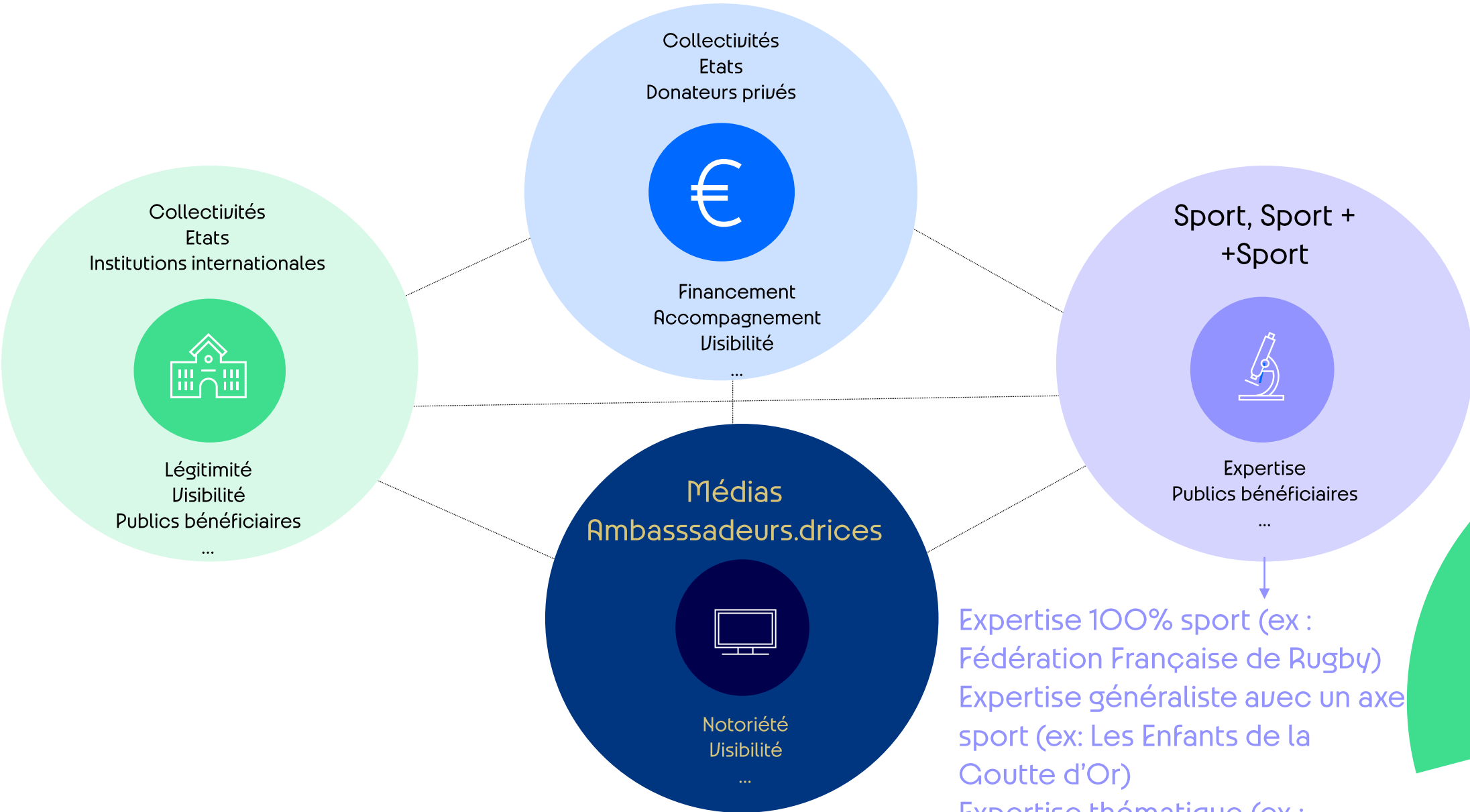
# LES PARTIES PRENANTES DU SPORT À IMPACT



# LES PARTIES PRENANTES DU SPORT À IMPACT

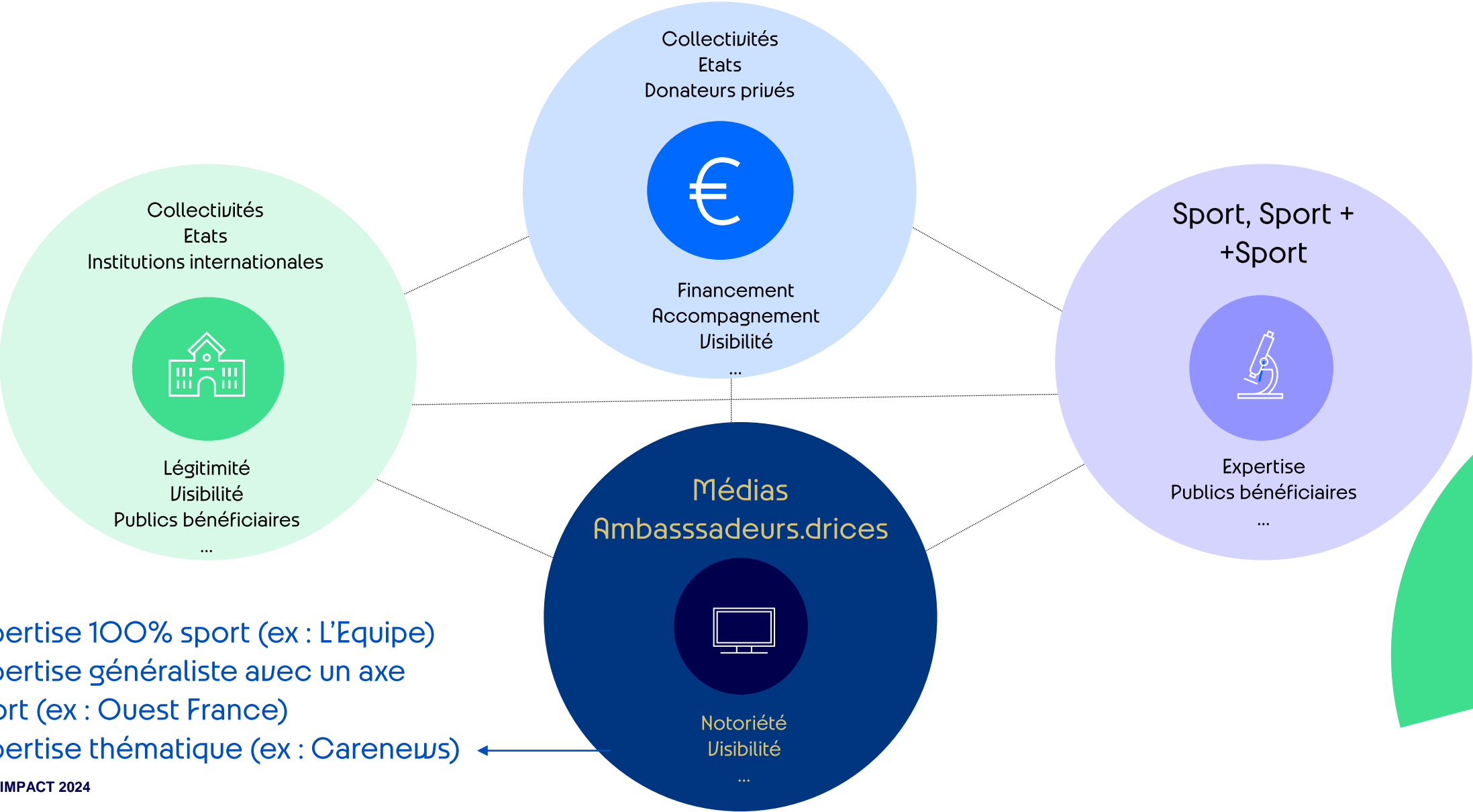


# LES PARTIES PRENANTES DU SPORT À IMPACT



Expertise 100% sport (ex : Fédération Française de Rugby)  
Expertise généraliste avec un axe sport (ex: Les Enfants de la Goutte d'Or)  
Expertise thématique (ex : Emmaüs)

# LES PARTIES PRENANTES DU SPORT À IMPACT



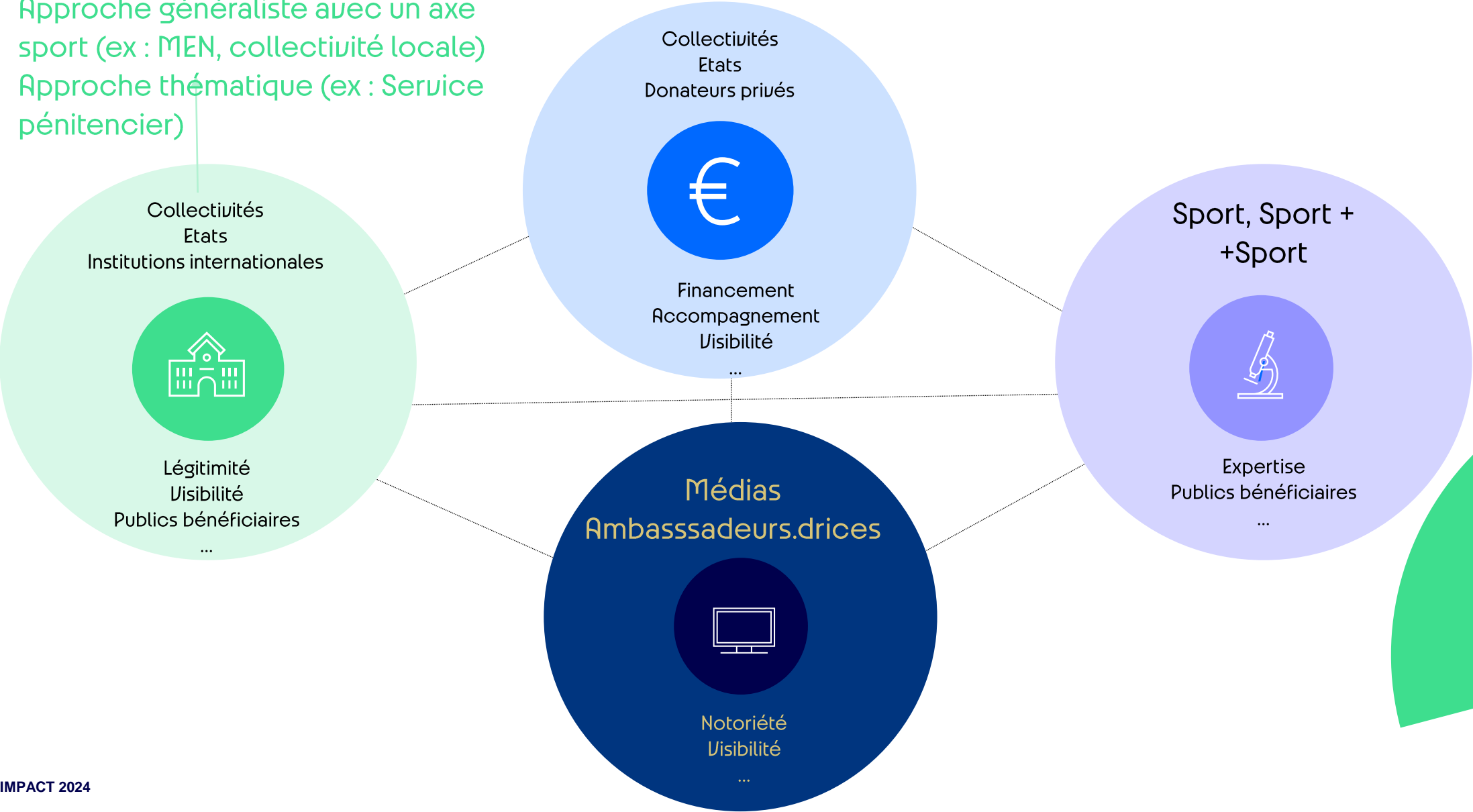
Expertise 100% sport (ex : L'Equipe)  
Expertise généraliste avec un axe sport (ex : Ouest France)  
Expertise thématique (ex : Carenews)

# LES PARTIES PRENANTES DU SPORT À IMPACT

Approche 100% sport (ex : ANS)

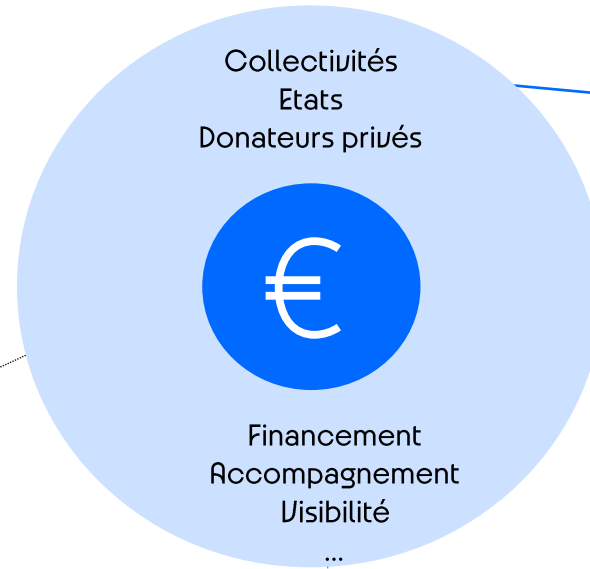
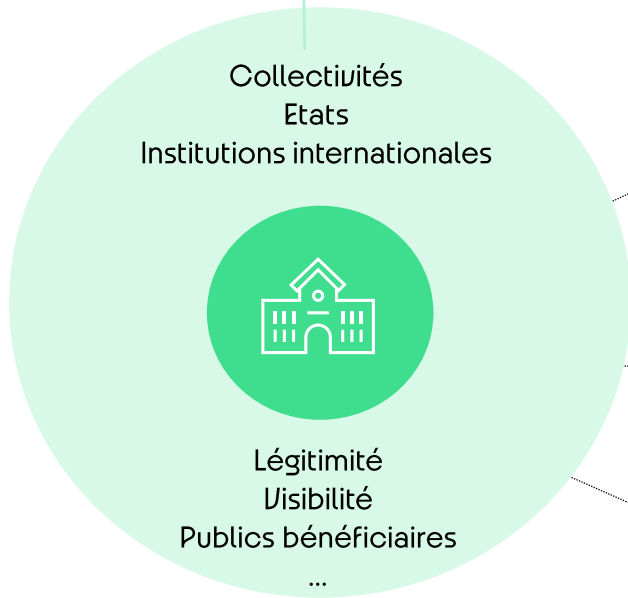
Approche généraliste avec un axe sport (ex : MEN, collectivité locale)

Approche thématique (ex : Service pénitencier)

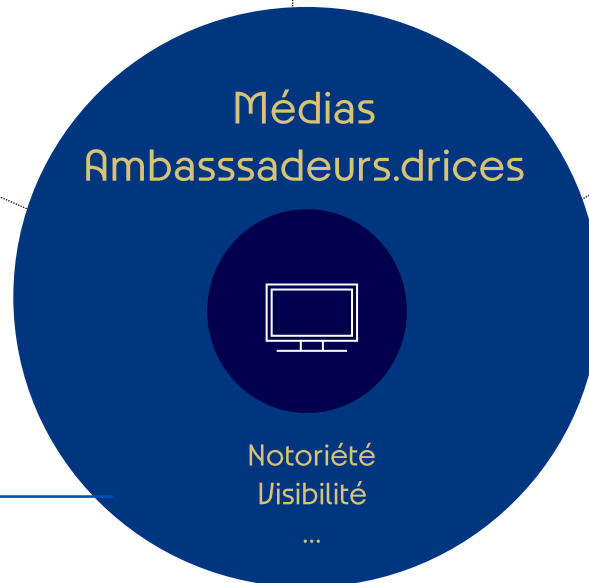


# LES PARTIES PRENANTES DU SPORT À IMPACT

Approche 100% sport (ex : ANS)  
 Approche généraliste avec un axe sport (ex : MEN, collectivité locale)  
 Approche thématique (ex : Service pénitencier)



Mécènes 100% Sport (ex : Nike)  
 Mécènes généralistes avec axe sport (ex : Fondation Société Générale)  
 Mécènes généralistes (ex : Malakoff Humanis)  
 AAP publique thématique hors sport (ex : ANCT)



Expertise 100% sport (ex : L'Equipe)  
 Expertise généraliste avec un axe sport (ex : Ouest France)  
 Expertise thématique (ex : Carenews)

Expertise 100% sport (ex : Fédération Française de Rugby)  
 Expertise généraliste avec un axe sport (ex : Les Enfants de la Goutte d'Or-  
 Expertise thématique : (ex : Emmaüs)



# 2

Réaliser sa cartographie  
en fonction de son projet

# Pourquoi faire une cartographie ?

Une cartographie est un outil évolutif il doit se baser sur votre besoin à un instant T pour être opérant !

A quelle occasion vais-je utiliser ma cartographie ?

Quel est l'objectif derrière la mobilisation de mes partenaires ?

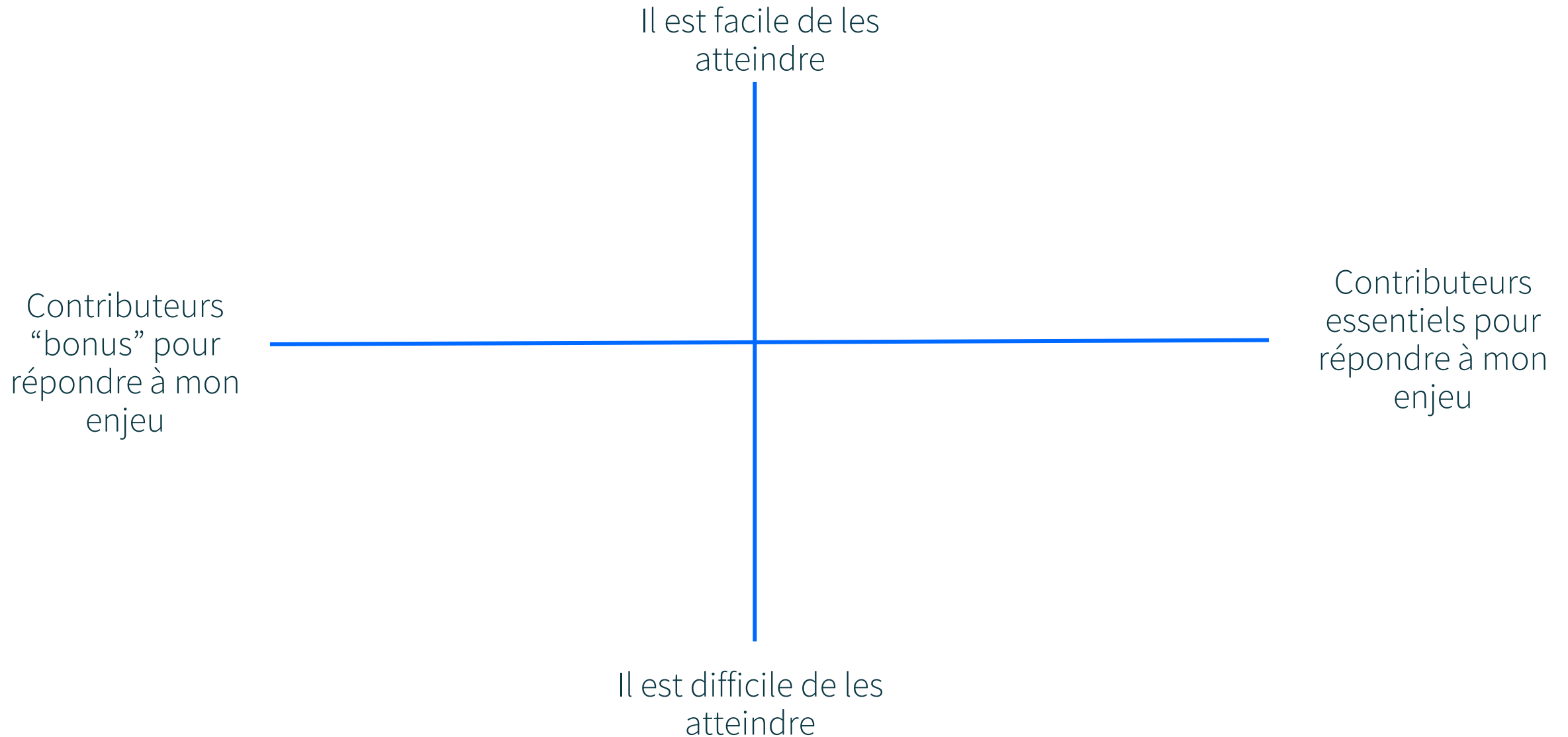
A quelle occasion vais-je les mobiliser ?

Vais-je mobiliser certains partenaires de manière différente ?

Y a-t-il des spécificités territoriales à prendre en compte ?



# Proposition d'axes de réflexion



# L'exemple de Nour

nour

RENDRE LE YOGA ACCESSIBLE POUR  
DES PERSONNES EN SITUATION DE  
VULNERABILITE

Un enjeu identifié :

Trouver davantage de bénéficiaires  
qui pourraient participer aux cours,  
principalement habitant dans les  
QPV (financement fléché sur ce  
public)



# Le potentiel de contribution à la problématique

Leur contribution peut être intéressante mais insuffisante pour répondre à l'enjeu en profondeur

Leur contribution est déterminante et primordiale pour répondre à l'enjeu identifié

Contributeurs "bonus" pour répondre à mon enjeu

Contributeurs essentiels pour répondre à mon enjeu

**make\_sense**

Associations locales avec nombre faible de bénéficiaires



Google Maps



**SINGA**

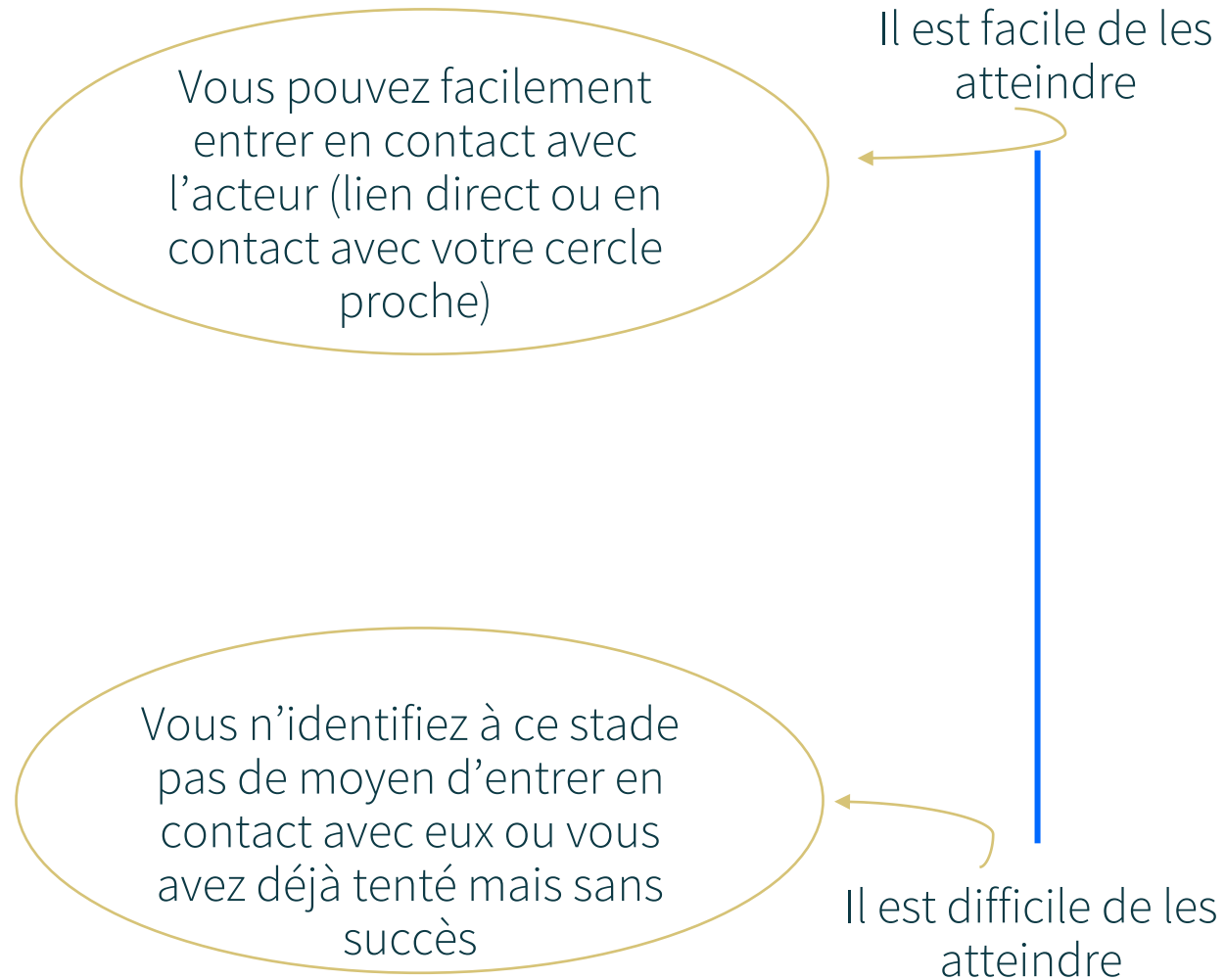
Associations locales avec nombre fort de bénéficiaires



Google Maps



# Proposition d'axes de réflexion



**SINGA** **make\_sense**



**Associations  
locales avec  
nombre faible de  
bénéficiaires**

**Associations  
locales avec  
nombre fort de  
bénéficiaires**



# La cartographie de NOUR

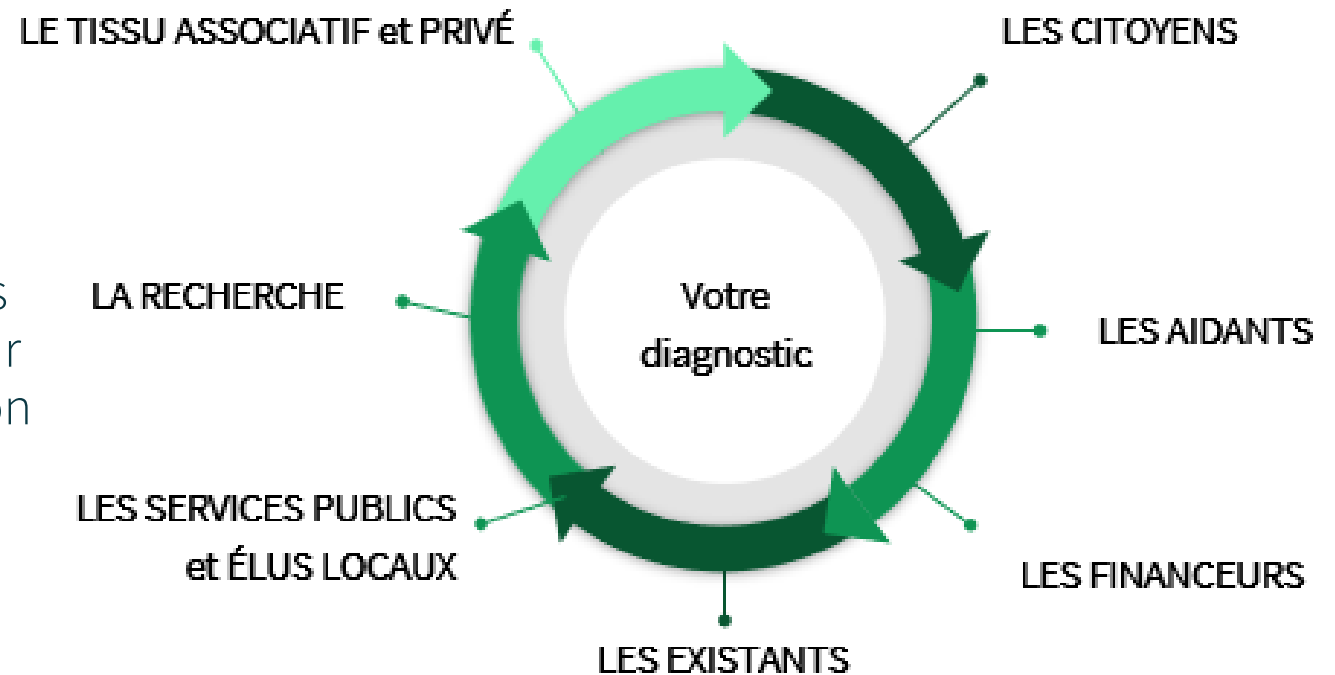
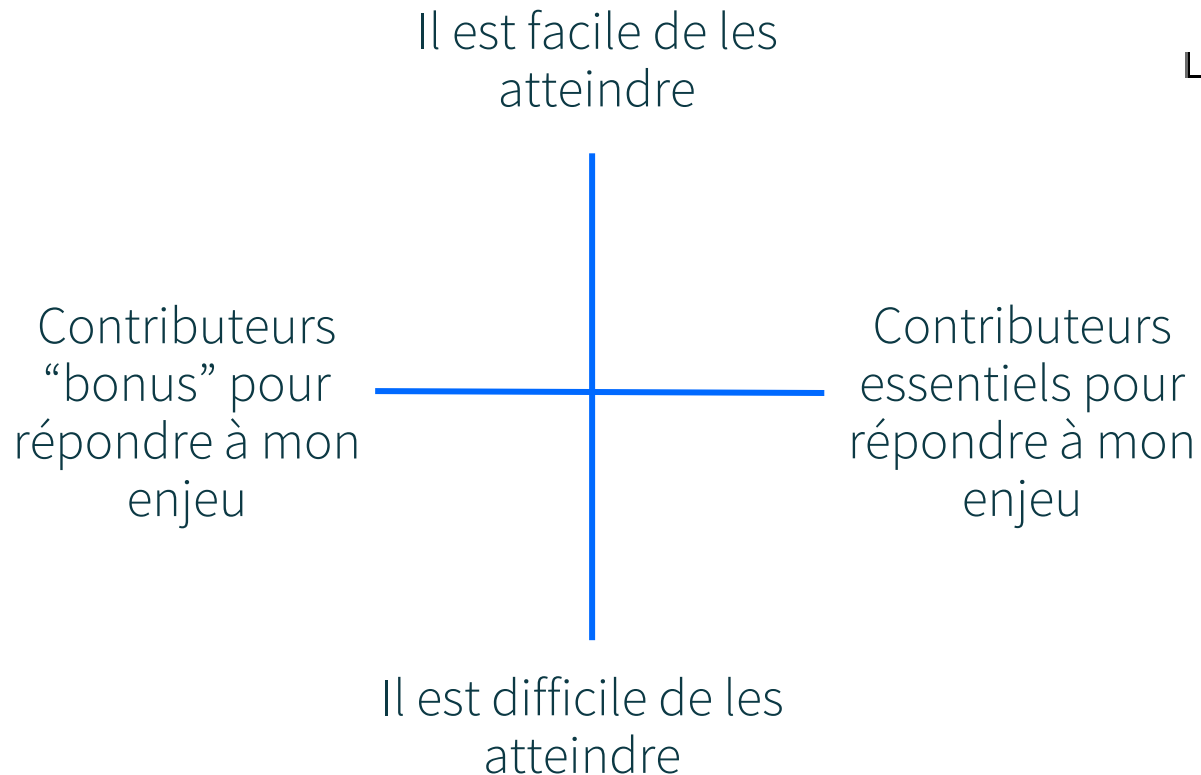
**Enjeu :** Trouver davantage de bénéficiaires qui pourraient participer aux cours



# Temps individuel de réflexion

10'

- 1 Identifiez les axes adaptés à votre problématique
- 2 Placez des acteurs dessus en essayant de penser à toutes les catégories d'acteurs avec lesquels il pourrait être intéressant de collaborer !



# Partage en sous-groupes !

20'



Définissez une personne qui sera maître ou maîtresse du temps ! Son rôle : s'assurer que les 5 minutes par personne soient respectées !

**Un.e participant.e commence et réalise ces 3 étapes puis au bout de 5 minutes, c'est à un.e autre !**  
*Adaptez le temps au nombre de personnes présentes dans votre groupe.*

1

**1min:** Présentez l'opportunité de partenariat identifié et le besoin associé :  
***J'ai besoin de ce type de partenaire pour répondre à cet objectif mais je rencontre une difficulté à (trouver des partenaires de ce type, rendre mon projet visible auprès d'eux...)***

2

**30 secondes :** Présentez les axes identifiés et notamment les acteurs positionnés dans le carré en haut à droite.

3

**3 min :** Laissez la parole aux autres participant.e.s ! Chacun.e propose des acteurs à ajouter dans la cartographie, propose des contacts intéressants, des pistes pour entrer en contact avec ceux qui répondent bien à la problématique mais son moins proches.

3

**AMORCER LA RELATION  
PARTENARIALE AVEC  
DES ACTEURS DE  
L'ÉCOSYSTÈME**



# Les enjeux d'une prise de contact partenariale

Comprendre les besoins de l'organisation et de votre interlocuteur.ice ainsi que la complémentarité avec votre besoin

Avoir un projet clair en tête qui permet d'orienter le rendez-vous

Créer de l'interconnaissance pour aboutir à une confiance réciproque



1. Connaître
2. Apprécier
3. Confiance



# Obtenir un rendez-vous avec un potentiel partenaire

**Canal 1**

La mise en réseau, ou  
le networking

**Canal 2**

Envoi  
de mail

**Canal 3**

Coup de téléphone



Option qui crée le plus de  
confiance et un plus fort  
taux de réponse

# Le mail de prise de contact

Canal 2

## Quand envoyer un mail ?

- \_ Si tu as une adresse mail, tu peux envoyer un premier mail d'introduction, plutôt court, avec l'objectif de rendez-vous.
- \_ Si tu n'obtiens pas de réponse, appelle 3 jours après en mentionnant ton mail, que la personne retrouvera en direct.
- \_ Tu peux également utiliser la messagerie LinkedIn si tu as un compte adapté.

Envoi  
de mail

## Conseils pour bien rédiger un mail/message linkedin

1. **Trouver un point commun** ou une actu, si possible envoyer du contenu (ex : participation au même événement, intérêt pour un sujet) – **JO 2024 ?**
2. Montrer qu'on s'est renseigné sur la personne et son besoin
3. Mettre en avant des **points d'intérêts communs, des complémentarités** entre vos structures
4. **Proposer rapidement une date**

A EXPLORER  
POST-SESSION

# Zoom sur la prise de contact avec une collectivité territoriale

**Technique numéro 1** - Solliciter un rendez-vous. (commune, département et région)

*Identifier les sujets sur lesquels vous souhaitez échanger avec le bon interlocuteur et sollicitez un rdv.*

**Technique numéro 2** - Solliciter votre contact sur des évènements

*Vous pouvez vous rendre sur les interventions, réunions, marché, visite pour solliciter votre interlocuteur.*

**Technique numéro 3** - Organiser des évènements de conciliation citoyenne en invitant les élus.

**Technique numéro 4** - Organiser des ateliers pour la mairie

*Vous pouvez également proposer des ateliers participatifs pour le compte de la mairie et à destination des citoyens.*

# Assurer un premier rendez-vous !

80%

Faire parler

20%

Parler

Questions de situation

pour établir le  
contexte

Questions de  
problème

pour révéler les enjeux  
implicites.

Questions  
d'implication

pour comprendre  
quelles sont les  
conséquences du  
problème pour lui.

Questions de désir de  
solution

pour que l'interlocuteur.ice  
**se projette dans un  
partenariat à vos côtés** et en  
ait envie, qu'il soit  
embarqué par votre projet !

# Temps individuel de réflexion

7'

1

Identifiez au sein de votre cartographie une partie prenante dont la contribution est essentielle pour votre projet.

2

Essayez de comprendre cette partie prenante en répondant aux questions suivantes !

Nom partie prenante	Quel sera l'impact de mon projet sur cette partie ?	Quel intérêt cette partie prenante a-t-elle dans mon projet ?	Que peut-elle apporter pour le soutenir ?	Qu'est-ce qui peut la motiver ?	Quel argument pourrait la convaincre de contribuer ?

3

Identifiez par quel biais vous pouvez prendre contact avec cette partie prenante et votre prochaine étape !

4

Quand vous avez terminé ces étapes, partagez dans le chat **le nom de la partie prenante, un élément qui peut la motiver à vous rencontrer et le canal par lequel vous allez la contacter.**

# AIDEZ-NOUS

A améliorer les prochaines sessions

SVP, prenez 5 minutes après la session pour l'évaluer.

Lien vers le questionnaire ici :

<https://form.jotform.com/230441753970355>





# Alliances et développement partenarial

Les prochaines dates à ne pas manquer !

  	<h2>10</h2> <p>JANVIER</p> <p>14H00-16H00</p> <p><b>Session 1 : Les fondamentaux des alliances &amp; partenariats</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>➤ Comprendre les différentes typologies de partenariats et savoir se situer</li><li>➤ S'inspirer de modèles qui fonctionnent</li><li>➤ Identifier ses propres besoins et objectifs de partenariat</li><li>➤ Découvrir un outil de cadrage</li></ul>	<h2>23</h2> <p>FÉVRIER</p> <p>14H00-16H00</p> <p><b>Session 2 : Découvrir son écosystème pour développer des alliances stratégiques</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>➤ Comprendre l'écosystème du sport en France</li><li>➤ Découvrir les outils pour cartographier son écosystème</li><li>➤ Réfléchir à son écosystème et prioriser les prochaines actions</li></ul>	<h2>23</h2> <p>MARS</p> <p>14H00-16H00</p> <p><b>Session 3 : Mettre en place une relation partenariale saine et de confiance</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>➤ Comprendre les enjeux d'interculturalités : savoir se mettre en empathie et comprendre les enjeux de chacun</li><li>➤ Introduction à la Communication Non Violente et à la culture du Feedback</li></ul>	<h2>11</h2> <p>AVRIL</p> <p>14H00-16H00</p> <p><b>Session 4 : Réussir à animer un consortium d'acteur et le faire avancer dans le temps</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>➤ Découvrir les modèles de gouvernance de consortiums (selon les enjeux stratégiques)</li><li>➤ S'approprier les concepts de gouvernance horizontal et d'intelligence collective</li></ul>	<h2>23</h2> <p>MAI</p> <p>14H00-16H00</p> <p><b>Session 5 : Savoir communiquer sur son projet et/ou son alliance pour embarquer</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>➤ Apprendre à construire un pitch</li><li>➤ Se familiariser avec la prise de parole en public et la pratique du storytelling</li><li>➤ Apprendre à valoriser son impact</li></ul>
---	---	--	---	--	---

# RESSOURCES ET RÉFÉRENCES

## Pour aller plus loin

- [Charte du « Faire Alliance »](#), Le Rameau
- [Formation sur l'évaluation des besoins de ses bénéficiaires](#), IMPACT 2024
- [Cartographie des financements dédiés à l'ESS](#), l'Avisé
- [Tableau de répartition des compétences territoriales](#), Gouv.fr



**UN GRAND  
MERCI**

**CONTACT**

Clémence PICARD

makesense

[clemence.picard@makesense.org](mailto:clemence.picard@makesense.org)

Maud Ridoux

makesense

[maud@makesense.org](mailto:maud@makesense.org)

**A VOUS !**

# DÉCOUVRIR SON ECOSYSTEME POUR DEVELOPER DES ALLIANCES STRATÉGIQUES

Canevas à remplir

Jeudi 23 février  
14h00-16h00

Niveau de confidentialité

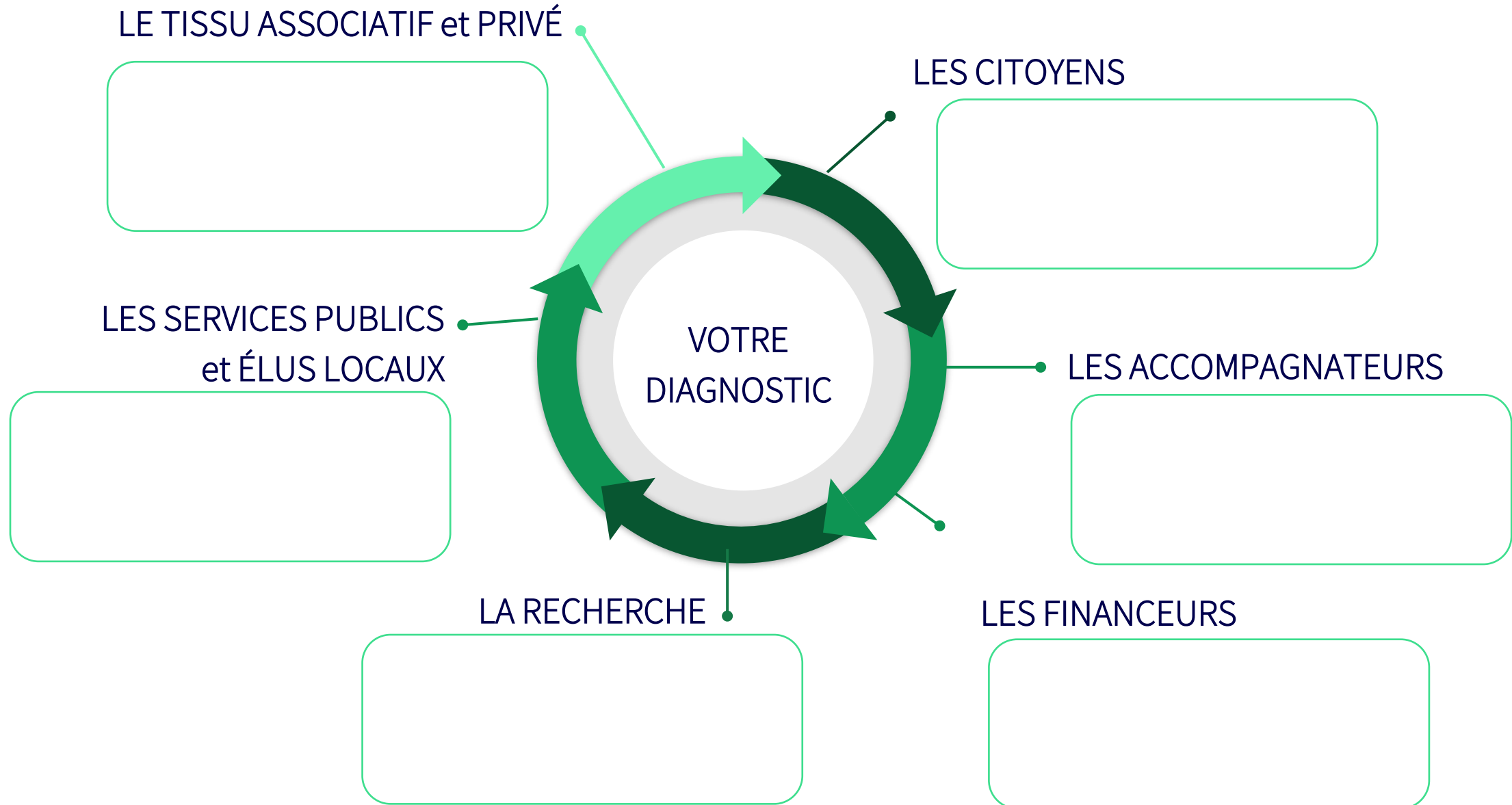
# Identifiez votre principal enjeu à adresser !

J'ai besoin de (*type de partenaires*):

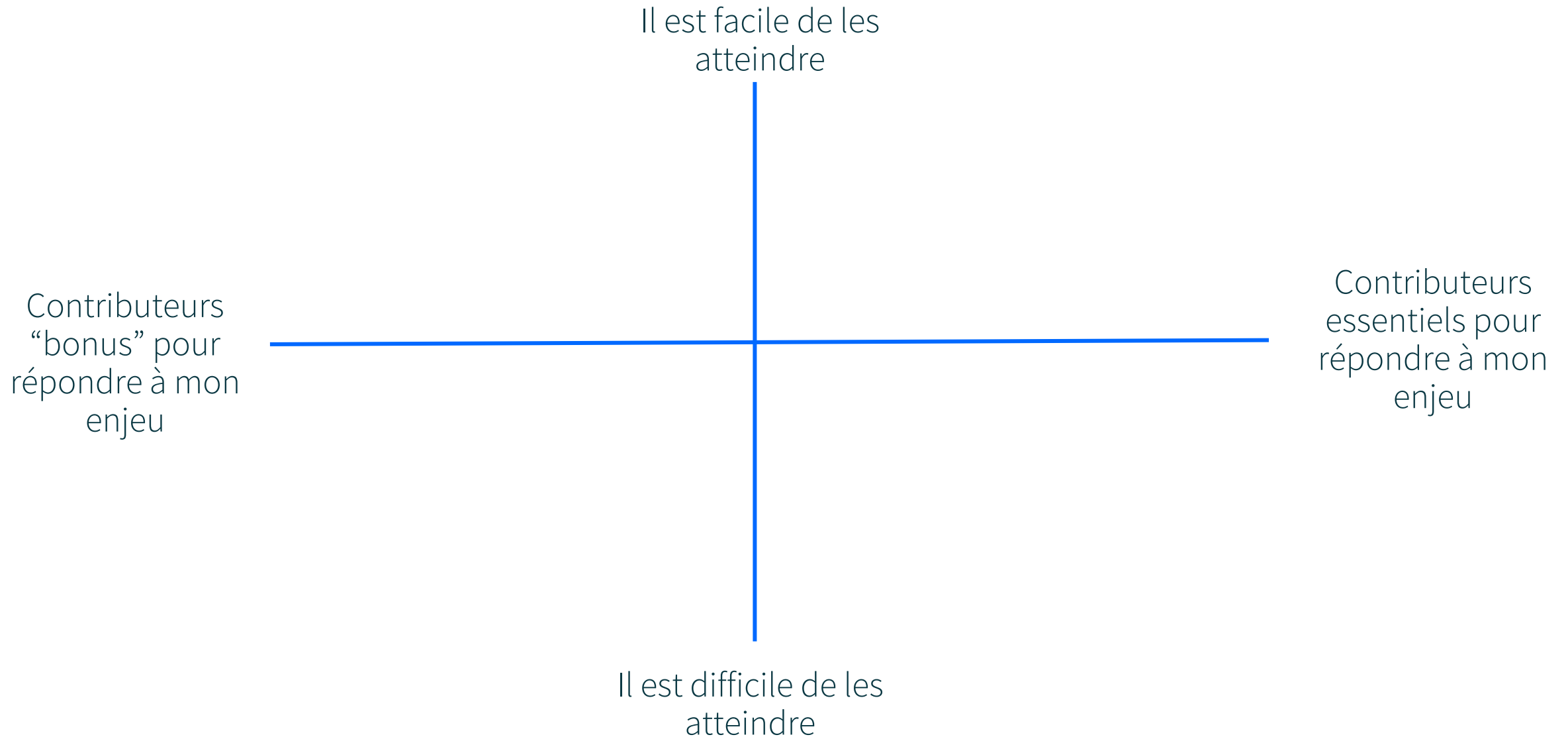
Pour répondre à (*objectif*):

Mais je rencontre une difficulté pour (*trouver des partenaires, rendre mon projet visible auprès d'eux...*):

# Les acteurs qui peuvent vous aider pour répondre à votre enjeu



# La cartographie liée à votre enjeu



# Comprendre ses parties prenante

Choisissez 1 à 3 acteurs prioritaires et essayez de comprendre leur fonctionnement

Nom  
partie  
prenante

Quel sera l'impact  
de mon projet sur  
cette partie ?

Quel intérêt cette  
partie prenante  
a-t-elle dans  
mon projet ?

Que peut-elle  
apporter pour le  
soutenir ?

Qu'est-ce qui  
peut la motiver ?

Quel argument  
pourrait la  
convaincre de  
contribuer ?

Nom partie prenante	Quel sera l'impact de mon projet sur cette partie ?	Quel intérêt cette partie prenante a-t-elle dans mon projet ?	Que peut-elle apporter pour le soutenir ?	Qu'est-ce qui peut la motiver ?	Quel argument pourrait la convaincre de contribuer ?