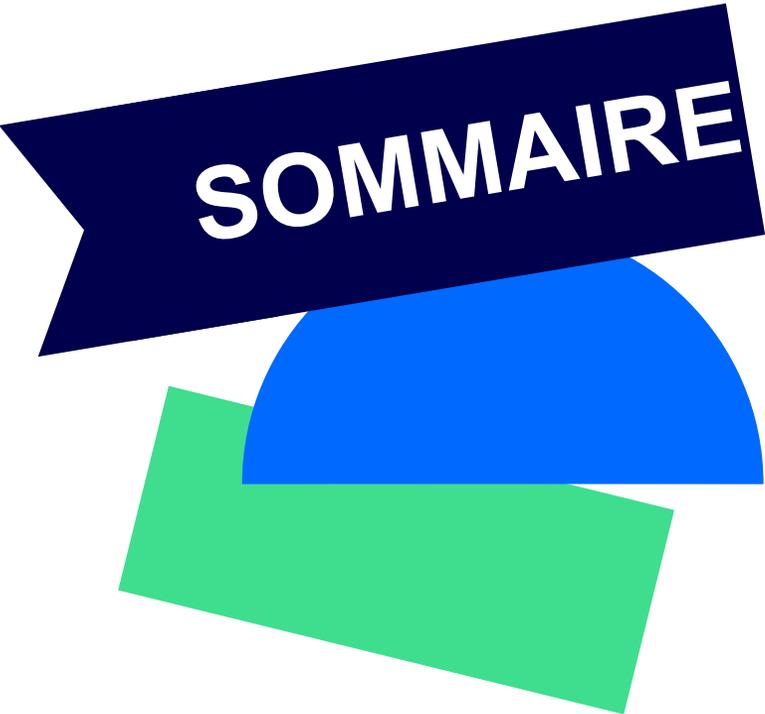


Alliances et développement partenarial

Session 2 : Découvrir son
écosystème pour développer des
alliances stratégiques

Mardi 9 janvier
14h00-16h00



SOMMAIRE

Présentation & Objectifs

Module 1 - Pourquoi s'intéresser à son écosystème

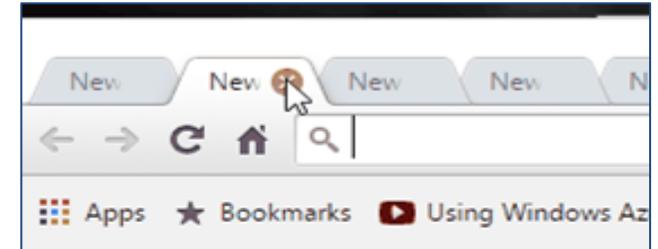
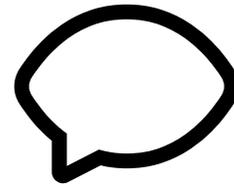
Module 2 - Cartographier son écosystème, notamment en lien avec les acteurs sportifs

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

Conclusion

Les règles du jeu

De la session d'aujourd'hui



Micro éteint et caméra allumée

pour ne pas communiquer avec des écrans noirs

Le tchat

Servez-vous en à fond ! Cela dynamisera les échanges.

Concentration et respect

Fermons nos onglets et accordons-nous ce temps ensemble

Compétences visées par la formation

Tout au long des 3 modules

A l'issue de la formation, vous saurez

Comprendre les différents types d'alliances et de partenariats existants

Définir ses priorités de coopération

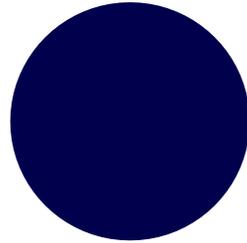
Analyser son écosystème pour identifier des partenaires pertinents

Savoir présenter son projet pour convaincre et trouver des partenaires

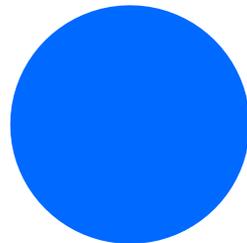
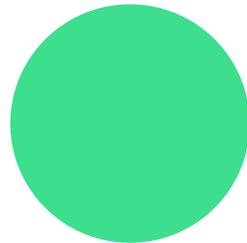
Objectifs pédagogiques

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 intervenantes



Clémence Picard

Chargée de programmes de coopération



Alix Brodin

Chargée de projet de transition sociale et environnementale des entreprises

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.

Citoyens

Entrepreneurs

Organisations

Collectivités

1

POURQUOI S'INTÉRESSER À SON ÉCOSYSTÈME ?



1

**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 ?

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...)



Thomas Barvičy/Getty Images

2

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 ?**

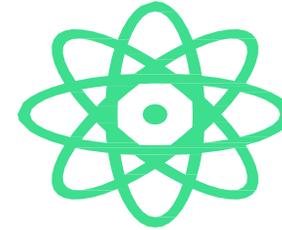
La notion d'écosystème

Définition



Dans la nature

Systeme formé d'un ensemble d'être vivant et d'un environnement spécifique. Ces vivants interagissent entre eux et avec l'environnement dans lequel ils sont



Dans la société : le même principe !

Systeme 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

Des échelles interconnectées

Local



Skatepark & transmission des cultures urbaines

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

Écosystème régional :
Decathlon

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 ?

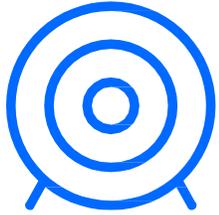
Comment se déclinent-ils selon les territoires ?



A vous la parole !

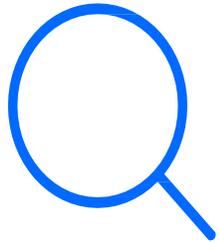
Mettez dans le chat un chiffre clé sur votre territoire, lié au public touché par votre organisation ou à ses activités clés

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** votre proposition 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 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

2 tons club^{BETA}

Activités “substituts”

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

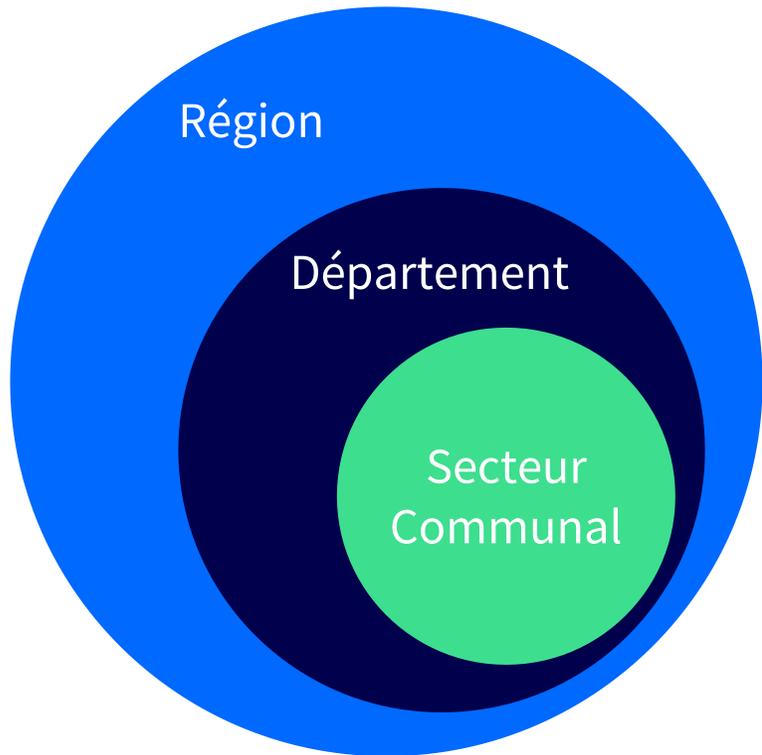
TOUS bénévoles !
Pour que vive la solidarité ●

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



- Aménagement
- Développement économique
- Transports
- Lycées

- Action et développement social
- Autonomie des personnes et précarité
- Collèges

- Services publics de proximité
- Mobilité douce
- Aménagement de l'espace et développement local
- Ecole primaire

CULTURE

SPORT

TOURISME

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

**SE CONNECTER : aux
acteurs de son
territoire**

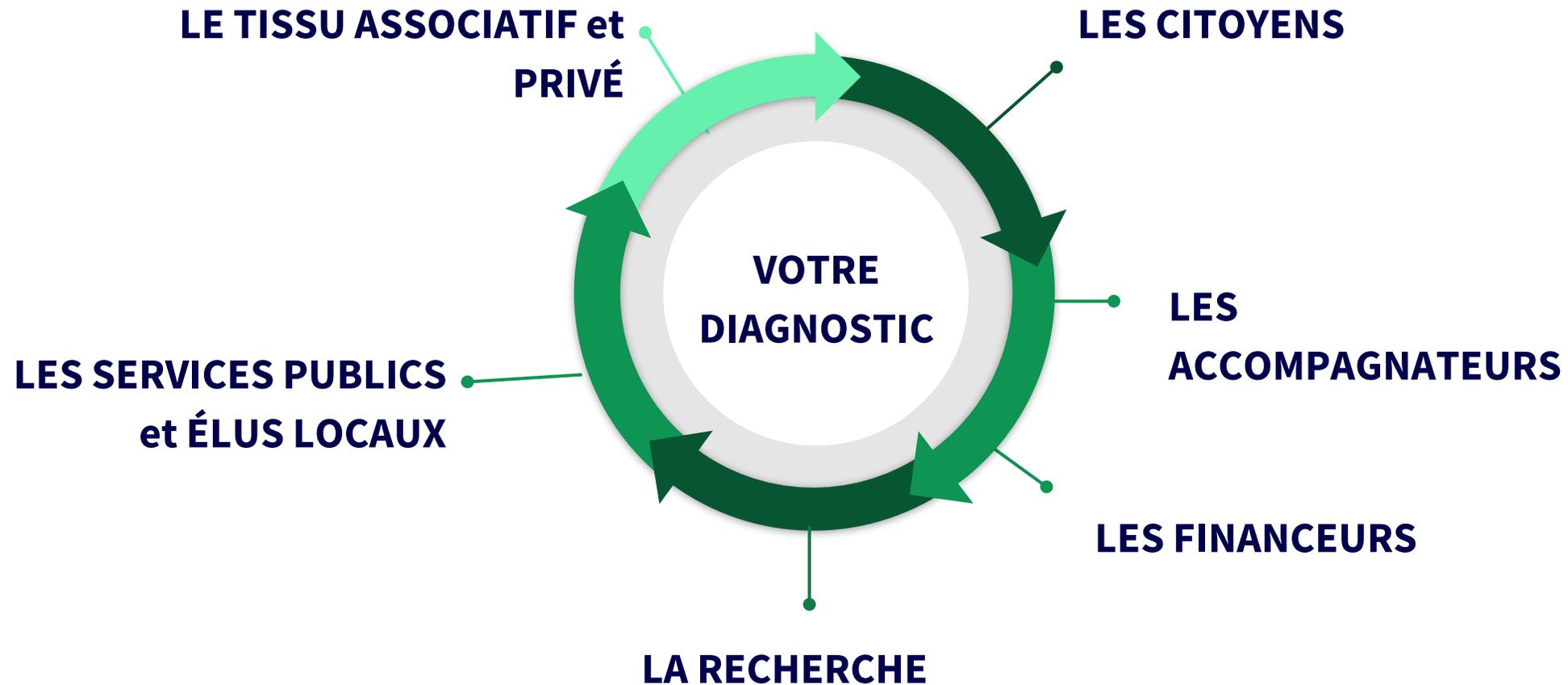
À vous la parole !

**Quels sont les acteurs avec lesquels
vous êtes déjà connectés ?
Répondez via le sondage !**

Une multitude
d'acteurs



Se connecter : Les acteurs à identifier



Positionner son projets et ses actions !

1

Identifier les acteurs avec lesquels
il serait intéressant de collaborer

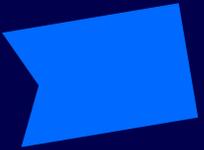
2

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

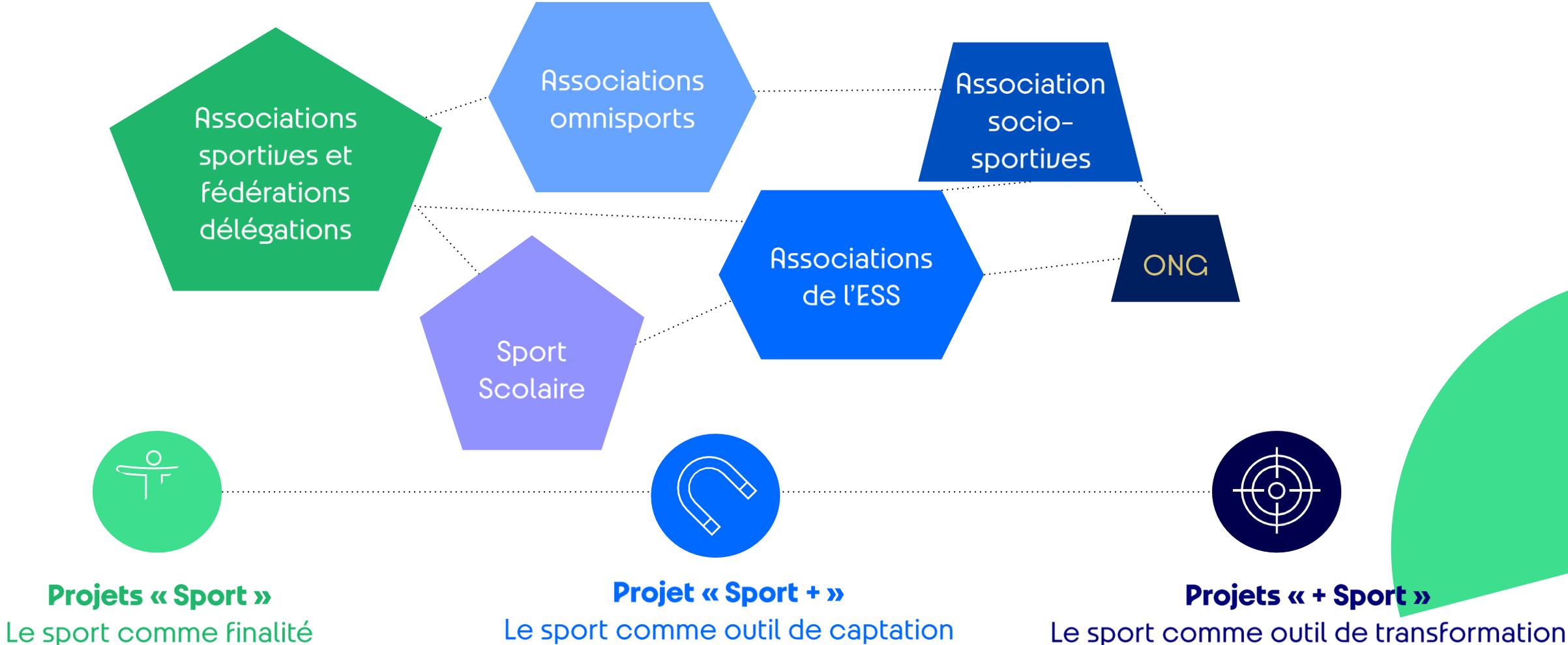




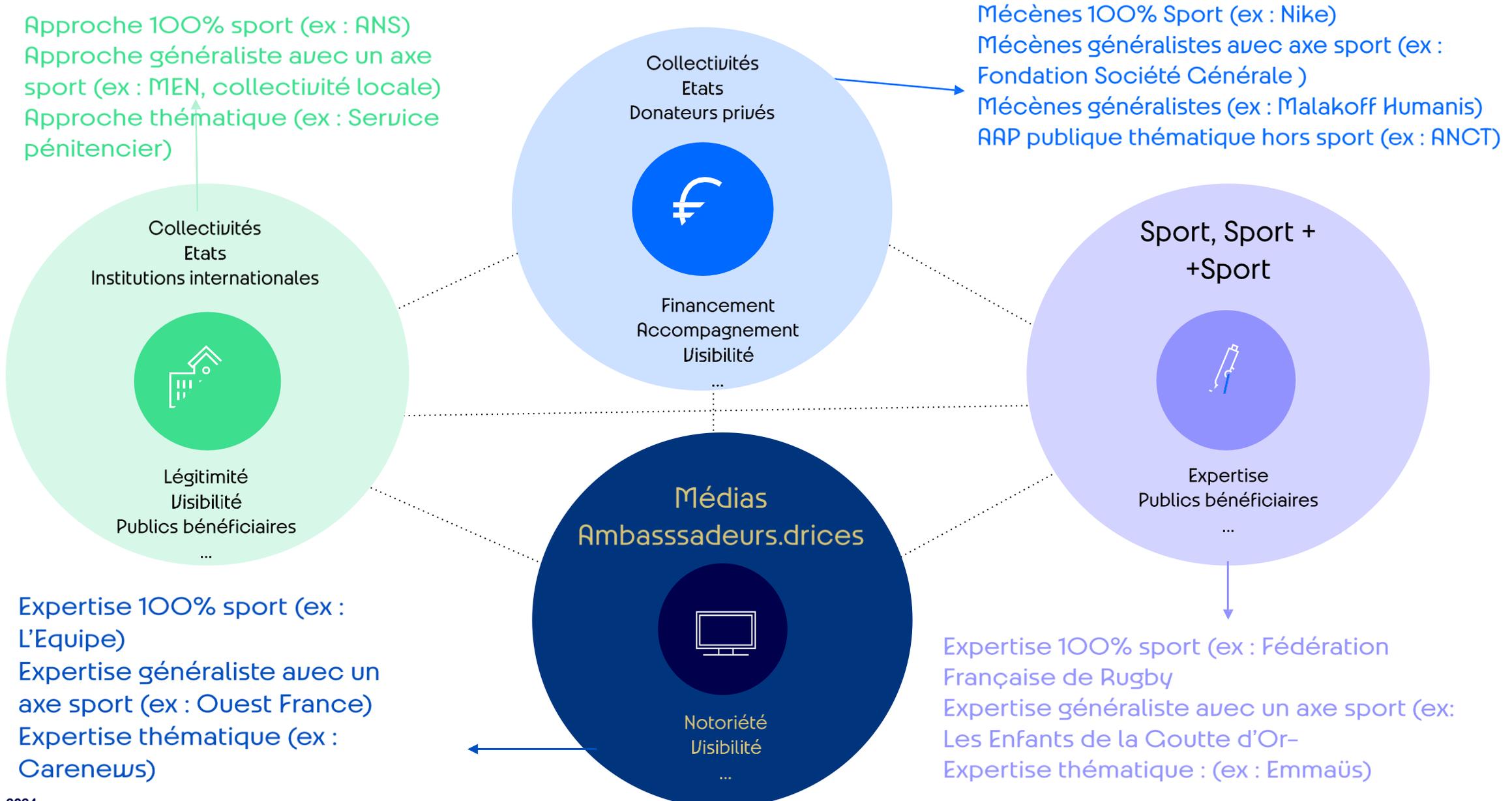
Zoom sur les acteurs du
secteur sportif



UNE TYPOLOGIE DU SPORT À IMPACT



LES PARTIES PRENANTES DU SPORT À IMPACT





Zoom sur 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

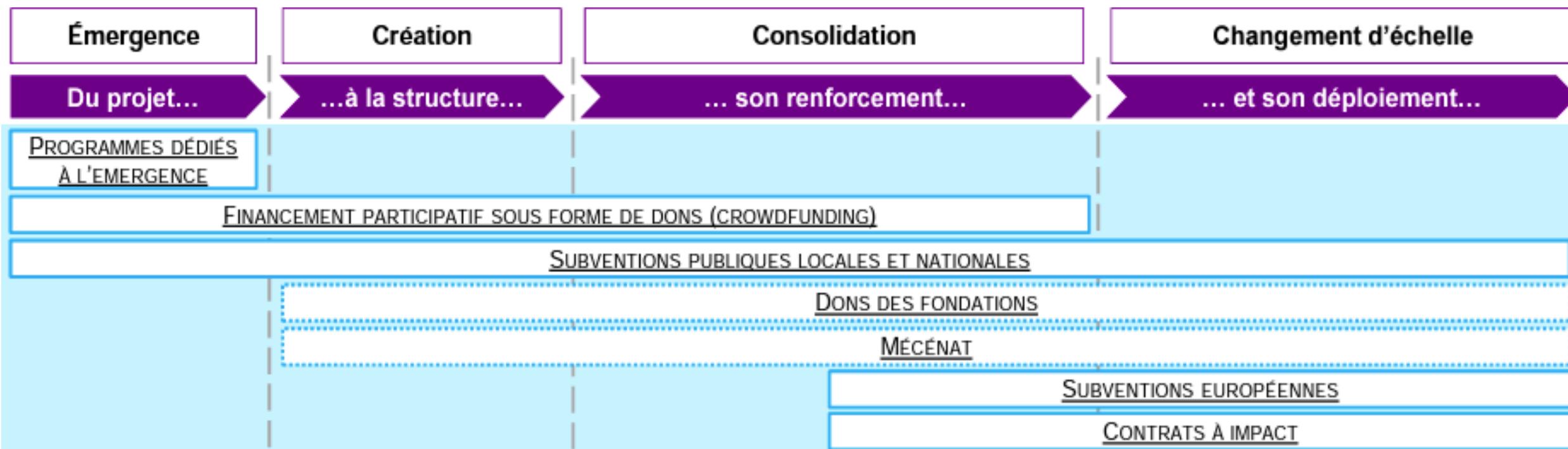
cress



BANQUE des
TERRITOIRES

an
ct

Zoom sur les dotations, subventions et dons



Source : Cartographie des financements dédiés à l'ESS, l'Avisé

Zoom sur les subventions, dotations et dons - exemples

A visioner via le [replay](#) de 2023
21:55 à 24:20



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 : 3 125€ sur Ulule pour financer une partie du programme L dans la ville en Hauts-de-France



Dons de
fondations

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

Financement : Financement de projets co-porté 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 500 personnes sur 3 ans avec un budget de 4,54 millions d'€ (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.
1. 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.)
1. Prenez le temps de regarder les conditions de délivrance des fonds (délai et répartition pour anticiper votre trésorerie)
1. Ne sous-estimez pas le temps que cela représente sur le long terme. Il faut qu'un réel temps soit dédié dans les missions d'une ou plusieurs personnes de votre structure (selon sa taille).

Quelques exemples d'espaces où trouver des AAP

1. [Aides-Territoires.Beta](#)
2. [Appels à Projets](#)
3. [Association.gouv](#)
4. [Banque des territoires AAP](#)
5. [Fondation de France AAP](#)

2

CARTOGRAPHIER SON
ECOSYSTEME, NOTAMMENT EN
LIEN AVEC LES ACTEURS
SPORTIFS



**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 ?

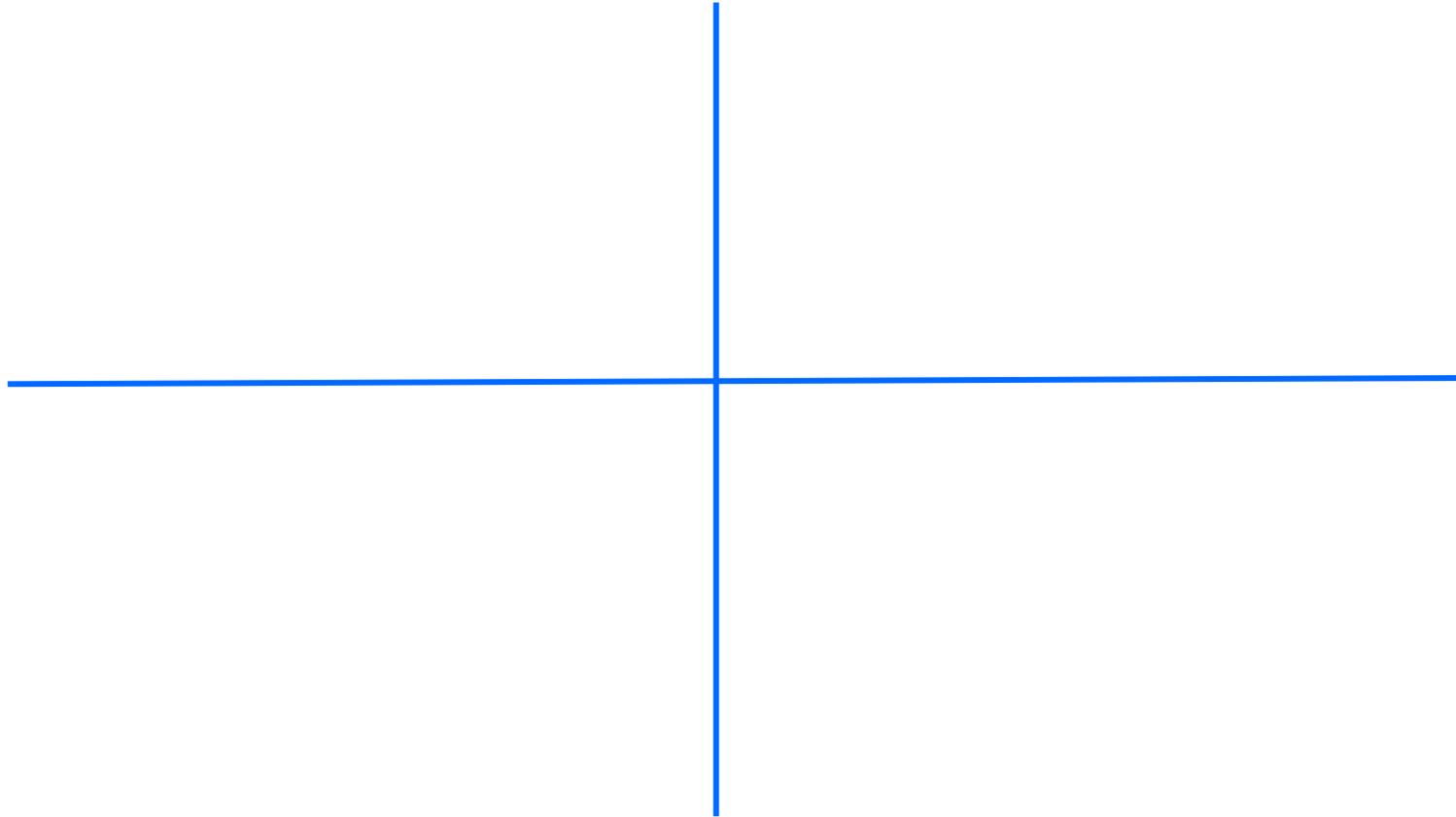
Proposition d'axes de réflexion

Il est facile de les
atteindre

Contributeurs
"bonus" pour
répondre à
mon enjeu

Contributeurs
essentiels pour
répondre à
mon enjeu

Il est difficile de les
atteindre



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



Google Maps



SINGA

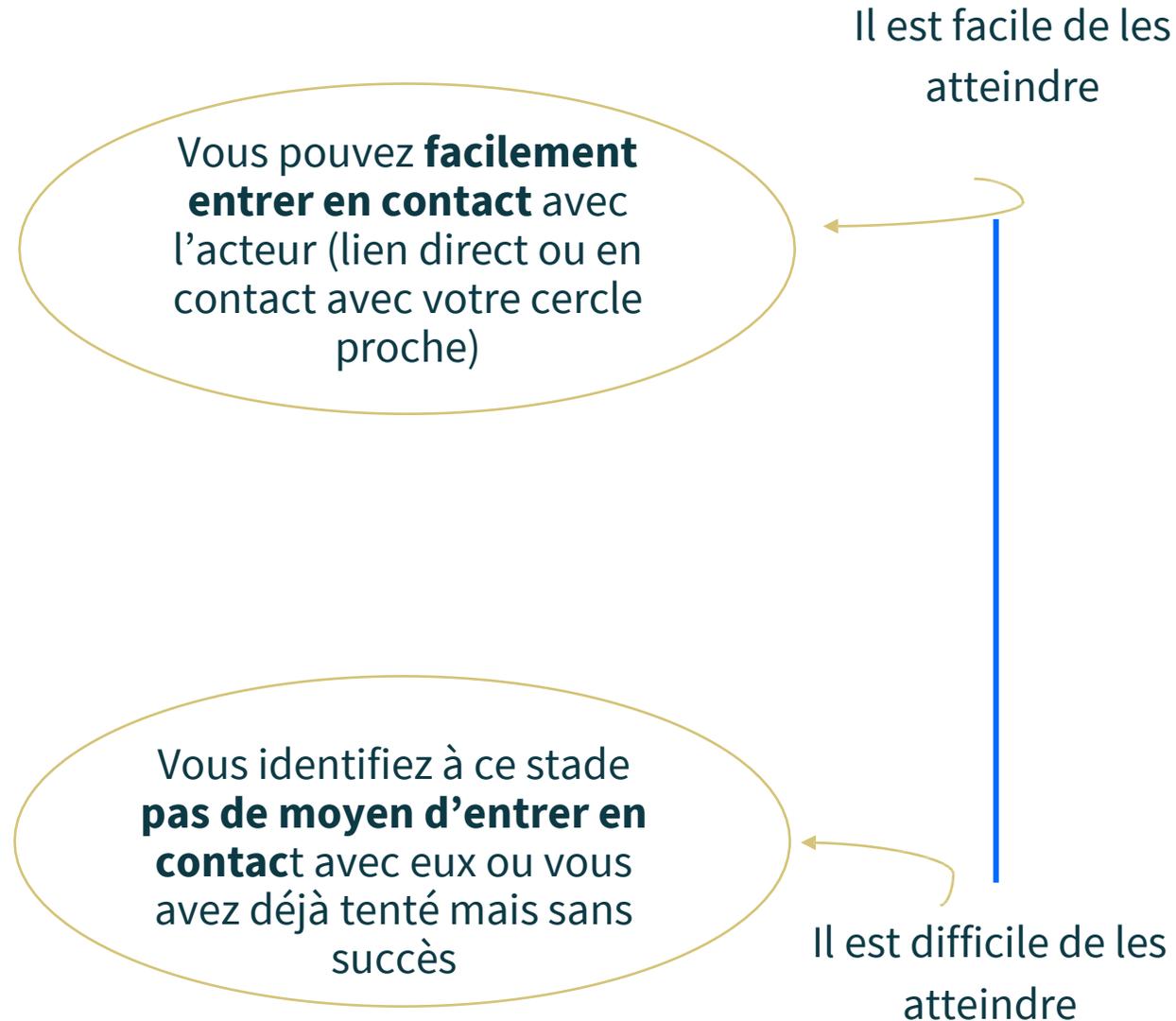
Associations locales avec nombre fort de



Google Maps



Propositions d'axes de réflexion



SINGA **make_sense**



Associations
locales avec
nombre faible
de



Google Maps

Associations
locales avec
nombre fort
de



Google Maps

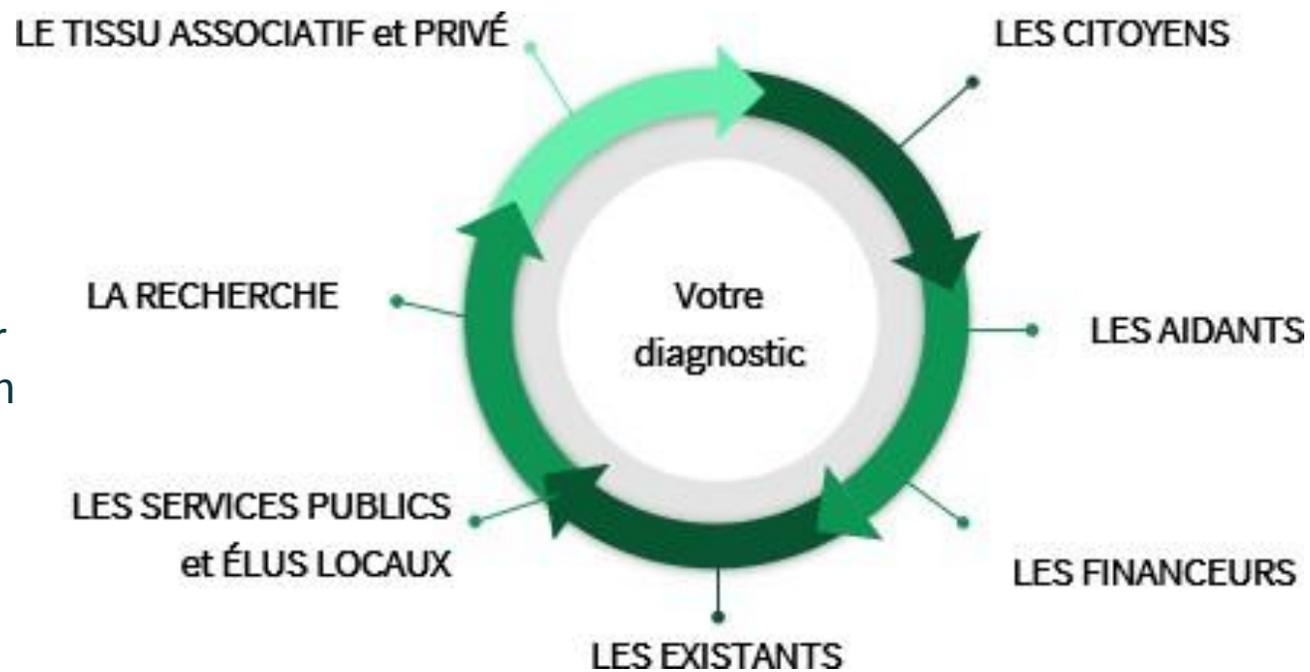
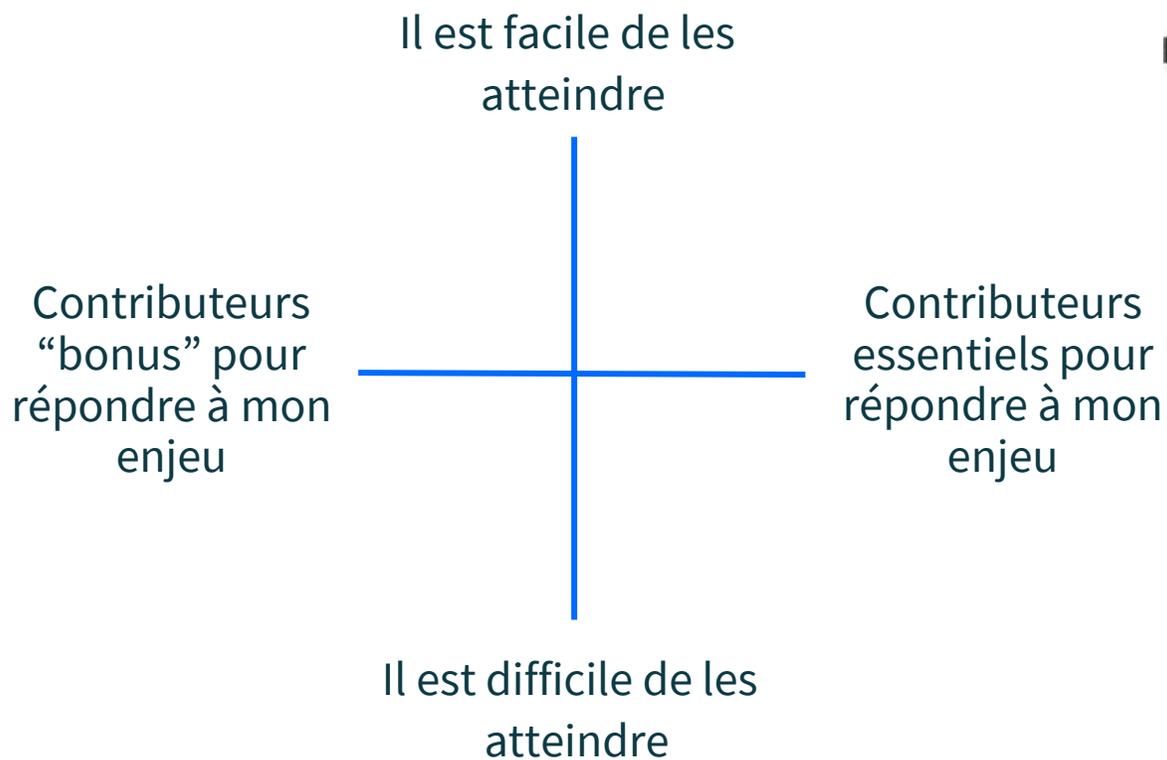
La cartographie de NOUR

Enjeu : Trouver davantage de bénéficiaires qui pourraient participer aux cours



Temps individuel de réflexion

- 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 !



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.rice 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

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.

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

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 événements

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

Technique numéro 3 - Organiser des événements 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.

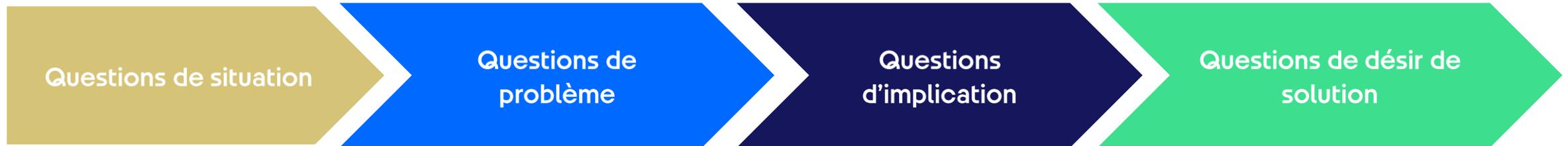
Assurer un premier rendez-vous !

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

- 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.



CONVAINCRE UN ACTEUR DE DEVENIR PARTENAIRE

Le pitch, un outil
fondamental



Un pitch, c'est quoi exactement ?

- Une **présentation orale / écrite de votre projet** qui permet de faire passer un message à une audience précise
- Un **exercice de synthèse**, clarification et vulgarisation de votre projet, qui permet à d'autres d'en parler par la suite
- Un **outil fondamental** pour **présenter** votre projet et **convaincre** votre interlocuteur (*grand public, investisseurs, jury lors de concours, rendez-vous partenariaux ou commerciaux, etc.*) qui peut être décliné et adapté.
- L'opportunité de **partager votre "passion"** pour votre métier et de montrer le potentiel de votre projet

C'est important, parce que dans la vie de votre projet, vous aurez besoin...

- d'en parler pour lui donner de la visibilité et le faire grandir
- de convaincre vos parties prenantes (*bénéficiaires, partenaires, financeurs*)
- de mettre en avant l'impact social de vos activités

Zoom sur l'impact social

L'impact, c'est ce que les gens vont retenir : c'est le résultat final, la situation idéale que vous cherchez à atteindre. C'est ce qu'on appelle la mission ou la raison d'être. C'est ce qui permet d'embarquer avec vous.

En tant que lauréat de Impact et Héritage 2024, vous avez un pied dans le monde du sport et un pied dans le monde de l'Économie Sociale et Solidaire (ESS), il est donc important de mettre en avant votre impact pour trouver votre place dans l'ESS et de convaincre les acteurs intéressants pour votre projet.

Consignes de la mise en pratique individuelle

Individuellement, choisissez un acteur, et listez rapidement les adaptations nécessaires de votre pitch pour cet acteur (ton à adopter, données à mettre en avant...)

Puis, préparez vos sous parties suivantes :

- **L'accroche (une problématique, un chiffre clé, un storytelling pour embarquer votre interlocuteur ...)**
- **Un résumé de votre projet/ solution en une phrase (pour que le binôme comprenne)**
- **Une conclusion ou un appel à l'action**

Il n'est pas nécessaire de rédiger mot pour mot ce que vous souhaitez dire ! Commencez dans un premier temps par cibler le contenu, vous pourrez revenir sur la forme par la suite.

Suite de la mise en pratique en sous-groupes

Par groupe de 3 personnes :

- En groupe de 3 : Désignez une personne qui partagera son “mini-pitch” préparé en individuel, un “supporter” et un “challenger”
- Présentez chacun votre tour votre partie prenante puis ce “mini-pitch” en **3 minutes maximum**
- Dans les **3 minutes** qui suivent, le supporter souligne les qualités de ce mini-pitch, et le challenger propose des axes d’amélioration (besoin de clarification, adaptation du discours à l’acteur identifié, besoin d’illustrations...)

A vous la parole !

**Qu'est-ce que vous avez trouvé
difficile ?**

Des réactions ? Des questions ?

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

6 heures de formation en distanciel

| | | | |
|--|--|---|--|
|    | <h2>21</h2> <p>NOVEMBRE</p> <p>14H00-16H00</p> <p>Les fondamentaux des alliances & partenariats</p> <ul style="list-style-type: none">• Comprendre les différentes typologies de partenariats et savoir se situer• S'inspirer de modèles qui fonctionnent• Identifier ses propres besoins et objectifs de partenariat• Découvrir un outil de cadrage | <h2>9</h2> <p>JANVIER</p> <p>14H00-16H00</p> <p>Découvrir son écosystème pour développer des alliances stratégiques</p> <ul style="list-style-type: none">• Comprendre l'écosystème du sport en France• Découvrir les outils pour cartographier son écosystème• Réfléchir à son écosystème et prioriser les prochaines actions | <h2>20</h2> <p>FÉVRIER</p> <p>14H00-16H00</p> <p>Découvrir et s'appropriier les outils clés pour communiquer avec ses partenaires et animer un consortium</p> <ul style="list-style-type: none">• Comprendre les enjeux d'interculturalités : savoir se mettre en empathie et comprendre les enjeux de chacun• Découvrir des outils utiles au quotidien : introduction à la Communication Non Violente et à la culture du Feedback• S'approprier des outils d'intelligence collective |
|--|--|---|--|

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'Avise
- [Tableau de répartition des compétences territoriales](#), Gouv.fr



**UN GRAND
MERCI**

CONTACT

Clémence PICARD

makesense

clemence.picard@makesense.org

Alix Brodin

makesense

alix.brodin@makesense.org

A VOUS !

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

DÉCOUVRIR SON ÉCOSYSTÈME POUR DÉVELOPPER DES ALLIANCES STRATÉGIQUES

Canevas à remplir

**Jeudi 23 février
14h00-16h00**

Niveau de confidentialité

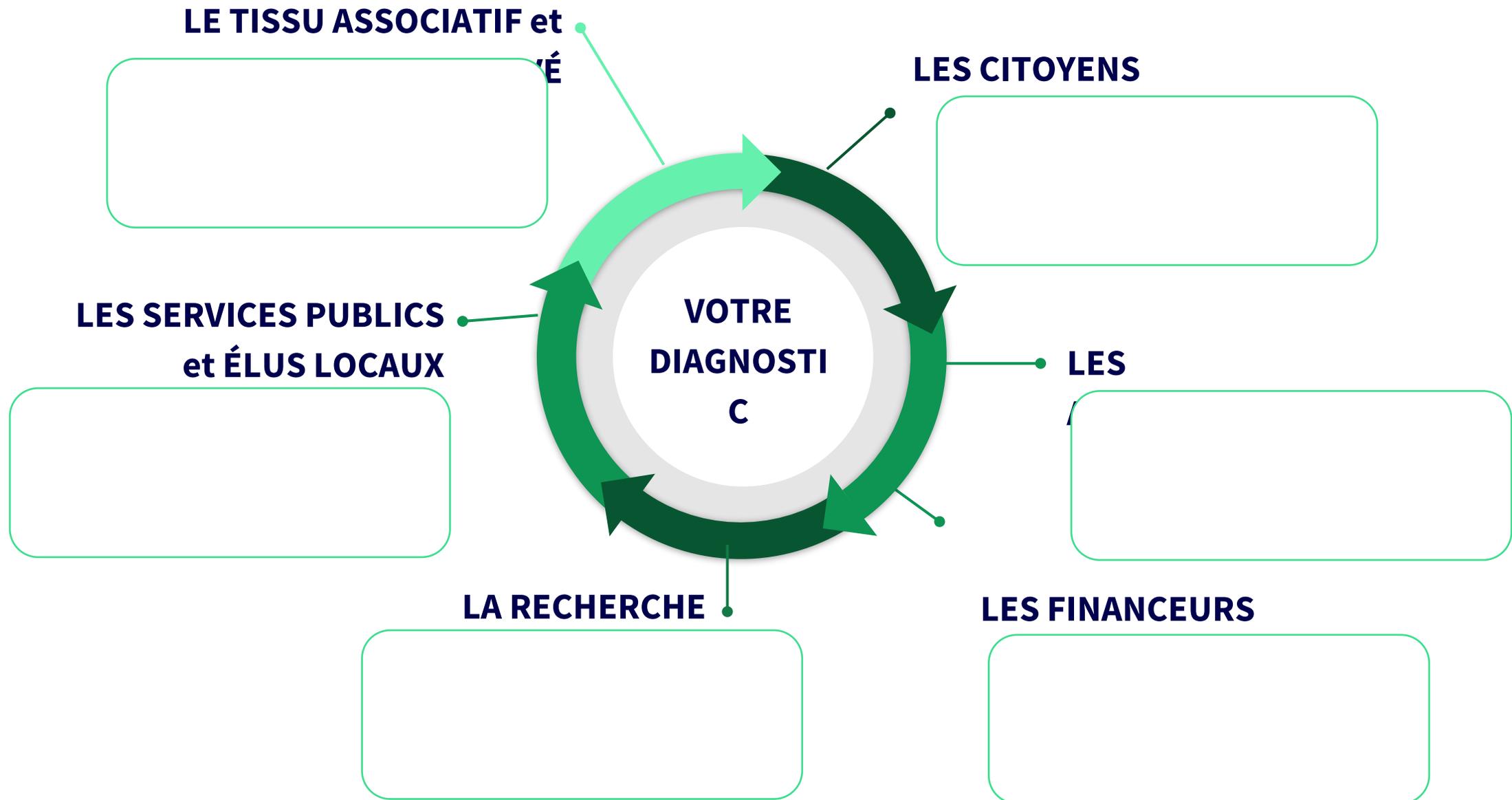
Identifiez votre principal enjeu à adresser !

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

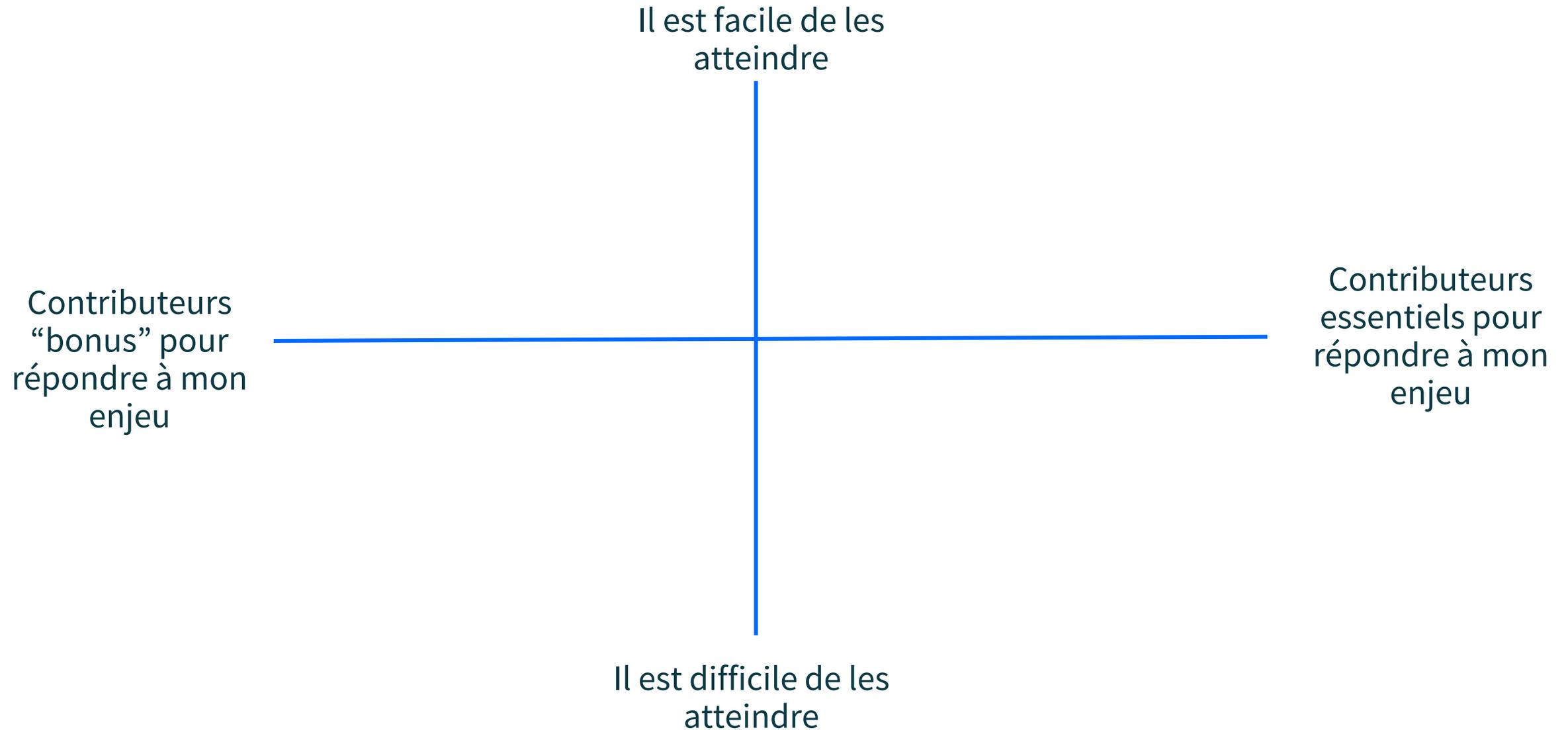
Pour répondre à (*objectif*) :

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 ? |
|---------------------|---|---|---|---------------------------------|--|
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |