

N°4 - RESPONSABLE MÉCÉNAT/ PARTENARIATS ENTREPRISES

RESPONSABLE MÉCÉNAT (DÉNOMINATION D'AVANTAGE UTILISÉE
DANS LA CULTURE),
RESPONSABLE PARTENARIATS ENTREPRISES

Le responsable Mécénat/partenariats entreprises renforce le développement des ressources de son organisation en élaborant et mettant en œuvre des partenariats stratégiques de mécénat ou de parrainage avec des entreprises partenaires.



Cadre confirmé : entre 35 et 65 K€.

Les fourchettes de rémunération sont données à titre indicatif.

Le niveau pratiqué dépend du nombre d'années d'expérience, du niveau de responsabilité occupé, de la taille de l'organisme sans but lucratif. Elle dépend également sensiblement du domaine de l'organisation (culture, enseignement supérieur, caritatif, environnement, santé), et de la politique salariale de chaque OSBL.

Qui recrute ?

■ Organisme sans but lucratif (OSBL) : toute structure d'intérêt général susceptible de recevoir des dons des particuliers ou d'entreprises (organismes de solidarité, établissements d'enseignement supérieur et de recherche, établissements culturels). Ces postes sont également en développement dans le secteur hospitalier et dans les collectivités territoriales du fait de la réduction des financements publics.

Rattachement hiérarchique

- Directeur du développement (des ressources)
- Directeur de la recherche de fonds et de la communication
- Secrétaire Général
- Directeur des relations entreprises

Relations fonctionnelles

Interne :

- Direction de la communication (Directeur de la communication, chargé de communication...)
- Direction du marketing (Directeur du marketing, chargé de marketing, chargé d'études statistiques, chargé de la base de données...)
- Services supports : ressources humaines, services administratifs et financiers, contrôle de gestion...
- Direction des programmes : porteurs de projets, responsables de programmes, experts, enseignants-chercheurs...

Externe :

- Entreprises mécènes ou entreprises prospectées (Direction générale, Responsable RSE, Direction de la Communication, Direction marketing, Directeurs de centre de profit (*Business Unit*), Direction du développement durable, Direction des partenariats entreprises, Fondations d'entreprises, Direction des Ressources Humaines...)
- Agences de communication prestataires

■ LE POSTE

Activités principales

Définition de la stratégie de collecte de fonds auprès d'une cible d'entreprises

- En collaboration avec le Directeur du développement (de ressources), définir une stratégie auprès de la cible entreprises en cohérence avec la stratégie globale de développement des ressources en adéquation avec la vision et les projets mis en œuvre par l'OSBL.
- Jouer un rôle dans la création de l'offre à destination des entreprises, et ainsi être impliqué dans le montage des projets.
- Créer l'argumentaire en cohérence avec la stratégie de l'entreprise, définir les contreparties pour l'entreprise mécène ou partenaire, les avantages en termes de visibilité et d'image et en termes fiscaux.
- Définir les moyens à mettre en œuvre pour faciliter l'approche et cultiver la relation avec les entreprises partenaires ou potentiellement partenaires.

Définition de la cible de l'entreprise

- Définir les secteurs d'activité et/ou les types d'entreprises pertinentes à prospecter.
- Rechercher et centraliser l'ensemble des informations sur le marché et les entreprises à prospecter.
- Identifier l'interlocuteur dans l'entreprise (la fonction de l'interlocuteur pourra varier selon l'organigramme de l'entreprise).
- Recueillir l'ensemble des ressources documentaires utiles à l'identification et à la qualification de l'interlocuteur au sein de l'entreprise : ouvrages, web, articles...

Préparer, réaliser les rendez-vous et les analyser :

- Étudier l'ensemble des informations recueillies et valider leur contenu (fiabilité de l'information, recoupement entre les différentes sources d'informations...).
- Elaborer une trame de l'entretien pour cerner les points clés qui doivent être abordés, préparer l'argumentation sur les avantages pour l'entreprise (en termes de visibilité et d'attractivité, de cohésion interne, de responsabilité sociale...).
- Présenter et convaincre oralement sur la force de l'OSBL, sa structure, son rôle et les causes défendues.
- Analyser et synthétiser les informations résultant de l'entretien pour proposer des axes de partenariat lors d'autres entretiens éventuels.

Accompagner et suivre la relation avec l'entreprise/le mécène

- Discuter et cadrer les éléments du contrat de partenariat (négociation des termes du partenariat, du projet, des montants, du reporting).
- Gérer ou coordonner la partie administrative et juridique (cadre juridique et administratif du contrat) en lien avec la comptabilité.
- Contrôler et suivre le respect des engagements réciproques (avancement de projet, reporting, communication...), contrôler le traitement des dons.
- Répondre à toute demande technique concernant les actions de l'organisation.
- Assurer un suivi régulier des besoins exprimés par les entreprises en entretenant des relations directes avec chacune d'elles.
- Fidéliser l'entreprise en élaborant un plan d'actions et un programme de reconnaissance structurant la relation sur le long terme afin de fidéliser les partenaires.

Activités éventuelles

Le responsable partenariats entreprise/mécénat est parfois en charge des actions de communication à destination des entreprises. Il peut être amené à ce titre à gérer le magazine d'informations de l'OSBL qui leur est destiné et à en animer le comité de rédaction, mais aussi à développer des brochures et dépliants d'information, le suivi et l'animation des contenus des pages web dédiés à la cible.

Selon la taille de l'organisation et/ou du service de développement des ressources, l'activité du responsable partenariats entreprises est plus ou moins diversifiée. Dans une petite structure, le titulaire du poste devra prospecter, identifier et suivre lui-même la relation avec les entreprises, alors que dans un organisme davantage structuré, il sera accompagné d'un ou plusieurs chargés de recherche/*prospect researcher* qui mèneront avec lui l'étape de définition de la cible entreprise.

■ LE PROFIL

Diplômes requis

- Niveau Bac +5

PARTENARIATS ENTREPRISES

- Le poste peut être ouvert à un niveau Bac +3 avec expérience, selon la taille de la structure et selon la structuration de l'équipe.

Les disciplines de formations sont variées et ouvertes. L'accès est notamment possible pour les diplômés de :

- Ecole de Management
- IEP/Sciences Po
- Formations de Sciences Humaines

Durée d'expérience

Les postes de chargé/assistant de mécénat ou des partenariats entreprises sont généralement ouverts aux jeunes diplômés.

Le poste de responsable des partenariats entreprise/mécénat requiert plusieurs années d'expérience professionnelle (5 ans est souvent requis mais certaines structures recrutent à 3 ans d'expérience).

Une expérience dans le secteur marchand et une bonne connaissance du monde de l'entreprise sont un plus.

Compétences techniques

- Très bonne connaissance de l'organisme sans but lucratif, de ses actions et de son rôle afin d'être une force de proposition permanente et pertinente.
- Très bonne connaissance du monde de l'entreprise, de ses enjeux économiques, stratégiques et de ressources humaines.
- Maîtrise des techniques de négociation afin de convaincre le mécène ou le *prospect* de la nécessité, de la pertinence et de l'impact positif de sa contribution.
- Esprit d'analyse afin de transformer le besoin recueilli en cahier des charges pertinent, afin de faire émerger des propositions en cohérence avec le projet de l'entreprise.
- Maîtrise des techniques de conduite de l'entretien face à face avec un public de professionnels, devant lequel il convient de dégager une aisance relationnelle et un professionnalisme certain.
- Connaissance de l'anglais, tout particulièrement lorsque l'organisation prospecte des donateurs à l'international ou des grands groupes internationaux.
- Avoir une connaissance de la base de données pour identifier et qualifier le mécène est un plus.

Traits de personnalité

- Conviction et investissement personnel dans la cause de l'organisme sans but lucratif.
- Sens de la créativité pour proposer le projet fédérateur pertinent pour l'entreprise mécène et l'OSBL.
- Grandes capacités relationnelles et capacités à entretenir un réseau : connaissance personnelle du milieu des mécènes, des « ambassadeurs » les plus pertinents.
- Qualités d'écoute et empathie afin de prendre connaissance des attentes de l'entreprise, de son positionnement, de sa stratégie, et de bien comprendre son besoin.
- Force de persuasion pour valoriser la cause de l'organisation, montrer en quoi donner à l'organisation apportera pleine satisfaction, se démarquer des autres OSBL.
- Réactivité et disponibilité afin de répondre au mieux aux demandes des mécènes tout au long de la relation.
- Ténacité et persévérance, car l'obtention de dons peut s'inscrire dans des cycles très longs.
- Rigueur dans le suivi des dossiers pour apporter des réponses pertinentes dans les délais aux demandes des donateurs ou donateurs potentiels.

■ LA MOBILITÉ ASCENDANTE OU TRANSVERSALE

Postes précédents

- Responsable Grands Donateurs
- Chargé(e)/assistante de partenariat entreprise
- Chargé(e)/assistante de mécénat
- Chargé(e)/assistante de recherche
- Chargé(e)/assistante de communication

Évolutions professionnelles

- Directeur du développement (des ressources)
- Responsable/directeur Grands Donateurs
- Responsable grands comptes dans le secteur marchand (Banque...)
- Directeur de projet dans une fondation d'entreprise
- Délégué général de Fondation familiale ou de Fondation d'entreprise

Exemple d'offre

■ Responsable des Partenariats entreprises Statut cadre 35 K€ environ selon expérience

Rattaché(e) au chantier Ressources Financières, vous serez chargé(e) d'animer et de développer les partenariats avec les grands groupes, de coordonner les actions nationales déclinées en régions avec le réseau des associations, tout comme les aider à développer leurs propres démarches de mécénat.

Missions prioritaires :

- Animer le réseau des grands partenaires de la Fédération et assurer leur fidélisation (suivi et proposition d'actions, développement du mécénat de compétences, transmission de l'information, reporting, actions de relations publiques...)
- Coordonner les actions mises en place par les associations locales dans le cadre des partenariats nationaux et être garant de leur bon fonctionnement.
- Être force de proposition vis à vis des partenaires, des prospects et du Mouvement pour imaginer et créer des synergies.
- Assurer le développement de nouveaux partenariats.
- Être proactif auprès des associations locales, en particulier en Ile de France, pour accompagner le développement de leurs démarches de mécénat.
- Participer à la réalisation des outils de communication vis à vis des partenaires et des prospects.

Bac +4 ou 5, formation universitaire ou école de commerce, avec au minimum 3 ans d'expérience.

Dynamisme, force de proposition, capacité à mobiliser un réseau interne, aisance relationnelle, diplomatie, sens de la négociation, rigueur. Connaissance du monde de l'entreprise. Intérêt pour la mission.

Source : AFF

Exemple d'offre

■ RESPONSABLE MECENAT (H/F) 38 K€ à 50 K€

L'école lance-t-elle une campagne de levée de fonds auprès des entreprises et de grands mécènes. Dans ce cadre, l'Institut recherche Un Responsable Mécénat (H/F). Rattaché(e) au Directeur du Développement, vous serez chargé(e) du lancement et de la planification de la campagne (Finalisation de l'argumentaire, Conception des Plans stratégiques (Plan de sollicitation, Plan de communication tous supports, Plan de reconnaissance), suivi des aspects juridiques et fiscaux... Vous assurez la sollicitation, la gestion et la communication (préparation des dossiers et rendez-vous, suivi des donateurs, communication interne, externe...). Vous êtes garant de l'encaissement des dons et de la reconnaissance (Mise en œuvre du plan de reconnaissance, Mise en œuvre du programme de fidélisation, Evènements de fin de campagne, Communication interne et media...). Vous surveillez la cohérence de ces actions au regard des autres sollicitations (campagne ISF, Taxe d'apprentissage...) La mission est accompagnée par un cabinet spécialisé en *fundraising*. Déplacements à prévoir.

Formation supérieure Bac +5 : ingénieur, école supérieure de commerce, IEP..., complétée par une formation en mécénat, vous justifiez d'une première expérience en *fundraising* de 3 ans au minimum. Vous justifiez d'une campagne de levée de fonds aboutie et réussie. La connaissance métier est primordiale. Maîtrise de l'anglais écrite et orale indispensable L'expérience des montages de partenariats de mécénat, et une pratique de la gestion de projets (gestion rigoureuse), une bonne connaissance du monde de l'entreprise, la connaissance du secteur de l'enseignement supérieur ou du domaine pédagogique de l'école serait un plus. Autonomie, aisance relationnelle (monter et gérer un Comité de campagne), sens aigu de la responsabilité, des objectifs et des délais sont vos atouts. Excellente capacité rédactionnelle.

Source : APEC

■ TÉMOIGNAGES

■ Fabienne Pouyadou

Directrice des partenariats et de la communication – Care France

« J’ai découvert un univers qui correspondait mieux à mes valeurs et la collecte de fonds s’est imposée comme la voie logique vu mon parcours universitaire et mes compétences. »

Diplômée de l’ESG Paris, et après quelques années dans le secteur marchand, Fabienne Pouyadou a choisi le milieu associatif en 1994 pour intégrer un univers qui correspondait plus à ses valeurs, et la collecte de fonds s’est imposée comme le métier le plus naturel au regard de son profil commercial. Suivront quelques années en Angleterre, où le *fundraising* (la collecte de fonds) s’avère davantage structuré et ancré qu’en France. Cette expérience anglophone lui a permis de découvrir une nouvelle perspective sur le monde du non lucratif, à travers la problématique RSE (responsabilité sociale des entreprises) et mécénat vu de Londres. Revenue en France au début des années 2000, elle intègre Excel, l’une des principales agences de collecte de fonds, en tant que directrice de développement. Elle travaille depuis 2007 pour Care France, en tant que directrice des partenariats et de la communication.

Pour réussir ce parcours professionnel, Fabienne Pouyadou estime que son cursus d’école de commerce a été un atout. « Des formations types “école de commerce”, où on touche un peu à tout, permettent de s’adapter à des environnements divers et donnent les clés de l’autonomie ». De son point de vue, le métier de collecteur de fonds auprès des entreprises ne nécessite pas forcément de techniques spécifiques : la personnalité dimensionne la réussite. « Ce sont les qualités personnelles et relationnelles qui sont souvent déterminantes dans les relations avec les entreprises. Il faut comprendre les besoins et les enjeux des entreprises et trouver comment cela peut faire échos aux besoins de l’association. Il faut avoir du bon sens et avoir une approche pragmatique et une capacité à convaincre ».

Les compétences nécessaires s’orchestrent plus généralement autour de la relation avec les professionnels qui représentent une entreprise. Lors des entretiens avec les donateurs ou les *prospects*, le responsable partenariat entreprise doit faire preuve de réelles capacités d’écoute, d’empathie, voir de créativité. « La créativité, ça peut être un plus. Il faut proposer des idées aux entreprises pour définir le type de partenariats le mieux adapté entre la logique de l’entreprise et l’action de l’association ». Il faut savoir argumenter à l’oral comme à l’écrit, se montrer pertinent. Le travail se poursuit ensuite dans une gestion de suivi de dossier afin de fidéliser

l’entreprise mécène et s’exerce avec application et rigueur. « Quand on s’est engagé à fournir un reporting au mécène/partenaire, il faut savoir s’organiser pour que les choses soient prêtes dans les délais. On fait un reporting à chacune des entreprises sur les actions qu’on mène avec l’argent récolté. La fidélité des donateurs repose sur la qualité de ce suivi et la transparence sur les actions qu’on mène. C’est fondamental pour un responsable des partenariats ». Cet accompagnement nécessite de savoir animer le relationnel avec des donateurs, sans perdre de vue les objectifs de l’organisme comme de l’entreprise donatrice/partenaire. « C’est un métier proche de celui d’un commercial, ce n’est pas dévalorisant pour moi de le dire. On “vend” des programmes d’aides aux personnes en difficultés ».

Pour accéder au métier, Fabienne Pouyadou conseille d’élargir au maximum ses choix. « Il faut rester ouvert et pragmatique car il n’est pas nécessairement facile d’entrer. Mieux vaut être ouvert à tous types d’associations, de causes, voire de postes. Pour avoir des postes bien définis, il faut des structures d’une certaine taille, et ce n’est pas le cas de toutes les associations ». Une expérience en tant que bénévole est un bon moyen de voir si le milieu plaît, de comprendre les contraintes du secteur et de faire sa place. « Passer par du bénévolat est une bonne chose. Cela permet de faire la différence entre l’image qu’on en a et la réalité du terrain. Le bénévolat peut aider dans un CV, ça montre une curiosité et un niveau de connaissance sur le secteur ». Mais pour autant, Fabienne Pouyadou rappelle que, même si le secteur se structure, les postes à pourvoir sont peu fréquents. Si elle estime que la notoriété du *fundraising* (collecte de fonds) auprès du grand public peut encore s’améliorer, elle constate par ailleurs qu’il attire de plus en plus d’étudiants et de professionnels du secteur marchand. Et pour y rentrer, les contacts restent un sésame à privilégier : « Au delà du bénévolat qui permet de bonifier un CV, il faut se créer un réseau, rencontrer des associations via des événements par exemple, pour connaître les gens et les métiers. Au fil des années, j’ai vu arriver de plus en plus de gens avec des profils atypiques dans le secteur ».

■ Nathalie Coulon

Responsable des partenariats et de la communication – Orchestre de Paris

« Le plus difficile c’est d’arriver à obtenir un premier poste de chargé de mécénat. On est sur des métiers qui plaisent beaucoup aux jeunes diplômés. »

Diplômée de l’Ecole Supérieure de Commerce de Lille/Skema en 2003, Nathalie Coulon a intégré le secteur associatif dès

RESPONSABLE MÉCÉNAT/PARTENARIATS ENTREPRISES

la fin de son « Master 2 Développement culturel de la Ville ». Les stages suivis pendant son cursus scolaire, son profil commercial et son appétence pour les enjeux du non lucratif l'ont naturellement conduit à choisir cette voie. En 2004, elle intègre l'Orchestre de Caen en tant que responsable mécénat et partenariats avec la mission de collecter des fonds mais aussi de sensibiliser les chefs d'entreprises au mécénat. Cette mission nécessitait déjà des compétences dans l'animation de réseaux, dans l'organisation et la présentation des projets. Elle décide ensuite de poursuivre son expérience en tant que responsable mécénat au sein du musée du Louvre de 2006 à 2009. « *Je devais rechercher des mécènes aux niveaux national, régional et international. Il était donc nécessaire d'avoir une force de conviction, de savoir présenter et porter les projets* ». Depuis 2009, elle occupe le poste de Responsable du mécénat et des relations entreprises au sein de l'orchestre de Paris.

Selon Nathalie Coulon, un poste de chargé de mécénat (comme un stage) est très recherché aujourd'hui par les générations intégrant le marché du travail. « *Pour la dernière offre de stage, j'ai reçu près de 400 candidatures* ». De son point de vue, pour augmenter ses chances, mieux vaut avoir réalisé des stages dans son cursus d'études supérieures, avoir une vie militante développée et pouvoir démontrer une bonne connaissance du secteur associatif. « *Il faut être passionné par le projet de l'association, être capable de*

transmettre cette passion. C'est un trait de caractère qu'il faut avoir ». Dans la pratique, le métier est très exigeant car les dossiers sont nombreux et variés. L'implication nécessaire est conséquente. « *Souvent il m'arrive de terminer tard le soir pour assurer les événements proposés à nos mécènes. Il faut aussi être présent à l'extérieur en allant à des conférences organisées par les mécènes ou à des petits déjeuners. C'est un réseau qu'il faut entretenir* ».

En termes de profil, une précédente expérience professionnelle dans une activité commerciale présente un réel atout. « *Il y a une partie commerciale dans mon métier. Il faut savoir convaincre, avoir une force de conviction et le sens de l'argumentation et de la négociation. Il s'agit également de faire preuve d'une certaine capacité de souplesse, de s'adapter à une demande et tout faire pour y répondre rapidement* ». Pour autant, la base du métier repose plus fondamentalement sur le contact humain et l'aisance relationnelle. « *Avoir un bon relationnel, c'est très important, avec une certaine capacité d'adaptation : il faut savoir parler à des publics très diversifiés. Personnellement, j'ai choisi ce métier parce que j'aime le contact humain* ». Enfin, une bonne méthode de travail, un sens de l'organisation et de la rigueur sont également nécessaires pour suivre correctement la relation avec les mécènes et pour s'assurer que les engagements de l'association sont effectués dans les délais. Chaque relation avec un mécène doit être considérée comme unique.