

MÉCÉNAT & PARTENARIATS ENTREPRISES

POURQUOI ÇA NE MARCHE PAS (souvent)

Erreurs classiques

1. **Email générique** → Pas personnalisé, finit à la poubelle
2. **Pas de valeur claire** → "Soutenez la culture" ne suffit pas
3. **Pas de suivi** → 1 email et on abandonne
4. **Mauvaise cible** → Contacter des grands groupes au lieu du tissu local
5. **Timing** → Contacter trop tard (budget déjà alloué)
6. **Pas de preuve sociale** → Pas de chiffres, pas de crédibilité

Ce qui marche

1. **Cibler LOCAL** → PME, artisans, commerçants du coin
2. **Personnaliser** → Montrer qu'on connaît leur activité
3. **Offrir de la VALEUR** → Pas juste un logo, une vraie expérience
4. **Relancer** → 3-4 contacts minimum avant d'abandonner
5. **Téléphoner** → L'email seul ne suffit pas
6. **Montrer des preuves** → Chiffres, photos, témoignages

L'ASSOCIATION ORGANISATRICE

Association Crépicoordienne pour la Promotion de la Culture (ACPC)

- Association loi 1901, créée en 2023 à l'occasion de la 1ère édition Crépicoordienne
- **Bureau** : Benjamin Lampérier (Président), Vincent Warnault (Trésorier), Luc Pouilly (Secrétaire)
- Co-organisé avec BVFR Charity (à l'origine du concept en 2017) et la commune de Crèvecœur-le-Grand

VOS ATOUTS (4ème édition)

✅ **Crédibilité** : 4 ans d'existence, concept né en 2017 ✅ **Chiffres** : X festivaliers les années passées, éditions précédentes avec Dagoba, Black Bomb A, Sidilarsen, Lofofora, Les Garçons Bouchers, Poezie Zero ✅ **Local** : Événement ancré dans le territoire, 50% de groupes des Hauts-de-France ✅ **Prix accessible** : Image positive, pas élitiste ✅ **Association loi 1901** : Réduction fiscale pour les mécènes (60%) ✅ **Engagements** : Tri des déchets, produits consignés (Le Fourgon), 10% des ventes du village reversés à une association

LA RÉDUCTION FISCALE - ARGUMENT CLÉ

En tant qu'association, les dons des entreprises ouvrent droit à :

- **60% de réduction d'impôt** sur le montant du don (dans la limite de 0,5% du CA)
- **Un don de 500€ ne coûte réellement que 200€** à l'entreprise

⚠️ RÈGLE IMPORTANTE : Les contreparties ≤ 25%

Pour que le mécène conserve sa réduction fiscale, **les contreparties (avantages) ne doivent pas dépasser 25% du montant du don.**

Tarifs des pass :

- Pass 3 jours : 42€

- Pass Samedi : 27€
- Pass Vendredi : 18€

Pack	Montant	Contreparties max	En pass 3 jours	OU en pass Samedi	OU en pass Vendredi
CHAOS	2 000€	500€ max	11 pass	18 pass	27 pass
HEADBANGER	1 000€	250€ max	5 pass	9 pass	13 pass
MOSH PIT	500€	125€ max	2 pass	4 pass	6 pass
SUPPORTER	250€	~62€ max	1 pass	2 pass	3 pass

💡 **Note :** La répartition des contreparties peut varier selon les besoins du partenaire (ex : moins de pass mais plus de visibilité, ou pass journée au lieu de pass 3 jours, etc.). L'important est de ne pas dépasser 25% du montant total.

Exemple concret à mettre dans vos pitches :

Pack MOSH PIT : 500€
 Réduction fiscale : -300€ (60%)
 Coût réel pour l'entreprise : 200€

Pour 200€, l'entreprise obtient :

- Logo sur le site web (vu par X visiteurs)
- 2 pass 3 jours (valeur 120€)
- Mentions sur les réseaux (X followers)
- Visibilité locale pendant 4 mois

C'est cadeau, en fait.

💡 Vous pouvez adapter les contreparties selon les besoins : par exemple remplacer 2 pass 3 jours par 4 pass journée, ou réduire les pass pour ajouter d'autres avantages. L'important est de rester sous 25% du don (125€ max pour un don de 500€).

PACKS PARTENAIRES RÉVISÉS

⚠️ **Rappel :** Les contreparties ne doivent pas dépasser 25% du don pour conserver l'avantage fiscal.

💡 **Flexibilité :** La répartition peut être adaptée selon les besoins (ex : moins de pass mais plus de visibilité, pass journée au lieu de pass 3 jours, etc.)

Pack "CHAOS" (Mécène principal) - À partir de 2 000€

Ce qu'on offre (contreparties ≤ 500€) :

- Logo sur tous les supports de communication (site, affiches, flyers)
- **Pass festival au choix :**
 - **11 pass 3 jours** OU
 - **18 pass Samedi** OU
 - **27 pass Vendredi** OU
 - Mix personnalisé (valeur max 500€)
- Visite exclusive des backstages
- Accès espace VIP
- Mention vocale sur scène entre les groupes

- Post dédié sur les réseaux sociaux
- Rencontre avec les artistes

Coût réel après réduction fiscale 60% : À partir de 800€

Cible : Grosses PME locales, concessions auto, banques régionales, promoteurs immobiliers

Pack "HEADBANGER" (Pack VIP Soirée) - 1 000€

Ce qu'on offre (contreparties ≤ 250€) :

- Logo sur le site web + réseaux sociaux
- **Pass festival au choix :**
 - **5 pass 3 jours** OU
 - **9 pass Samedi** OU
 - **13 pass Vendredi** OU
 - Mix personnalisé (valeur max 250€)
- Visite des backstages
- Accès espace VIP
- Remerciements sur scène

Coût réel après réduction fiscale 60% : 400€

Argument : "Pour 400€ net, offrez une expérience unique à vos équipes ou clients"

Cible : PME 10-50 salariés, cabinets comptables, agences immo, garages, artisans qui marchent bien

Pack "MOSH PIT" (Partenaire classique) - 500€

Ce qu'on offre (contreparties ≤ 125€) :

- Logo sur le site web
- **Pass festival au choix :**
 - **2 pass 3 jours** OU
 - **4 pass Samedi** OU
 - **6 pass Vendredi** OU
 - Mix personnalisé (valeur max 125€)
- Mention sur les réseaux sociaux
- Remerciements officiels

Coût réel après réduction fiscale 60% : 200€

Argument : "200€ pour être associé à l'événement culturel de l'été dans l'Oise"

Cible : Petits commerces, artisans, indépendants

Pack "SUPPORTER" - 250€

Ce qu'on offre (contreparties ≤ 62€) :

- Nom sur le site web (page partenaires)
- **Pass festival au choix :**
 - **1 pass 3 jours** OU
 - **2 pass Samedi** OU
 - **3 pass Vendredi** OU

- Mix personnalisé (valeur max 62€)
- Remerciements sur les réseaux

Coût réel après réduction fiscale 60% : 100€

Cible : Très petites entreprises, artisans solo, sympathisants

Pack "ÉCHANGE MARCHANDISE"

Pour les entreprises qui ne peuvent pas donner en cash :

Exemples :

- Brasserie locale → Fûts de bière contre visibilité
- Imprimeur → Impression affiches/flyers contre logo
- Traiteur/Food truck → Repas bénévoles contre emplacement
- Électricien/Sono → Prestation contre visibilité
- Graphiste → Création visuels contre places

Avantage : Réduit vos coûts tout en créant des partenariats

CIBLES PRIORITAIRES

Tier 1 - Haute probabilité (à contacter en premier)

Type	Exemples	Pourquoi ça matche
Brasseries craft locales	Brasseries de l'Oise	Public identique, échange marchandise possible
Magasins de musique	Woodbrass, magasins locaux	Cible identique
Tatoueurs/Pierceurs	Studios locaux	Déjà dans l'univers
Bars rock/concerts	Bars de la région	Réseau commun
Commerces "rock"	Friperies, shops alternatifs	Culture commune

Tier 2 - Bonne probabilité

Type	Exemples	Argument
Garages/Concessions	Harley Davidson, concessions moto/auto	Image "rock", clients CSP+
Artisans BTP	Électriciens, plombiers, maçons	Aiment la culture locale, budget com
Agences immobilières	Agences locales	Veulent visibilité locale
Banques locales	Crédit Agricole, Caisse d'Épargne	Budgets "vie locale"
Supermarchés	E.Leclerc, Intermarché locaux	Budgets événements locaux

Tier 3 - À tenter

Type	Exemples	Argument
Grandes entreprises locales	Usines, sièges régionaux	RSE, ancrage territorial

Médias locaux	Presse, radios	Partenariat média
Collectivités	Mairie, Département, Région	Subventions culture

PROCESSUS DE PROSPECTION

Étape 1 : Préparation (1 semaine)

1. **Lister 50-100 entreprises** cibles dans un tableau :
 - o Nom
 - o Contact (email, téléphone)
 - o Type de pack visé
 - o Notes (connexion personnelle ?)
2. **Préparer le dossier partenaire** (PDF pro) :
 - o Présentation du festival
 - o Chiffres clés (4 éditions, X festivaliers)
 - o Les packs avec prix et avantages
 - o Visuels des éditions passées
 - o Réduction fiscale expliquée
 - o Contact
3. **Préparer les emails personnalisés** (voir templates ci-dessous)

Étape 2 : Premier contact (Semaine 1-2)

1. **Email personnalisé** à chaque cible
2. **Attendre 3-4 jours**
3. **Relance téléphonique** si pas de réponse

Étape 3 : Relances (Semaine 3-6)

Timing	Action
J+0	Email initial
J+4	Appel téléphonique
J+10	Email de relance
J+15	Dernier appel
J+20	Email "dernière chance"

Règle : Minimum 4 contacts avant d'abandonner

Étape 4 : Closing

1. **Rendez-vous** (physique ou visio) pour les gros packs
2. **Envoi devis/convention** de partenariat
3. **Suivi** jusqu'à signature
4. **Remerciement** et intégration logo/com

TEMPLATES EMAILS

EMAIL 1 : Premier contact (personnalisé)

Objet : [NOM ENTREPRISE] x Barb'n'Rock Festival - Partenariat local ?

Bonjour [Prénom],

Je me permets de vous contacter car [RAISON PERSONNALISÉE] :

- "J'ai découvert votre brasserie lors de [événement]"
- "On m'a recommandé votre entreprise"
- "Je suis client chez vous et..."
- "Votre engagement local m'a interpellé"

Je suis [Prénom], co-organisateur du Barb'n'Rock Festival,
un festival de musique metal/rock qui se tient à
Crèvecœur-le-Grand depuis 4 ans.

Cette année, nous attendons 3 000 festivaliers les 26-28 juin
et nous cherchons des partenaires locaux pour nous accompagner.

POURQUOI [NOM ENTREPRISE] ?

[Raison personnalisée : votre brasserie colle parfaitement
à notre public / votre engagement local / etc.]

CE QU'ON PROPOSE :

- Visibilité auprès de 3 000 festivaliers + X followers en ligne
- Pass 3 jours pour vos équipes ou clients
- Accès espace VIP + visite des backstages
- Réduction fiscale de 60% (association loi 1901)
- Contreparties adaptables selon vos besoins

👉 Un pack partenaire à 500€ ne vous coûte réellement que 200€.

Je serais ravi d'échanger 15 minutes avec vous pour vous
présenter le projet.

Seriez-vous disponible cette semaine ou la suivante ?

Bien cordialement,

[Signature]

Barb'n'Rock Festival - 4ème édition
26-28 Juin 2026 | Crèvecœur-le-Grand
barb'nrock-festival.fr

EMAIL 2 : Relance J+10

Objet : RE: [NOM ENTREPRISE] x Barb'n'Rock - Relance

Bonjour [Prénom],

Je me permets de revenir vers vous concernant ma proposition de partenariat pour le Barb'n'Rock Festival.

Je comprends que vous êtes sollicité(e) de toutes parts, mais je voulais m'assurer que mon message ne s'était pas perdu dans vos emails.

Pour rappel, nous proposons des packs partenaires à partir de 100€ (après réduction fiscale) qui incluent :

- Visibilité locale pendant 4 mois
- Pass 3 jours pour vos équipes
- Association à un événement culturel fédérateur

La répartition des avantages peut être adaptée selon vos besoins.

Je reste disponible pour un échange rapide (15 min) si le projet vous intéresse.

Bien cordialement,

[Signature]

EMAIL 3 : Dernière chance J+20

Objet : Dernière sollicitation - Barb'n'Rock Festival

Bonjour [Prénom],

Je ne veux pas vous importuner, donc ce sera mon dernier message concernant le partenariat Barb'n'Rock.

Si le timing n'est pas bon cette année, pas de problème – je vous recontacterai pour l'édition 2027.

Si en revanche vous souhaitez en discuter, je reste disponible cette semaine.

Dans tous les cas, merci d'avoir pris le temps de me lire.

Bien cordialement,

[Signature]

PS : Les places partenaires sont limitées, la programmation se finalise et la communication s'intensifie. C'est le moment idéal pour rejoindre l'aventure.

EMAIL SPÉCIAL : Pack VIP entreprise

Objet : Offrez une expérience unique à vos équipes - Barb'n'Rock Festival

Bonjour [Prénom],

Et si vous offriez une expérience unique à vos collaborateurs
ou vos meilleurs clients ?

Le Barb'n'Rock Festival propose un PACK HEADBANGER :

🎸 EXPÉRIENCE VIP

- 4 pass 3 jours pour profiter de tout le festival
- Visite exclusive des backstages
- Accès espace VIP
- Visibilité de votre entreprise sur le site web et réseaux

💰 COÛT : 1 000€

💰 APRÈS RÉDUCTION FISCALE (60%) : 400€

Pour 400€ net, vous offrez une expérience inoubliable
à vos équipes et vous associez votre image à un
événement culturel local positif.

La répartition peut être adaptée selon vos besoins
(ex : plus de pass journée, plus de visibilité, etc.)

Intéressé(e) ? Je peux vous envoyer le détail complet
ou organiser un appel de 15 minutes.

Bien cordialement,

[Signature]

SCRIPT TÉLÉPHONIQUE

Accroche (15 secondes)

"Bonjour, [Prénom Nom] de [votre nom], je vous appelle
au sujet d'un partenariat pour le Barb'n'Rock Festival.

Vous avez peut-être reçu mon email la semaine dernière ?
Est-ce que vous avez 2 minutes ?"

Si OUI, ils ont 2 minutes :

"Super, merci. Alors en deux mots :

Le Barb'n'Rock, c'est un festival de musique qui existe
depuis 4 ans à Crèvecœur-le-Grand. Cette année on attend
3 000 personnes fin juin.

On cherche des partenaires locaux comme [NOM ENTREPRISE]
pour nous accompagner. L'idée c'est de vous offrir de la

visibilité locale en échange d'un soutien financier.

Et comme on est une association, vous bénéficiez de 60% de réduction d'impôt. Concrètement, un partenariat à 500€ ne vous coûte que 200€.

Est-ce que ça pourrait vous intéresser ?"

Si intérêt :

"Super ! Je vous propose qu'on se cale un rendez-vous de 20-30 minutes pour que je vous présente le projet en détail et qu'on voit ensemble ce qui pourrait matcher.

Vous êtes plutôt disponible en début ou fin de semaine ?"

Si pas intéressé :

"Je comprends tout à fait. Est-ce que c'est une question de timing ou le projet ne correspond pas ?

[Écouter la réponse]

Ok, pas de souci. Je me permets de noter votre entreprise pour l'année prochaine si vous le voulez bien.
Merci pour votre temps, bonne journée !"

DOSSIER PARTENAIRE (structure PDF)

Page 1 : Couverture

- Logo Barb'n'Rock
- "Dossier Partenaires 2026"
- "4ème édition - 26-28 Juin"

Page 2 : Le festival

- Concept "2 jours de chaos, 1 jour de repos"
- 4ème édition
- Crèvecœur-le-Grand, à 1h de Paris
- 3 000 festivaliers attendus

Page 3 : Chiffres clés

- X festivaliers depuis 2023
- X followers réseaux sociaux
- X groupes passés sur scène
- Couverture médiatique

Page 4 : Programmation 2026

- Artistes confirmés
- "100% metal français"

Page 5-6 : Les packs partenaires

- Tableau clair avec prix et avantages
- Mettre en avant la réduction fiscale

Page 7 : Ils nous font confiance

- Logos des partenaires passés
- Témoignages si possible

Page 8 : Contact

- Nom, email, téléphone
 - Site web, réseaux sociaux
-

CALENDRIER PROSPECTION MÈCÈNES

Période	Action
Janvier-Février	Préparer le dossier, lister les cibles
Février-Mars	Vague 1 de prospection (emails + appels)
Mars-Avril	Relances, rendez-vous, closing
Avril-Mai	Vague 2 si besoin, dernières signatures
Mai	Finalisation, envoi logos pour intégration
Juin	Remerciements, accueil VIP
Juillet	Bilan, remerciements post-festival

Règle d'or : Plus vous prospectez TÔT (janvier-février), plus vous avez de chances. Les budgets com des entreprises sont souvent décidés en début d'année.

CHECKLIST MÈCÉNAT

Préparation

- ☐ Créer le dossier partenaire PDF
- ☐ Définir les packs avec prix clairs
- ☐ Lister 50-100 entreprises cibles
- ☐ Trouver les contacts (LinkedIn, sites web, appels standards)
- ☐ Préparer les templates emails

Prospection

- ☐ Envoyer la vague 1 d'emails (20-30 entreprises)
- ☐ Appeler à J+4
- ☐ Relancer par email à J+10
- ☐ Dernier appel à J+15
- ☐ Organiser les rendez-vous

Closing

- ☐ Préparer les conventions de partenariat
- ☐ Envoyer les devis
- ☐ Relancer pour signature
- ☐ Collecter les logos et infos
- ☐ Émettre les reçus fiscaux

Post-festival

- ☐ Envoyer un bilan aux partenaires
- ☐ Photos de leur visibilité
- ☐ Remercier chaleureusement
- ☐ Demander un feedback
- ☐ Préparer 2027