LES ATELIERS
de la philanthropie

ATELIER #4 - Mercredi 1er Juillet 2026

Contractualiser et entretenir le lien :
Comment passer d'un partenariat à une relation durable ?

WEBINAIRE À DESTINATION DES ACTEURS DE L'ESS

PYRENEES ATLANTIQUES
LE DÉPARTEMENT

Préambule

2017 Création d'une mission dédiée à la recherche en financements

2019 Partenariat avec la Fondation de France Sud-Ouest
Focus sur les financements privés

2022 Evolution vers une action d'acculturation à la philanthropie

2023 Validation de l'action
« Philanthropie de proximité »

Depuis 2023 Mise en œuvre de la feuille de route
« Philanthropie de proximité »

Finalité	Décliner collectivement en Pyrénées-Atlantiques une stratégie de philanthropie territoriale

Axe 1	Inscrire la philanthropie dans les modes de faire de l'Institution
Axe 2	Créer un théâtre d'acteurs en faveur de la philanthropie
Axe 3	Promouvoir la philanthropie auprès des porteurs de projet ☑
Axe 4	Concevoir les outils de mise en œuvre
Axe 5	Préfigurer la création d'une fondation territoriale
Axe 6	Les Temps fort Philanthropie

Vos contacts au Département des Pyrénées-Atlantiques

Elisabeth SCARPA

Chargée de mission Economie Sociale et Solidaire

Elisabeth.scarpa@le64.fr

Sophie ANDRES

Chargée de mission Philanthropie

Sophie.andres@le64.fr

Interventions

Contractualiser et entretenir le lien : comment passer d'un partenariat à une relation durable ?

Patxi BELLY – Dirigeant
Mezenago

Construire ensemble la suite…

Sophie ANDRES – Chargée de mission Philanthropie
Département des Pyrénées-Atlantiques

MEZENAGO

CRÉATEUR DE LIENS

Contractualiser et entretenir le lien : comment passer d'un partenariat à une relation durable ?

Patxi BELLY, conseiller et formateur en recherche de financement privé
Webinaire 4 Conseil Départemental 64 (01/07/2026)

PROGRAMME

Présentation de l'intervenant

Objectifs de la présentation

Contexte & statistique

Contractualiser et entretenir le lien : comment passer d'un partenariat à une relation durable ?

1. Contractualiser le partenariat
2. Nourrir le lien et fidéliser le partenaire
3. Passer du partenariat à la relation durable



Présentation du formateur

www.linkedin.com/in/patxibelly

Création de l'agence MEZENAGO, conseil et formation en financements privés

ACCOMPAGNEMENT DE PROJETS ASSOCIATIFS DEPUIS 2017 :

- Salle de concert Atabal : + 35 000 € collectés (2025)
- Festival Guitaralde : + 40 000 € collectés en 4 ans pour le développement du festival
- Collège Estitxu Robles : + 70 000 € collectés (septembre 2021)
- Tiers Lieux Borderline Fabrika : collecte de dons en nature (matériel informatique et peinture) et de dons en compétence (réseau informatique)

FORMATION

Atabal / Gurekin / Léo Lagrange / Les Sources / Pride des banlieues : Formation des salariés & bénévoles à la découverte des différentes sources de financement privé, mise en place d'une stratégie de recherche de financement, création/actualisation des supports de communication et prospection

RÉFÉRENCES DLA

- Accompagnement DLA individuel Recherche de financements et consolidation du modèle économique
- Accompagnement DLA collectif (12 associations) dans la définition de leur modèle économique et recherche de financements

OBJECTIFS

1. Contractualiser le partenariat
2. Nourrir le lien / fidéliser le partenaire
3. Passer du partenariat à la relation durable

Le contexte :

Face à la baisse des subventions publiques, le mécénat local est une opportunité, mais les entreprises cherchent aujourd'hui des partenariats porteurs de sens et de preuves d'impact (RSE).

“ Trouver un mécène c’est bien…

… le fidéliser c’est mieux !”

La stat

Intention de maintien : 74 % des entreprises mécènes déclarent vouloir maintenir leur budget de mécénat au même niveau dans les deux prochaines années.

*Source : **Baromètre du mécénat d'entreprise** en 2024 réalisé par **Admical** (et publié en 2025)*

Partie 1 :
Contractualiser
sans refroidir la relation

Vrai ou faux ? (tchat)

"Si votre mécène vous demande d'afficher son logo sur les maillots de l'équipe principale de votre club, cela reste du mécénat."

Rappel

Mécénat VS Parrainage (Sponsoring) :

Le mécénat est un don sans contrepartie directe (intention désintéressée).

Le parrainage est un acte commercial (recherche de publicité / visibilité).

Contractualiser

La convention de partenariat

Le Cerfa

La convention de partenariat

Elle n'est pas un frein, c'est un outil de rassurance.

La convention protège l'association autant que l'entreprise. Elle formalise l'engagement (durée, montant, affectation des fonds) et évite les malentendus sur ce que l'entreprise "attend" en retour.

Exemple de convention de partenariat

Contractualiser (tchat)

Expériences (positives ou négatives) à partager concernant l'édition (ou pas) de convention de partenariat ?

Cerfa

Cerfa
Entreprises

Cerfa
Particuliers

Conservation des Cerfa (obligation légale)

Depuis le 1er janvier 2018, l'administration fiscale pourra contrôler sur place, dans les locaux des associations, la correspondance entre les montants portés sur les reçus et ceux réellement versés aux associations.

Les associations doivent présenter à l'administration fiscale les pièces et justificatifs des dons effectués (cf Cerfa).

La conservation de ces documents est portée à 6 années.

SOYEZ RIGOUREUX DES LE DEBUT !

Questions / Réponses

Partie 2
Nourrir le lien :
du chèque à l'impact

Le syndrome du "Silence Radio"

La principale cause de perte d'un mécène est le manque de nouvelles entre le moment où il donne le chèque et le moment où on lui en redemande un l'année suivante.

Comment maintenir le lien ?

>> Pour que le donateur soutienne l'association régulièrement, dans la durée (voire augmente son soutien), il faut l'informer… et mieux encore le faire "rentrer" dans le projet.

>> Inviter votre partenaire à des moments clefs de l'association

>> inciter sur l'organisation / anticiper la communication : interlocuteur;

Le cycle de vie de la relation

→ Remercier (sous 72h)

→ Informer (à mi-parcours)

→ Inviter / engager / valoriser (pendant l'action)

→ Faire le bilan (en fin d'année) & Proposer un nouveau partenariat

Bilan : Importance des indicateurs d’impact local et social / retour sur investissement sur l’intérêt général

En 2026, les dirigeants de PME veulent des indicateurs concrets de proximité.

ex: "grâce à vous, X jeunes de la commune ont bénéficié de...")

Des idées pour nourrir le lien ? chat

Consigne : Demander aux participants de noter une idée originale pour remercier ou valoriser un mécène sans dépenser d'argent.

Exemple concret

Une association environnementale locale envoie tous les deux mois une "Carte Postale Numérique" à ses 5 entreprises mécènes. Une seule photo d'une action de terrain, une phrase d'impact, un merci. Coût : 0€.

Impact : Les mécènes se sentent intégrés à la réussite du projet.



Questions / Réponses

Partie 3
Passer du partenariat à la relation durable

La co construction

Pour qu'une relation dure, elle doit évoluer.

Proposition :
Passer du mécénat financier pur au **mécénat de compétences** ou au mécénat en nature.

Impliquer les salariés du mécène : C'est le meilleur moyen de fidéliser l'entreprise. Si les collaborateurs de la PME locale viennent passer une journée solidaire dans votre association, le dirigeant ne coupera jamais le budget l'année suivante.

Les 4 arguments pour convaincre du bien fondé d’un engagement pluriannuel

Passer d’un don ponctuel à un engagement pluriannuel (généralement sur 3 ans) est le Saint Graal du responsable de partenariat. Pour l'association, c'est la garantie d'une visibilité financière. Pour l'entreprise, c'est le moyen de donner une vraie cohérence à sa stratégie RSE.

Pour convaincre les dirigeants, il faut parler leur langage : **impact, retour sur engagement, marque employeur et simplification.**

Voici les 4 grands arguments textuels, clés en main, que, vous, associations, pouvez utiliser dans vos courriers ou durant vos rendez-vous.

Argument 1

L'argument de l'Impact RSE : Passer du "pansement" à la solution de fond

Les entreprises ne veulent plus simplement "faire une bonne action", elles veulent résoudre un problème de société. Or, un problème social ou environnemental local ne se règle pas en 12 mois.

Le pitch textuel :

"Un impact social/environnemental réel et mesurable s'inscrit nécessairement dans le temps long. En nous soutenant sur une seule année, vous financez une action ponctuelle. En vous engageant sur 3 ans, vous devenez le partenaire structurel d'une transition sur notre territoire. Vous nous donnez les moyens de planifier, de mesurer des indicateurs de progrès (KPI) d'une année sur l'autre, et d'apporter la preuve concrète de l'utilité de votre investissement RSE."

Argument 2

L'argument "Marque Employeur" : Fédérer les salariés dans la durée

Le turn-over coûte cher aux entreprises. Le mécénat est un levier puissant pour fidéliser les talents, mais l'adhésion des équipes prend du temps.

Le pitch textuel :

"L’engagement de vos collaborateurs ne se décrète pas en un jour. Un partenariat pluriannuel nous permet de concevoir une feuille de route RH commune. La première année, nous faisons découvrir l'association à vos équipes. La deuxième, nous mettons en place du mécénat de compétences ou des journées solidaires. La troisième, vos salariés deviennent les ambassadeurs du projet. C’est cette continuité qui crée un véritable sentiment de fierté d’appartenance et soude vos équipes."

Argument 3

L'argument d'Authenticité : L'anti-communication éphémère

En 2026, les consommateurs et les partenaires commerciaux repèrent immédiatement les coups de communication éphémères (le fameux *greenwashing* ou *purpose-washing*). La durée est le seul gage de sincérité.

Le pitch textuel :

"Aujourd'hui, l'authenticité est la valeur refuge des entreprises. Un soutien renouvelé année après année démontre à vos clients, vos fournisseurs et vos actionnaires locaux que votre engagement citoyen n'est pas un simple coup marketing opportuniste, mais un choix stratégique et sincère. C'est un argument de réputation puissant, ancré dans l'identité de votre entreprise."

Argument 4

L'argument de la Rassurance et de l'Optimisation Administrative

Les chefs d'entreprise détestent la paperasse inutile et aiment la visibilité budgétaire. La pluriannualité sert aussi leur gestion interne.

Le pitch textuel :

"La pluriannualité rime avec efficacité. Pour vos équipes financières, cela permet de lisser et d'anticiper le budget de mécénat (et les déductions fiscales associées) sur plusieurs exercices. Sur le plan administratif, nous ne signons qu'une seule convention-cadre au départ, assortie d'un point d'étape annuel rapide. Moins de temps passé en gestion administrative et en renégociations, c'est plus de temps et d'énergie consacrés au déploiement de nos actions communes."

Dernière astuce : **"La clause de sortie"**

Pour rassurer une entreprise frileuse à l'idée de s'engager sur 3 ans (surtout dans un contexte économique mouvant), il faut toujours intégrer une **clause de revoyure annuelle** ou de résiliation simplifiée (ex: *en cas de baisse significative du chiffre d'affaires, l'entreprise peut suspendre le partenariat avec un préavis de 3 mois*).

Savoir qu'on peut sortir du contrat... donne souvent envie d'y rester !

Retenir l’essentiel : les 3 piliers

1. Cadrer (Convention)
2. Informer (suivi de l'impact)
3. Grandir ensemble (Co-construction)

Le petit pas pour chacun.e

Repartez de ce webinaire avec une action simple : écrivez ou appelez l'un de vos mécènes cette semaine, *juste* pour lui donner une bonne nouvelle de votre association, sans rien lui demander en retour.



Questions / Réponses

FORMATIONS EN PRÉSENTIEL / DISTANCIEL & CLASSE VIRTUELLE POSSIBLES SUR DEMANDE

Découvrir le champs des possibles autour des différentes sources de financement privé

Apprendre à construire sa stratégie : analyse des besoins, ciblage, construction des offres / contreparties et réalisation d'un plan d'actions

Définir sa communication : pitch, dossier et présence digitale

Devenir un prospecteur hors pair

\+ **Découvrez les différentes sources de financement privé pour les associations en podcast : mécénat, sponsoring, fondations, financement participatif, legs : www.mezenago.eus/podcasts**

Patxi BELLY
06 44 96 83 90
patxi@mezenago.eus

www.mezenago.eus

MEZENAGO

CRÉATEUR DE LIENS

Construire ensemble la suite

PYRENEES ATLANTIQUES
LE DEPARTEMENT

Au-delà des bonnes pratiques, cet atelier est aussi le vôtre

- 💬 Partagez vos besoins, idées et retours d'expérience
- 🤝 Imaginez des outils concrets adaptés à votre réalité de terrain
- 🚀 Participez à bâtir un écosystème associatif plus solide à l'horizon 2027

Scannez le QR Code

OU

Cliquez ICI

pour accéder au sondage

LES ATELIERS
de la philanthropie

ATELIER #4 - Mercredi 1er Juillet 2026

Contractualiser et entretenir le lien :
Comment passer d'un partenariat à une relation durable ?

WEBINAIRE À DESTINATION DES ACTEURS DE L'ESS

PYRENEES ATLANTIQUES
LE DÉPARTEMENT