



*Vous êtes étudiant et vous voulez nous rejoindre à Lorient du 9 au 16 Avril 2011 pour vivre une semaine inoubliable ? Votre équipage est réuni et motivé ? Il ne vous reste alors maintenant qu'à trouver le financement nécessaire à la réalisation de votre projet, en adoptant la démarche la plus professionnelle possible.*

*Ce document est destiné à vous aider dans cette entreprise. Nous vous encourageons à le lire jusqu'au bout et surtout à appliquer les méthodes présentées pour optimiser au mieux votre recherche de sponsors.*

## **SOMMAIRE**

### **I. Comment mener à bien votre projet ?**

- A. L'élaboration d'une plaquette de démarchage
- B. La recherche de contacts
- C. L'argumentaire
- D. Les supports de communication à proposer à vos partenaires

### **II. Comment présenter la Course Croisière Edhec à vos partenaires ?**

- A. L'événement
- B. Les chiffres clés de la 42e édition
- C. Les retombées médiatiques de la Course Croisière Edhec



## I. Comment mener à bien votre projet ?

**Le fait pour votre club voile ou équipage de se constituer en association à but non lucratif n'est en aucun cas une obligation à la réalisation de votre projet.**

Cependant : **se constituer en association loi 1901** permet aux entreprises qui vous sponsorisent d'obtenir des déductions fiscales à valeur d'un tiers du montant de la subvention. De plus vous pouvez ainsi acquérir une crédibilité car votre projet paraîtra beaucoup plus fiable et organisé. La rédaction des statuts est libre mais demande une véritable concertation des membres fondateurs.

### Planning de l'année

Nous vous donnons ces deadlines à titre indicatif. Le respect de ces dates ne suffit pas à rassembler le budget nécessaire mais y contribue beaucoup. A l'inverse, si vous prenez du retard dans le planning, rien n'est joué : **une entreprise peut avoir un budget débloqué à tout moment de l'année.**

<b>Avant Octobre 2010</b>	Répartition des tâches au sein de l'équipe (logistique : transport, logement, bateau, entraînement... ; trésorier ; démarchage sponsors ; communication) Etablir un budget détaillé et une plaquette de démarchage
<b>Décembre 2010</b>	4 au 12 Décembre 2010 - Salon Nautique - Rendez vous à ne pas rater pour démarcher des sponsors et rencontrer l'équipe organisatrice. Décembre 2010 : Nuit de la Course Courant décembre : Ouverture inscriptions en ligne
<b>Avant Mars 2011</b>	- Recherche de sponsors : prise de contact avec les responsables communication ou recrutement des entreprises. Etablir des propositions de partenariat - Recherche de subventions (conseil général, école...) - Recherche de retombées médiatiques : prise de contact avec des medias locaux. Jusqu'au dernier moment, une entreprise peut vous donner une réponse favorable
<b>9 Mars 2011</b>	Fin du tarif privilège : Les tarifs augmentent
<b>9 au 16 Avril 2011</b>	43ème Course Croisière Edhec à LORIENT
<b>Mai - Juin 2011</b>	Rédaction et envoi de dossiers de remerciement pour les sponsors



## A. L'élaboration d'une plaquette de démarchage

### 1. Structure de la plaquette

Pour convaincre une entreprise de vous sponsoriser, la plaquette de présentation de votre équipage doit être **accrocheuse et concise** afin de ne pas noyer son lecteur sous un flot d'informations. Nous allons donc vous présenter une **structure efficace** de plaquette mais qui n'est bien sûr pas l'unique modèle possible. Nous vous conseillons de la faire sous forme d'un document Powerpoint ou PDF d'une dizaine de pages et composé successivement des éléments suivants :

- **Page de présentation** : belle image de voile ou de votre équipage.
- **Phrase d'accroche** : citation à propos de votre équipage de parrains, d'un skipper, d'un adulte de votre école qui vous soutient => donne du crédit à votre projet dès le début de votre présentation
- **Présentation de votre équipe** : palmarès de l'école (classements des courses des années précédentes), courses auxquelles vous projetez de participer, présentation de votre bateau s'il est particulier. Présentation rapide de votre école.
- **Présentation de la Course Croisière EDHEC en quelques chiffres** (nombre de bateaux, de participants, quelques retombées médiatiques). Ne pas accorder plus de 2 pages à l'événement.
- **Présentation des retombées médiatiques** pour votre école s'il y en a eu ou si vous avez un partenariat avec un média.
- **Présentation des supports de communication possibles** : schéma d'un bateau sur lequel sont indiquées les zones de flocages ; prix du flocage de l'équipement ;
- **Budget détaillé** de votre projet
- **Contacts** de l'association



## **2. Budget détaillé du projet**

Le budget est extrêmement variable d'un équipage à l'autre, et d'une école à l'autre en fonction du bateau choisi, du skipper choisi, du nombre de participants, des trophées auxquels participe l'école (trophée mer, trophée terre, trophée sable...).

Voilà un exemple de budget pour l'inscription de 7 personnes au trophée mer :

	<b>Montant</b>
<b>Location Bateau+skipper</b>	4000 €
<b>Frais d'inscription</b>	1280 € (7 personnes + 1 bateau)
<b>Licences</b>	327,60 €
<b>Carte de port de Pub</b>	A partir de 38 € (tarifs sur le site de la FFVoile)
<b>Equipement</b>	1000 €
<b>Logement</b>	Très variable
<b>Transport</b>	Très variable

## **3. Quels arguments utiliser ?**

Voici quelques exemples des lignes directrices que vous pouvez choisir pour votre argumentaire, selon l'entreprise que vous ciblez :

- **Pour une entreprise en rapport avec le milieu de la voile (entreprises de flochage, loueurs ou constructeurs de bateaux, accastilleurs, clubs voile, etc) :**

→ « *la Course est devenue au cours du temps une référence en matière de compétition de voile amateur : en tant que premier événement sportif européen elle attire les professionnels du milieu, et de nombreux skippers professionnels s'associent chaque année à des bateaux étudiants pour leur faire vivre la semaine de manière différente. Autrefois Eric Tabarly, et aujourd'hui Roland Jourdain, Jean Le Cam, Yves Parlier, Marc Thiercelin, Jimmy Pahun, Yves Pajot, Jean-Luc Van Den Heede, Patrice Carpentier, Yan Eliès, Alain Gautier, Joe Seteen...* »

→ « *Parrainée cette année par une référence dans le milieu sportif : Sam Davies* »

→ « *Montez un projet original qui vous donnera une visibilité sur l'eau, pour les médias, les étudiants et professionnels voileux directement visés par un tel sponsoring* »



- **Pour une entreprise en rapport avec vos études**

→ « *La Course est un moyen pour les entreprises cherchant à recruter de jeunes diplômés d'affiner leur politique de recrutement, et d'établir un contact avec les étudiants à l'avenir prometteur (proposer le stand) »*

→ « *La Course est un moyen de faire connaître à ceux qui ne sont pas directement visés son secteur d'activité, et de valoriser ainsi son activité. »*

- **Pour une entreprise locale**

→ « *Retombées directes, car nombre de visiteurs important sur le village (plus de 10000) »*

- **Pour une grosse entreprise de produits de grande consommation**

→ « *Le stand avec distribution d'échantillons et de goodies peut avoir des conséquences directes dans une politique plus étendue de communication privilégiant l'événementiel au marketing publicitaire télé, radio, journaux. »*

#### **4. Quelques consignes simples**

- Ne pas surcharger la plaquette de chiffres ou de couleurs : sobre mais originale et intéressante !
- Indiquer le budget du projet à la fin
- Mettre vos contacts à la fin
- Ne pas dépasser 15 pages. 10 pages doivent suffire pour une bonne présentation
- Evoquer la Course Croisière EDHEC sur 1 page est amplement suffisant
- Vous pouvez mettre une photo de votre équipe sur la page des contacts pour rendre votre plaquette plus humaine et vivante



## B. La recherche de contacts

Voilà une liste non exhaustive qui vous aidera à trouver des contacts.

- 1) Faire jouer des **relations personnelles**
- 2) Récupérer les **contacts des années précédentes** si le club a déjà participé
- 3) Solliciter son **école** et son **administration**, ou sur ses éventuels partenariats avec les entreprises. Votre Mairie, votre conseil régional ou général.
- 4) Ecumer les **pages jaunes** et les **sites internet**
- 5) Se renseigner sur les **entreprises locales** :

Certaines entreprises locales (boîtes, restaurants,...) peuvent avoir des retombées directes car la Course Croisière Edhec attire de nombreux étudiants, et des retombées à plus long terme car elle communique beaucoup auprès des jeunes de la région, sur les soirées et les animations village.

- 6) S'inspirer des éditions précédentes (voir les sponsors présents sur la 42)

- 7) Utiliser la **Bourse aux Partenaires** :

Le principe : des contacts de possibles sponsors équipages sont mis en ligne sur le site de la Course Croisière Edhec ([www.ccedhec.com](http://www.ccedhec.com)), c'est à vous de les contacter ensuite pour les convaincre de devenir votre partenaire financier.

- 8) Beaucoup d'entreprises veulent se faire connaître auprès du monde étudiant ; Pensez aussi à celles qui sont associées au **milieu de la voile**.

## C. L'argumentaire

### Vos Objectifs :

**Trouver le financement** qui vous permettra de participer à la Course Croisière Edhec en **proposant des solutions de communication à votre sponsor**.

Prouver grâce à un **argumentaire bien établi** qu'il est intéressant pour lui de financer votre bateau en lui proposant des supports de communication qui lui offriront une grande visibilité auprès des étudiants.

**Insister sur l'aspect formateur de votre démarche, sur le défi sportif, l'esprit d'équipe, la compétition, l'événement avec des préoccupations écologiques et avec des causes à défendre.**



⇒ Le contact avec l'entreprise

Il est essentiel de préparer un appel téléphonique ou un rendez-vous avec de potentiels sponsors. N'hésitez pas à faire des simulations entre vous. Lors d'un **contact avec une entreprise** vous devrez réussir à **cerner ses envies**, ses **motivations d'achat**, et **développer des arguments adaptés**. Vous pourrez ainsi leur proposer un support de communication optimal.

**Le premier contact est très important, car c'est ce qui déterminera la qualité d'écoute et l'intérêt de votre interlocuteur.**

<b>Cerner la motivation d'achat de votre interlocuteur</b>	<b>Arguments à développer, attitude à adopter</b>	<b>Intérêts pour l'entreprise</b>
<b>Sécurité</b>	- La Course Croisière Edhec et ses partenaires de prestige (Ernst&Young, Orange,...) - 1 <sup>er</sup> Evénement Sportif Etudiant en Europe - 42 ans d'existence	- Visibilité importante sur le village et sur l'eau
<b>Orgueil</b>	Nom de l'entreprise floqué sur le bateau, sur l'équipement (mer ou terre), sur un stand, ...	- Presse présente sur la course =Retombées médiatiques - 3000 étudiants sur le village
<b>Nouveauté</b>	Evolution de la Course Croisière Edhec vers plus de sportivité et de convivialité	- Présent sur un événement de qualité et reconnu
<b>Confort</b>	- Vous faite tout le travail, le sponsor suit votre projet - Assistez et rassurez dès les premiers échanges	- Méthode simple et rapide pour l'entreprise lui permettant de communiquer sur sa marque
<b>Argent</b>	Montant du sponsoring à définir avec le partenaire en échange de support de communication adapté (flocage de la grand voile, d'un stand, ...)	- Visibilité sur le village et sur l'eau (171 bateaux)
<b>Sympathie</b>	- Se montrer disponible et à l'écoute du sponsor, - instaurer une relation de confiance.	- implication du sponsor - possibilité pour lui de venir sur la course - Suivi du projet





## ⇒ Une fois le contact trouvé

Lorsque vous sentez qu'une entreprise semble intéressée par votre proposition, il est important de bien se renseigner sur elle afin de lui proposer des supports de communication adaptés à ses attentes et à sa politique.

**Il vous faut réfléchir sur les avantages que cette entreprise pourrait tirer d'un tel sponsoring !**

Voici quelques conseils :

1. Proposer un « menu » ou une « carte », c'est-à-dire un package logo + retombées media + opération de RP, ou un prix d'entrée (logo), et découper le budget en tranches.
2. Faire une comparaison avec le prix de la pub : par exemple que donne le budget équipage (7KE) si l'entreprise achetait de l'espace dans les médias locaux. (environ 15 panneaux d'affichage ou ¼ page couleur dans l'édition régionale du quotidien ou 2 jours de spots radio dans une radio avec décrochage régional).
3. Un sponsoring sur un événement présenté comme « immense », avec un budget de 7KE fait douter soit :
  - a. De la réalité de l'événement en soi
  - b. De l'efficacité d'un si petit budget dans un tel événement

Il faut donc « doser » habilement les explications, en disant clairement qu'on en a pour son argent (point 1), et même un peu plus, mais que cela reste au niveau local, rp et pub, et que c'est le dynamisme de l'équipage qui peut faire « exploser » les retombées.

4. Insister sur la participation et le rôle de communication interne d'une telle décision pour l'entreprise : associer le bateau aux offres du Comité d'entreprise (voyage du CE à Brest pour le départ, fête du CE au retour avec l'équipage au complet ...)

Ainsi, une fois le contact établi, envoyez à l'entreprise votre plaquette. Il est important d'obtenir un rendez-vous avec elle afin de pouvoir négocier un partenariat financier dans les meilleures conditions. Faites des mailings réguliers (façon news) pour lui montrer qu'elle n'est pas là seulement pour vous donner de l'argent.





## D. Les supports de communication à proposer à votre partenaire

Pour obtenir un partenariat financier, vous devez proposer à votre sponsor des supports de communication qui lui permettront d'être bien visibles auprès des étudiants. Voilà quelques exemples de supports que vous pouvez lui proposer :

- **Le flocage de votre bateau, voile, équipement**

Vous pouvez proposer à votre partenaire de floquer les zones suivantes :

- Coque  $\frac{3}{4}$  arrière de la coque, pont, roof, cockpit
- Spinnaker en entier
- Mât tiers inférieur
- Bôme moitié arrière

**Les cartes de Port de Pub sont obligatoires pour toute marque de sponsor présente sur votre bateau, voile ou équipement.** Les différentes catégories de cartes et leur prix sont disponibles sur le site de la FFV ([www.ffvoile.org](http://www.ffvoile.org)). Elles vous seront fournies sur la chaîne d'inscription.

Pour le flocage de votre bateau, il vous faut compter environ :

- 50 euros du mètre carré pour une voile
- 35 euros du mètre carré pour la coque
- + frais de dossier (environ 50 euros)

- **Un stand institutionnel sur le village de la course**

C'est un moyen pour votre sponsor d'avoir une visibilité importante sur le village (10000 visiteurs dans la semaine) et auprès des 3000 participants à la Course Croisière Edhec.

Prix = 6000 euros

- **Un cocktail sous le club officiel du village de la course**

Votre sponsor choisira les écoles qu'il souhaite inviter lors de ce cocktail, véritable forum de recrutement informel.

Prix = A partir de 2500 euros (nous contacter pour plus d'informations)



## II. Comment présenter la Course Croisière Edhec à vos partenaires ?

### A. L'événement

La Course Croisière Edhec est devenue en 43 ans le premier événement sportif étudiant d'Europe. Les valeurs qu'elle incarne sont la sportivité, la compétitivité, la convivialité, la passion de la voile, et la joie de partager cette passion avec d'autres étudiants au cours d'une semaine inoubliable. Les valeurs telles que la tolérance, la sportivité, la persévérance sont également celles de beaucoup d'entreprises.

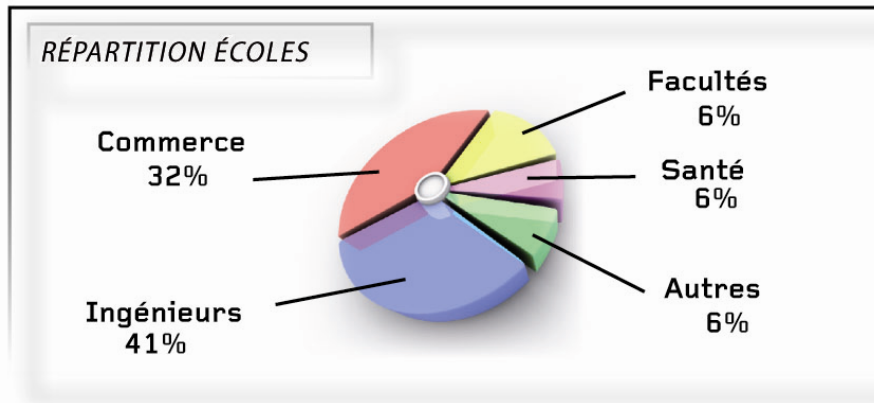
La Course est un événement qui se décompose en plusieurs aspects :

- Le **Trophée Mer**, qui réunit chaque année près de 171 bateaux, se déroule sous forme de parcours tactiques et côtiers dans la baie de Brest. Une nouveauté cette année : un port escale est organisé à Douarnenez!
- Le **Trophée Terre** a fêté l'année dernière son 17<sup>ème</sup> anniversaire ! Ce raid sportif, réunissant 150 équipes se déroule dans l'arrière pays Breton et propose des activités sportives qui mettront les participants à rude épreuve (VTT, Bike&Run, descente en rappel, tir à l'arc, canoë, course à pied...). Un bivouac est même prévu.
- Le **Village**, animé par les stands étudiants sponsorisés par des entreprises désireuses de se faire connaître dans le milieu étudiant, et d'affiner leur politique de recrutement. Sur une semaine, près de 10000 passages sur le village... de quoi mettre à profit les moyens mis à cotre disposition pour être visible. Un trophée animation est organisé pour les étudiants, trophée pendant lequel les écoles s'affronteront dans des tournois sportifs (Beach Rugby, Beach volley, ...).

### B. Les chiffres clés de la 42e Course Croisière Edhec

1<sup>er</sup> Evénement Sportif Etudiant en Europe  
171 bateaux  
150 équipes Trophée Terre  
3000 étudiants présents sur le village  
Plus de 22 nationalités en 2010  
12 000 m<sup>2</sup> de village  
10 000 visiteurs sur la semaine  
400 articles de presse  
1,4 millions de pages vues sur le site [www.ccedhec.com](http://www.ccedhec.com)

## Répartition des étudiants présents sur la Course Croisière Edhec



### C. Les retombées médiatiques de la Course Croisière Edhec

Ces diagrammes regroupent l'ensemble des journaux, sites internet, radio, chaînes de télévision dans lesquels la 42e Course Croisière Edhec a fait l'objet d'un article, d'un reportage, d'une émission radio... Vous pouvez vous en servir pour montrer à votre potentiel partenaire que l'événement est largement médiatiquement couvert ! De nombreux équipages se font interviewer, c'est alors un moyen pour eux de vanter les mérites de leur partenariat.

#### Les retombées médiatiques



##### Retombées Radio : 1h08 minutes

- **NRJ**: 1 interview de 1min30 dans les news du Flash de 6h30
- **NRJ Lille**: 1 interview de 1min30 dans les news du Flash de 6h30
- **RTL 2**: 20 spots en Décembre, 10 min  
28 spots CCE en Avril, 10 min  
28 spots Pop Rock en Avril, 10 min  
Campagne Speak: 30 min
- **Chérie FM**: 1 interview de 1min30 dans les news du Flash de 6h30
- **France Bleu Breizh (Région Bretagne)**:  
- 1 interview de 1min25 dans le journal de 12h  
- 1 reportage de 2min30 sur la Course Croisière Edhec avec intervention du Président et de plusieurs équipages



## Les retombées médiatiques

**LE FIGARO**

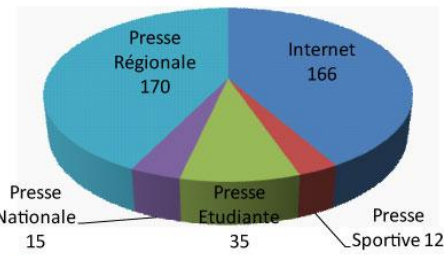
**la Croix**

**VOILES**

**Le Point**

**le Parisien**

### Presse écrite: 398 articles



**ouest france**

**LE JOURNAL DES GRANDES ECOLES**

**SUD OUEST**

**Le Télégramme**

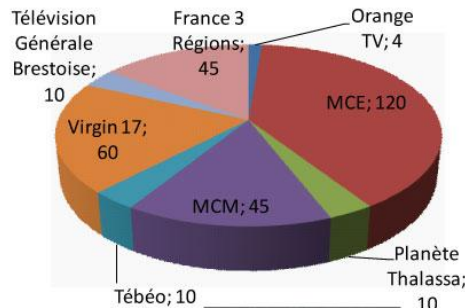
**LA VOIX DU NORD**

ÉVÈNEMENT SPORTIF ÉTUDIANT D'EUROPE



## Les retombées médiatiques

### Retombées Télévision : 4h44 minutes



**Virgin**

**Tvb**

**Tébéo**

ÉVÈNEMENT SPORTIF ÉTUDIANT D'EUROPE



**france 3**

**orange™**

**PLANÈTE THALASSA**



## SYNTHESE

### Les démarches

- Cibler les entreprises en fonction du public qu'elles visent ou de l'impact qu'elles recherchent (recrutement, impact médiatique, ciblage de jeunes consommateurs...).
- Se renseigner sur l'entreprise (sur les événements qu'elle sponsorise déjà) au plus vite afin d'éviter que le budget de l'entreprise soit bouclé au moment de vos démarches.
- Diversifier les sponsors et ne pas hésiter à contacter tout type d'entreprise, même les plus petites.
- Assurer un suivi du dossier auprès des médias et de vos partenaires.
- Utiliser ses propres contacts, ils se révèlent souvent très efficaces.

### Constituer un véritable dossier

Elaborer une plaquette personnalisée pour votre projet qui précise :

- Les **chiffres significatifs de la Course** (retombées médiatiques, nombre d'étudiants...) et une présentation de notre événement ainsi que ses valeurs.
  - Ce que vous pouvez leur offrir en termes de **supports de communication** (flocage des voiles, vestes de quart, articles de presse...)
  - Le **budget détaillé** dont vous avez besoin : vous pouvez faire différentes propositions suivant le montant demandé.
  - Présenter les supports de communication que nous mettons à votre disposition :
- ✓ Le club officiel pour d'éventuels cocktails avec les étudiants, clients et entreprises
  - ✓ Les reportages photos et posters réalisés par notre photographe officiel
  - ✓ Les stands qui assurent une présence permanente sur le village

**NB : beaucoup d'équipages s'autofinancent donc n'hésitez pas à économiser, organiser des soirées, faire des baby-sittings,... !!!!**

N'hésitez pas à nous contacter pour des renseignements supplémentaires.  
Contacts : equipages@ccedhec.com

Amédée d'Hambure et Pauline Vignand