

## **CONTENU DE LA PROPOSITION DE COMMANDITE**

### **1. Lettre de présentation**

La lettre doit être adressée au responsable des commandites ou du marketing de l'entreprise avec laquelle on souhaite s'associer. Elle mentionne la raison de l'envoi, résume le projet proposé, souligne les points forts (originalité du projet, dates de réalisation, solidité de l'équipe de réalisation et du plan de communication, les catégories de commandites, le délai de réponse souhaité) de la proposition afin d'inciter à lire la proposition en entier.

### **2. Page couverture**

Elle comporte une image/illustration attrayante en lien avec le projet proposé, la mention proposition de commandite, le nom du promoteur et le titre du projet.

### **3. Historique du projet**

On mentionne si c'est la première fois ou non que le projet est réalisé. Si c'est le cas, on indique en quoi le projet est unique et se démarque de projets similaires. Si le projet a déjà été présenté, indiquer le succès obtenu (nombre de personnes présentes, rayonnement médiatique, partenaires antérieurs, présence d'invités de marque, etc.). Vous pouvez faire référence en annexe à une revue de presse, s'il y a lieu.

### **4. Présentation des promoteurs**

Présenter le promoteur derrière le projet (collectif d'artistes ou organisme artistique : l'équipe de réalisation en faisant ressortir l'expérience et l'expertise développée pour susciter la confiance de l'entreprise choisie. Vous pouvez faire référence à des lettres d'appui ou des témoignages en annexe, s'il y a lieu.

### **5. Concept et public cible**

Quel est le thème du projet? Comment se déroulera-t-il? À qui s'adresse le projet? (ex. jeune public, personnes âgées, grand public). Mentionner les catégories d'âges visés, la provenance du public, ses habitudes, ses intérêts (on doit donner le plus de détails possible au futur partenaire). Combien de personnes assisteront à votre projet ou seront rejointes par celui-ci?

## **6. Plan de communication**

Mentionner de quelle façon vous utiliserez les outils de communication pour faire connaître votre projet auprès de votre public cible:

- Communiqué de presse (envoyé quand et à quels médias? Aurez-vous recours au service d'un attaché de presse?)
- Conférence de presse (organisée où et quand s'il y a lieu)
- Partenariat média?
- Entrevues (quand et dans quels médias?)
- Publicité (pleine page, demi-page, ¼ de page, dans quel média, quand et pendant combien de temps?)
- Affiches, flyers (combien? distribuées où, quand et pendant combien de temps?)
- Envoi courriel (à combien de personnes? Quels types de personnes? Combien de fois?)
- Réseaux sociaux (quel type de nouvelles communiquerez-vous sur votre projet? Combien avez-vous d'admirateurs? À partir de quand communiquerez-vous des nouvelles au sujet du projet? À quelles pages vous abonnerez-vous? Comment inciterez-vous les admirateurs à participer à votre projet?)
- Site internet (votre projet est-il référencé sur le web? Quels autres sites mentionnent le vôtre?)

## **7. Visibilité offerte**

Établir la liste des supports sur lesquels vous pouvez offrir de la visibilité et diviser les selon l'importance des catégories de commandite. Fournir idéalement du visuel donnant une meilleure idée à l'entreprise sollicitée de l'emplacement et de la taille des logos des commanditaires.

Ajouter des avantages pour augmenter la valeur et l'attrait de la commandite: section réservée, cocktail VIP, rencontre avec les artistes, possibilité pour l'entreprise de tenir un kiosque lors de la première, etc.

## **8. Coordonnées pour vous joindre**

### **9. Annexes**

- Revue de presse (s'il y a lieu)
- Lettre d'appui d'une personnalité importante ou influente, d'un partenaire, etc.

## **10. Entente**

Une fois que vous vous êtes entendus sur la commandite avec l'entreprise sollicitée, il importe de confirmer le tout par écrit. Indiquer les coordonnées des deux parties et résumer l'entente. Vous pouvez faire référence dans l'entente au plan de visibilité en annexe. Profitez-en pour inscrire la date de remise du logo par le commanditaire et le format nécessaire puis déterminer des dates limites pour la vérification du matériel par le commanditaire.