



MODULES DE FORMATION

GESTION DE CLUB SPORTIF

POUR MEMBRES DE COMITÉ

**Sources de financement et
subventions**

Bienvenue!

Vos intervenants:

Julien Echenard

Chef de secteur promotion et développement du sport -SEPS

Joël Brunisholz

Chargé des subventions & manifestations – SEPS

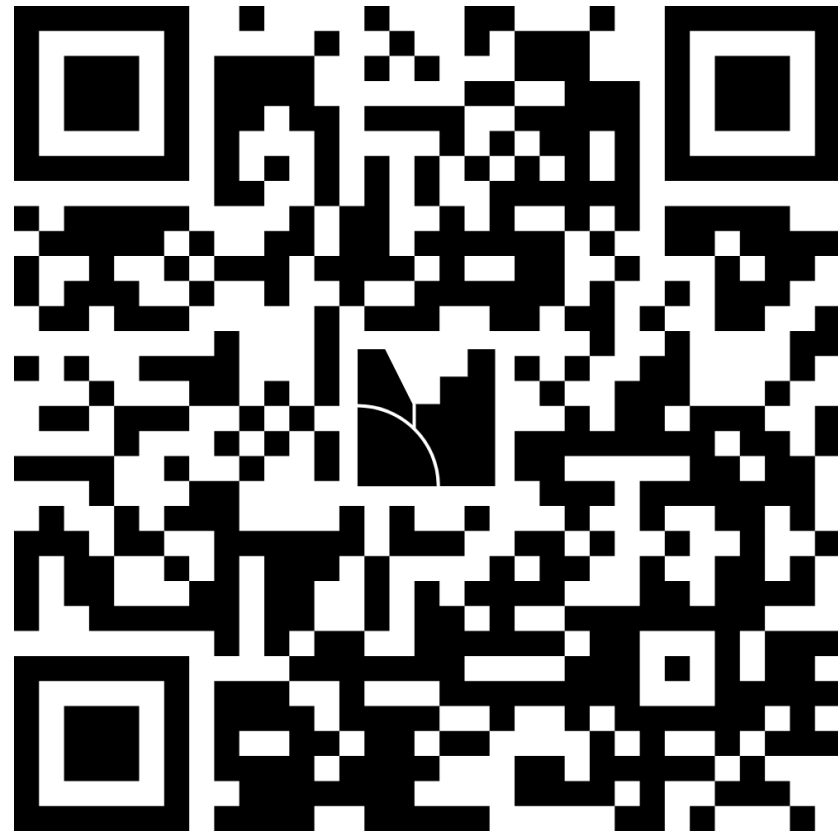
Rafaël Binggeli

CEO – Agence Sponsorize

Ordre du jour

1. Sondage
2. Système politico-administratif du sport suisse et cantonal
3. Financements publics
4. Financements privés
5. Financements propres

Sondage



T 6.2 Recettes des clubs de sport

	Proportion dans les recettes totales (en %)	Evolution de la proportion dans les recettes totales 2022-2016 (en points de %)	Proportion de clubs présentant des recettes correspondantes (en %)
Cotisations des membres	31,8	-0,4	95,6
Publicité/sponsors	14,2	0,5	37,8
Recettes de cours et leçons	6,3	2,4	17,2
Contributions Jeunesse+Sport (J+S)	6,1	0,7	42,8
Dons	5,1	2,1	48,4
Recettes de restauration	5,0	-3,3	39,8
Aides provenant de la commune, du canton, de la Confédération	4,4	0,0	37,1
Fonds des mesures de stabilisation pour la protection des clubs contre les conséquences de la pandémie	3,1	*	17,2
Actions spéciales	2,5	-1,9	16,3
Prestations pour le compte de tiers (redevances pour la salle, les appareils, etc.)	2,4	0,6	10,9
Droits d'entrée (pour des manifestations sportives)	2,2	0,4	8,9
Frais de participation (manifestations sportives et sociales)	2,1	-1,1	20,6
Intérêts et loyers	2,0	-0,3	16,5
Contributions exceptionnelles	1,6	-1,6	18,4
Aides provenant de gains de loterie	1,6	-0,8	19,8
Aides de fédérations sportives	1,3	0,3	11,1
Finances d'admission	1,2	0,2	6,6
Autres aides	1,1	0,1	8,3
Autres recettes	6,0	-1,1	34,8



Financement du club

- La base de la politique du club avec l'engagement bénévole et l'accès aux installations
- Des finances stables permettent de développer le club
- Attention à une dépendance à une source unique
- Nécessité de diversifier les sources de financement et les sécuriser autant se faire que peut

A decorative border surrounds the central white text area. It features various sports-related items: a blue and white soccer ball at the top left, a yellow and green soccer ball at the top center, a blue and black soccer ball at the top right, a green and white soccer ball at the bottom left, and a red and white soccer ball at the bottom right. A portion of an orange basketball is visible on the left side.

1. Système politico-administratif du sport suisse et cantonal

Historique de la politique sportive fédérale

- Tout d'abord, sous le prisme de l'Armée dans les années 1870
- Introduction d'un art. dans la Loi sur l'organisation militaire, rendant l'enseignement de l'éducation physique obligatoire
- 1970: affranchissement de la fonction militaire
- 1972: Loi Fédérale sur l'encouragement de la gymnastique et du sport
- 1999: création de l'Office Fédéral du sport (OFSP)
 - 5 objectifs stratégiques:
 - La santé, l'éducation, la performance, l'économie, le développement durable

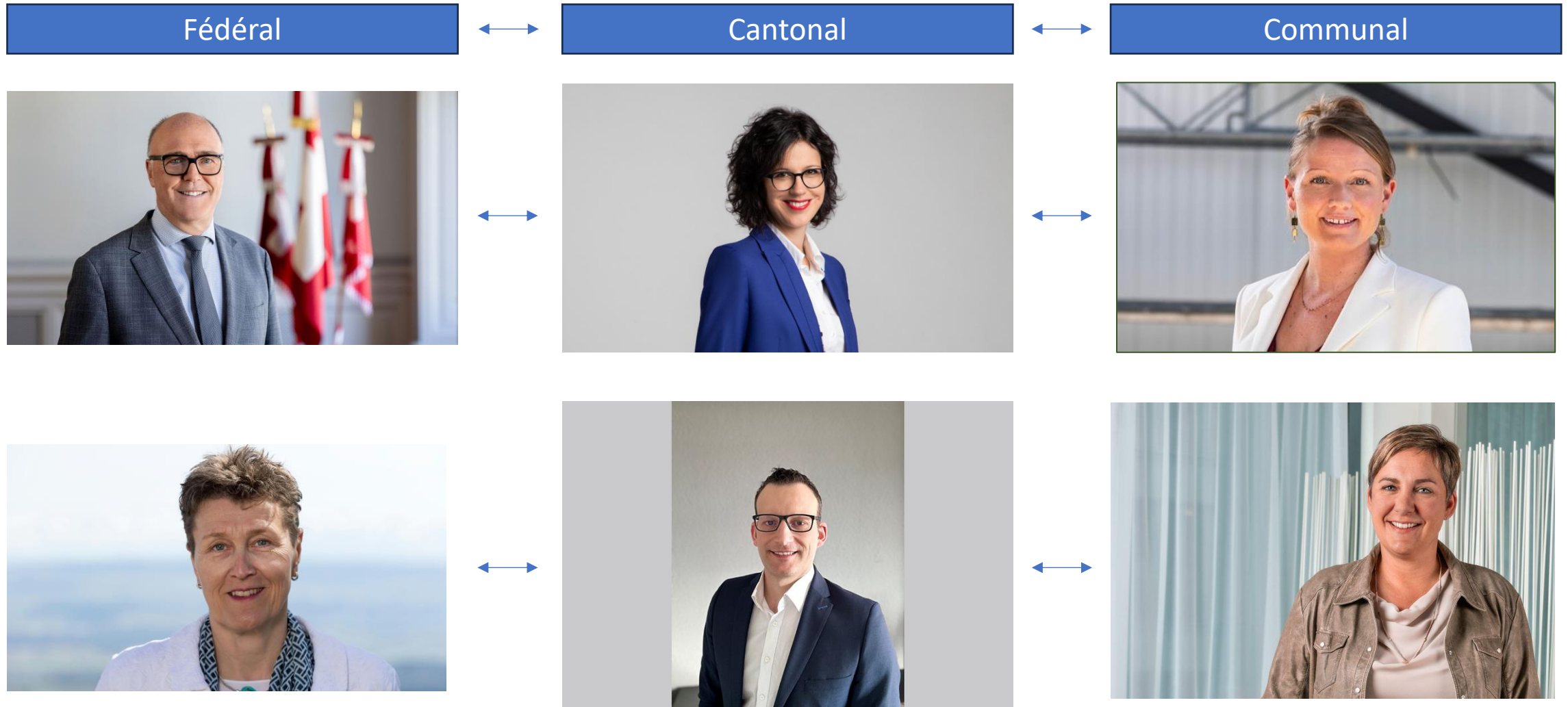


Une politique co-construite et une gouvernance multiple

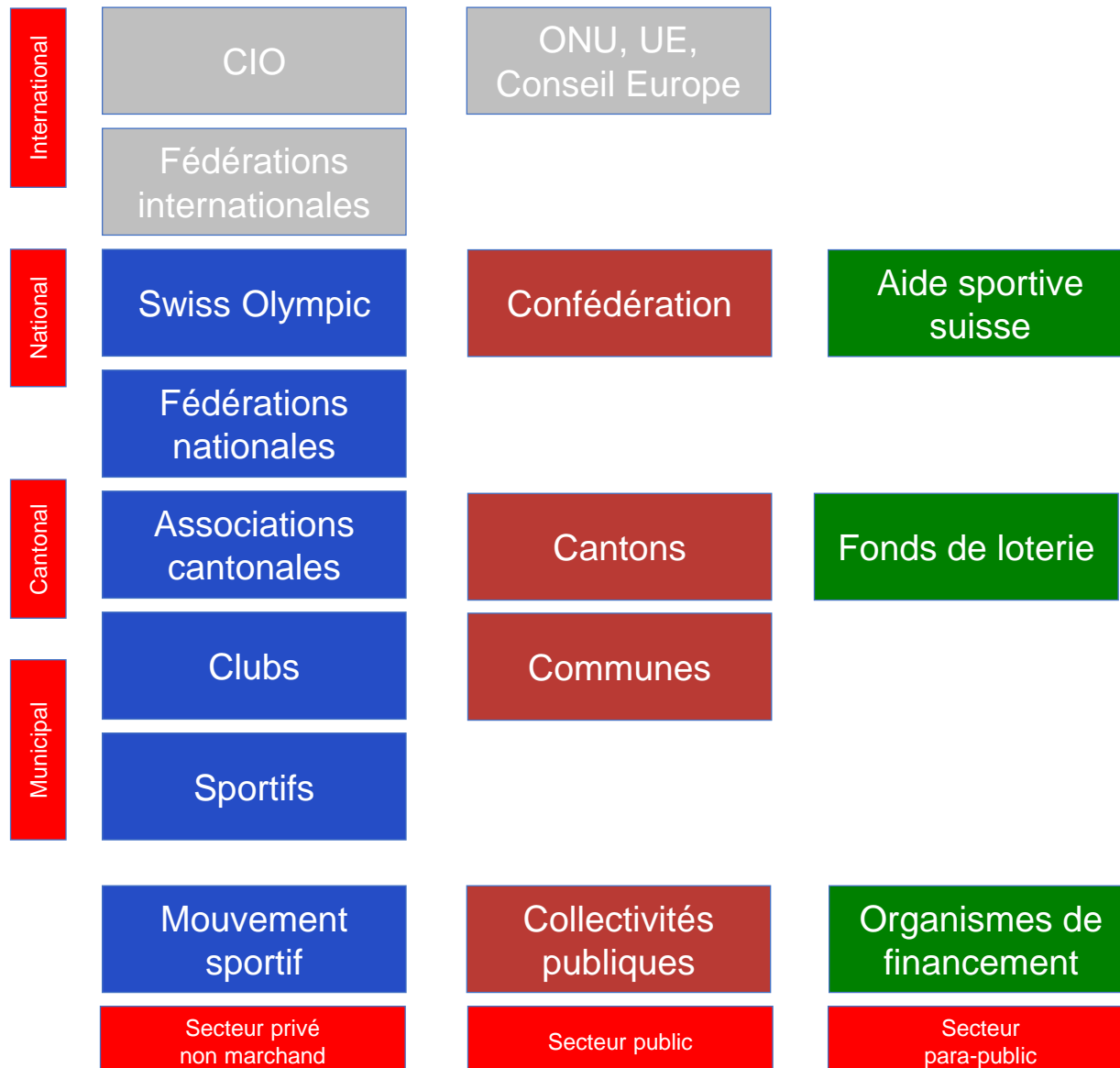
La politique du sport en Suisse est une politique :

- **co-construite** entre des **acteurs publics et privés**
- qui s'inscrit dans **un système fédéral** (national, cantonal, communal)
- avec des interventions publiques **multisectorielles** (sport, économie, santé, aménagement,...).

Une politique co-construite et une gouvernance multiple

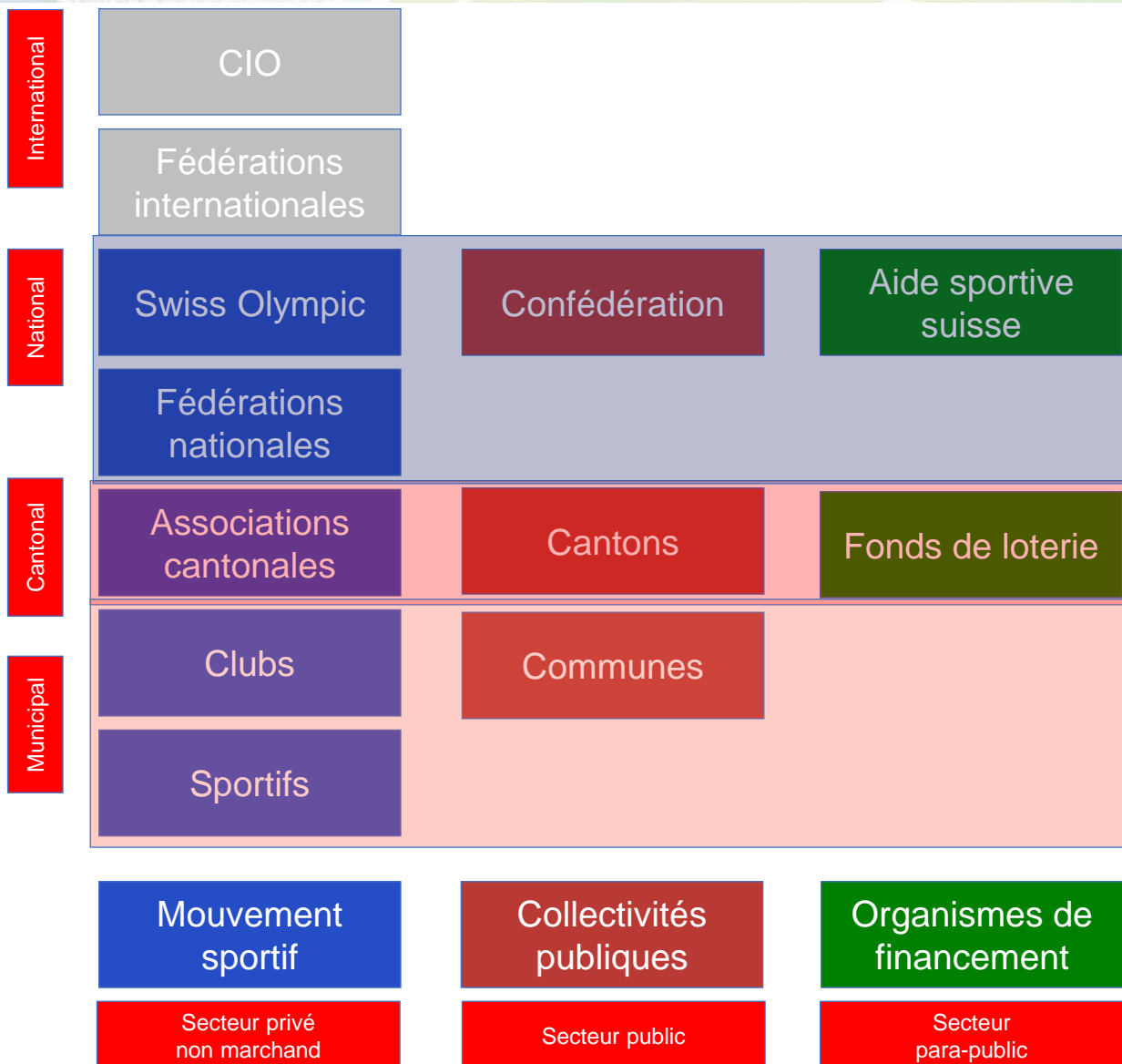


Des acteurs publics et privés



La gouvernance du sport suisse:
publique et privée

Un système fédéral



La gouvernance du sport suisse:
publique et privée

Les différentes compétences sont réparties entre **Confédération, cantons et communes** conformément au **principe de subsidiarité**

Selon **le principe de subsidiarité**, la responsabilité d'une action publique, lorsqu'elle est nécessaire, doit être allouée à la plus petite entité capable de résoudre le problème d'elle-même.

Exemple: les infrastructures sportives

3. Les soutiens publics et parapublics

Niveau fédéral – Jeunesse+Sport

Réduction des aides Jeunesse+Sport: le monde sportif monte au créneau

Suisse

Modifié le 23 juillet 2025 à 20:44

Résumé de l'article ▼

Partager



La fronde s'organise contre les coupes fédérales dans le programme Jeunesse et Sport / La matinale / 1 min. / le 26 juin 2025

Volte-face du Conseil fédéral qui augmente finalement le budget du programme Jeunesse+Sport

Suisse

Modifié le 13 septembre 2025 à 14:50

Résumé de l'article ▼

Partager



Face aux critiques, le Conseil fédéral vole au secours de Jeunesse et Sports / 12h45 / 1 min. / le 13 septembre 2025

Niveau fédéral – Jeunesse+Sport

- Plus de 50 ans d'existence
- Soutien à la relève
 - 10 à 20 ans → sport des jeunes
 - 5 à 10 ans → sport des enfants
- Formation d'entraîneurs
- Groupes utilisateurs (GU) différents
 - Selon le type de sport
 - Selon le contexte (associatif vs écoles/communes)
- Gestion par chaque canton



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Office fédéral du sport OFSPO



Niveau fédéral – Jeunesse+Sport



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Office fédéral du sport OFSPO



- Avoir un coach J+S (responsable administratif)
- Annonce préalable
 - BDNS
- Formation d'entraîneurs et continue
 - Assurance Perte de Gain (APG), uniquement pour les formations organisées par J+S (sauf les fédérations).
- Versement au club →
 - 80% à la clôture de l'offre
 - 20% en début d'année suivante (janvier)
 - Part pour le Coach J+S versée au club (10% de la totalité de subventions)

Les 80% de la subvention sont versés à la clôture de l'offre J+S. Le versement du solde (20% au maximum) est effectué au début de l'année suivante, au moment du décompte final, en fonction du crédit J+S disponible.
- Matériel en prêt

Niveau cantonal – Etat de Vaud

Grand Conseil vaudois

Le Canton adopte une politique sportive ambitieuse et pionnière

Les députés ont validé mardi le contre-projet à l'initiative populaire sur le sport. Le texte reconnaît son rôle essentiel pour la santé et la cohésion sociale.

Publié: 03.06.2025, 12h59



- Contre-projet du Conseil d'Etat accepté en juin 2025 par le Grand Conseil
- Augmentation substantielle et progressive du budget de fonctionnement



Niveau cantonal – Etat de Vaud

- Soutien aux structures sport-études des associations cantonales
- *Soutien aux centres régionaux de performance*
- *Soutien pour des projets spécifiques dans le cadre de l'intégrité, du fair-play, de l'inclusion et de la promotion des filles et des femmes dans le sport (appel à projet, etc.)*
- Soutien à la mise sur pied de pratique non compétitive dans les sports collectifs
- *Doublement des subventions J+S (horizon 2027)*

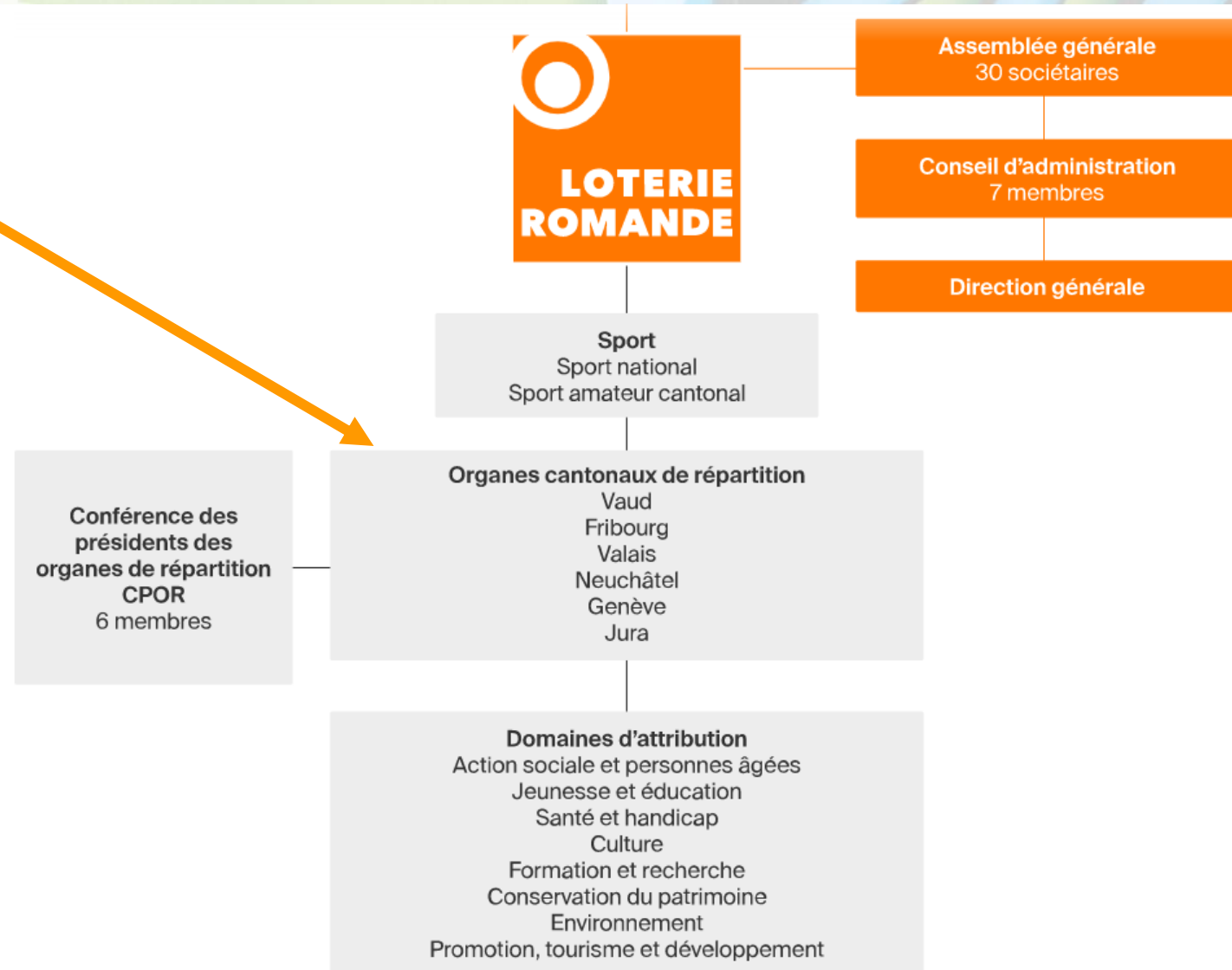


Niveau communal

- Communes
 - Mise à disposition d'infrastructures sportives (gratuité ou loyers réduits)
 - Subventions
 - Tendance à la valorisation des subventions indirectes de la part des communes

Fondation « Fonds du sport vaudois » – FFSV

- Fondation de droit public
- Nomination des membres du CF par le Conseil d'Etat
 - 11 membres
 - Secrétariat: 3 personnes
- Redistribution des bénéfices de la Loterie Romande
 - 1000-1'200 demandes annuelles
 - Somme totale variable





FFSV – Soutiens directs aux clubs

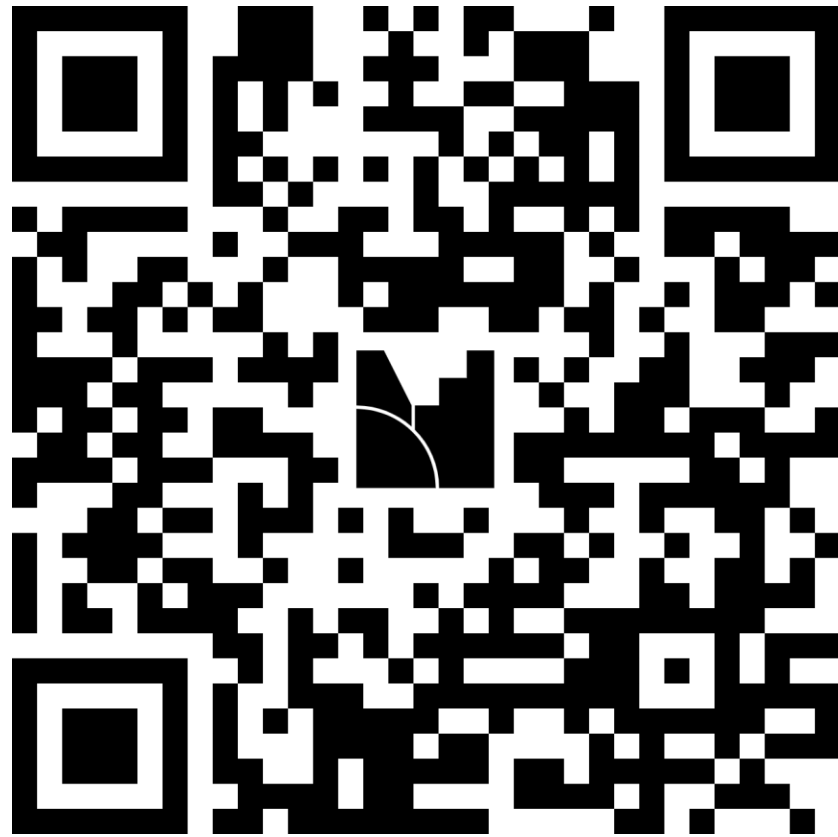
- Infrastructures
- Achat de matériel (y.c. bus)
- Manifestations sportives de tout niveau + CE/CM
- Clubs de l'élite en sport collectif
- Projets particuliers



FFSV – Octopus

- Système de demande en ligne via Octopus
- Plus d'infos: <https://ffsv.ch/>

Réflexion



Prendre connaissance de la politique sportive communale et cantonale

La recommandation

- S'intéresser à **la politique locale** et aux changements qui interviennent dans la gestion politique et administrative, aller à la rencontre des élus et de l'administration
- Participer **aux activités organisées par la commune** (festival des sports, fêtes du 1^{er} août, etc.)



Connaître les priorités politiques et s'y aligner

La recommandation

Chaque commune et chaque canton a des priorités. Un club qui montre que son projet répond directement à ces priorités parle la même langue que les autorités.



Entretenir une relation régulière

La recommandation

- Construire une **relation de long-terme** entre le club et les représentants des collectivités publiques (élus à l'exécutif, conseillers communaux, administration communale) en faisant des points de situation réguliers sur les apports du club à la population locale
- Documenter les besoins du club



Anticiper les demandes

La recommandation

- Les collectivités planifient leur budget longtemps à l'avance. Une demande déposée trop tard est presque systématiquement refusée, même si elle est pertinente.
- Les clubs doivent donc préparer leurs projets, budgets et demandes de soutien 8 à 12 mois à l'avance.

Q & A ?



Pause 😊

4. Financements privés

Question



Pour vous, qu'est-ce que signifie le “sponsoring” ?

Sponsoring vs Mécénat

Sponsoring

- Partenariat commercial ayant pour objectif le retour sur investissement pour le sponsor
- Volonté de tirer profit de la valeur ajoutée du projet sponsorisé par différents gains : image, notoriété, hospitalité, commerciaux
- Orienté sur des contre-prestations (peut-être assimilé à un achat de prestations avec une porteuse émotionnelle)

Mécénat

- Volonté de soutenir un projet basé sur ces valeurs et son impact culturel, sportif, sociétal, social, etc.
- Volonté d'être impliqué dans le projet : participation dans le projet, donner une voix, suivre l'évolution
- Contrôle des budgets et du respect des dépenses vis-à-vis des objectifs soutenus
- Basé sur un désir de contribuer et non de réaliser des gains

Sponsoring vs Mécénat

	Sponsoring	Mécénat
Objectifs	Générer des retombées économiques et/ou d'image pour l'entreprise.	Soutenir une cause ou un projet d'intérêt général sans attendre de retour direct ou commercial.
Focus	Relation contractuelle avec des obligations réciproques entre le sponsor et le détenteur de droits.	Approche philanthropique, souvent sans contrepartie obligatoire pour le mécène.
Cible	Public cible précis et segments de marché alignés avec les objectifs commerciaux de l'entreprise.	Communautés ou causes d'intérêt général.
Echéance	Souvent à court ou moyen terme, lié à la durée d'un événement ou d'une campagne.	Engagement souvent à long terme, avec des effets immédiats moins visibles.

Vision Sponsoring

Apprendre à parler le langage des entreprises

- Ne jamais parler de «soutien» mais de partenariat et de création de valeurs
- Se mettre à la place d'un sponsor (entreprise à but lucratif) et comprendre comment elle pourrait générer du profit grâce à notre organisation
- Il n'y a pas de corrélation entre le montant reçu et l'utilisation que vous en faites. Le sponsor s'attend simplement à recevoir les droits que vous lui avez promis.

Structure Sponsoring

- Une entreprise achète des **DROITS** à un détenteurs de droits qui lui donne un accès privilégié à certains éléments liés à la propriété intellectuelle de ce dernier :
 - Accès à des espaces exclusifs
 - Accès à des communautés particulières
 - Accès à un savoir-faire spécifique
 - Droit d'utilisation de l'image et du logo du détenteur de droits
- Elle **ACTIVE** ensuite ces droits par le développement et la mise en place de campagnes et actions tangibles (**ACTIVATIONS**) en mettant à profit les droits obtenus
 - Organisation d'événements (accueil, parking, catering, sécurité, etc.)
 - Conception et création de stands
 - Création de produits co-brandés
 - Création de contenu (vidéos, photos) mettant en avant l'univers du détenteur de droits
- Pour finir, elle **MESURE** l'impact de ses activations pour déterminer un Retour Sur Investissement

Pensez création de valeurs, pas visibilité

- Aller au-delà des valeurs du sport pour comprendre votre valeur en tant qu'organisation.
- Travailler avec ses sponsors pour se développer mutuellement → ne pas les considérer uniquement comme des bailleurs de fonds.
- Réfléchir à ce que l'on peut proposer aux sponsors en fonction de leurs objectifs.
- Ne pas se limiter à un logo.



Quels sont selon vous les objectifs d'une entreprise à travers le sponsoring ?

Les objectifs d'un sponsor



Interagir avec la
communauté locale

Se différencier

Vendre des produits &
Services

Gagner en notoriété

Développer la relation avec
les clients

Profitez de votre savoir-faire

Animer ses collaborateurs

Comprendre votre propre valeur

1. Quelles sont les valeurs fortes de votre club ou association ? (maximum 3)
2. Quelles sont vos communautés ? (physiques, digitales, spectateurs, membres, sportifs, bénévoles, etc.)
3. Quels sont vos outils de communication et comment pouvez-vous aider des entreprises à obtenir des clients ?
4. Dans quel contexte votre sport ou votre activité peut-il être utile à une entreprise ? (ex. animations internes, team building, événements clients, etc.)
5. Comment pouvez-vous créer du lien avec les entreprises locales ? (logo, projets communs, engagement sociétal)
6. Quels sont les moments-clés (événements, matchs, etc.) auxquels vos partenaires peuvent participer ?
7. Comment assurer une visibilité qualitative à vos sponsors ? (au-delà d'un logo simple)

Sponsors → Partenaires

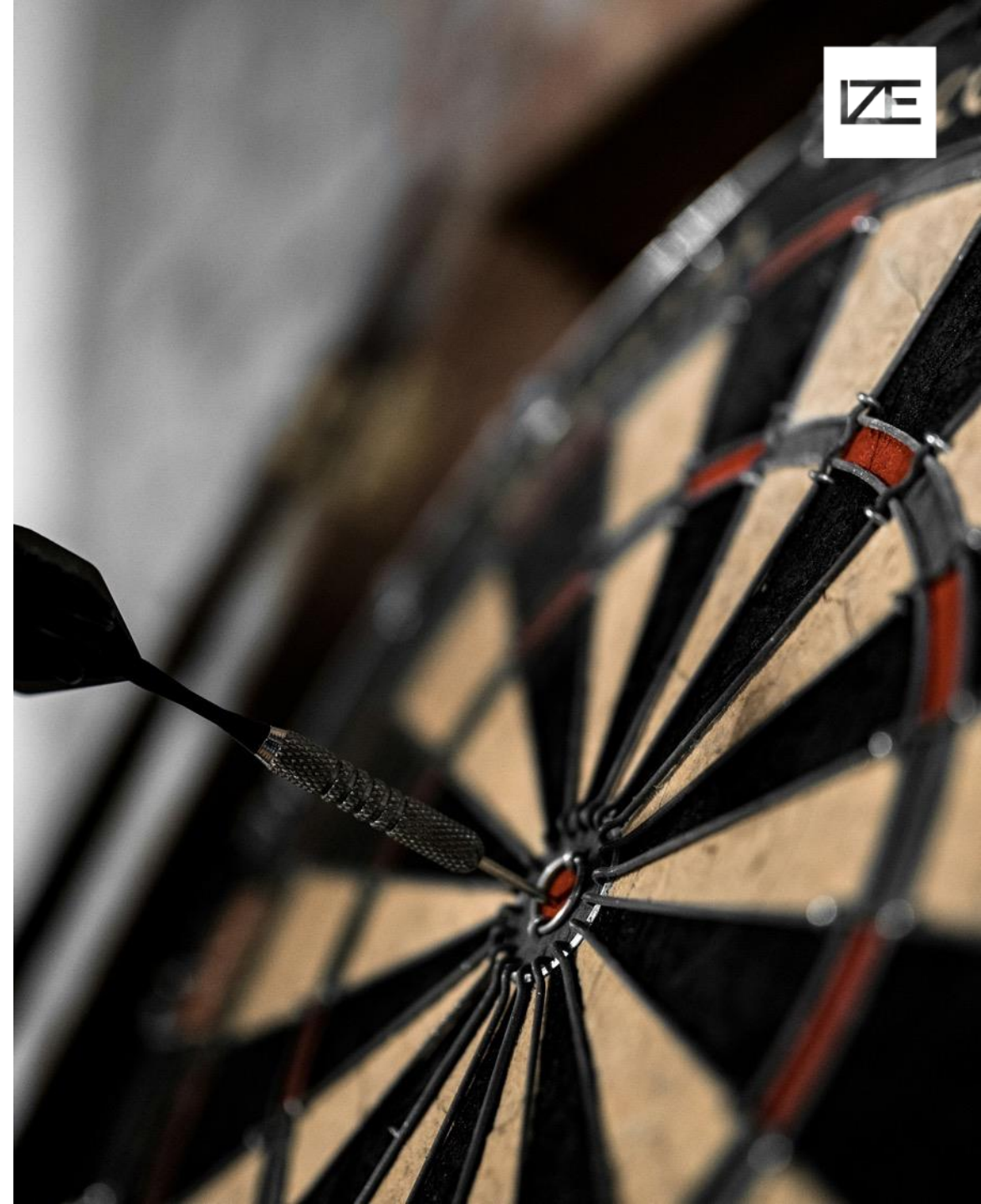
Un **sponsor**, c'est un soutien financier avec une présence logo...

...Un **partenaire**, c'est une organisation avec laquelle vous co-créez de la valeur.

Une évolution étape par étape → ne contactez pas le siège international de Nike demain

Le ciblage des partenaires

- Identifier les partenaires susceptibles d'être intéressés par la valeur que vous pouvez leur apporter.
- Cibler les acteurs locaux afin de créer une véritable dynamique communautaire.
- Collaborer entre associations sportives d'une même commune pour créer des synergies, vous n'êtes pas concurrents, mais alliés sur un même territoire.



Les outils de la recherche de partenaires

- **Dossier de partenariat** : document de présentation global du projet et de sa valeur pour les partenaires.
- Événements : moments-clés pour mobiliser, fidéliser et activer les partenaires.
- Offres de partenariat structurées : valorisation claire des droits et des prestations associées.
- Présentation personnalisable : support adapté aux rendez-vous et propositions sur mesure.
- Message de prise de contact : formulation professionnelle pour initier la discussion.
- Modèle de contrat de partenariat : cadre juridique clair et équilibré.

Combien demander ? (Valorisation)

- La valeur de vos droits sponsoring dépend du marché, et non d'une valeur absolue.
- Prenez en compte les coûts que ces droits génèrent de votre côté afin d'éviter les partenariats à perte.
- Valorisez à la fois le cash et les contre-prestations qui permettent de réduire certains postes de votre budget → il est souvent plus facile d'obtenir des contre-prestations.
- Créez différents niveaux de partenariat en fonction des montants investis et des avantages associés.



Formes de Sponsoring



Sponsoring financier (cash)

Le sponsor fournit un budget dédié, en espèces ou via un virement, pour financer une partie ou la totalité du projet.



Sponsoring en nature (barter)

Le sponsor propose des biens ou des services (produits, hébergement, matériel, publicité, etc.) en échange de visibilité.



Sponsoring mixte

Combinaison de cash et de barter



Partenariats médias

Soutien éditorial, visibilité sur des canaux médiatiques, etc.

Contact

RAFAËL
BINGGELI
CEO

Sponsorize – Agence de Sponsoring

T : +41 (0) 22 506 86 47

Email : rafael.binggeli@sponsorize.ch





Autres

- Recherche de donateurs
 - Création de dossier axé sur l'engagement social et de santé publique
- Crowdfunding
 - Projet spéciaux.
 - Prévoir des contreparties intéressantes

5. Financements propres



Les cotisations

- Souvent la base du financement
- Payer le prix juste mais ne pas freiner les adhésions
- Prix adaptés selon public
- Cotisations élevées et déduction selon engagement bénévole



Evènements

- La fin des lotos ?
- Festif et/ou sportif
- Trouver l'évènement rentable
- Collaboration avec les autres clubs et sociétés ainsi et avec la commune



Divers

- Les fameuses fondues
- Equipement du club
- Cours/camps
- Location d'insallation, d'équipements
- Prestations pour des non membres



Q & A ?

Conclusion

**Merci pour votre présence
attention et participation!**

Bon retour dans vos clubs 😊