



artsVest^{MD} National Phase 2

Rapport de résultats

1^{er} avril 2012 – 30 septembre 2013

*Préparé par Aida Aydinyan
Vice-présidente, finance et opérations, Les affaires pour les arts*

I. DESCRIPTION DU PROGRAMME

Programme administré par :

L'association *Les affaires pour les arts*, fondée en 1974, s'engage à renforcer l'art et la culture au Canada en rapprochant les organisations artistiques des investisseurs, des bénévoles et des représentants ainsi qu'en fournissant les ressources nécessaires pour que les arts et les chefs d'entreprise établissent et maintiennent des partenariats fructueux. Pour plus d'informations, veuillez consulter le site web www.businessforthearts.org.

Titre du Programme :

artsVest^{MD} National

Début et fin du programme :

1^{er} avril 2012 – 30 septembre 2013

Résumé du programme :

artsVest^{MD} est un programme incitatif de fonds de contrepartie et de formation sur la commandite organisé par l'association *Les affaires pour les arts*, financé par le Fonds du Canada pour l'investissement en culture, par des partenaires provinciaux et municipaux et bénéficiant notamment du soutien matériel de différentes organisations culturelles locales implantées dans chaque province et ville canadienne. Les objectifs du programme est d'encourager les investissements dans les arts en offrant des fonds de contrepartie, d'offrir une formation sur la façon d'inciter des commandites d'entreprise grâce aux fonds de contrepartie, et de faciliter la création de partenariats entre les secteurs public, privé et culturel pour aider au développement des biens culturels au niveau local. Le programme est composé de trois volets :

Formation sur la commandite : Beaucoup de petites et moyennes organisations artistiques et culturelles manquent d'expérience et de confiance pour convaincre les entreprises de devenir des partenaires financiers importants et d'appuyer leurs efforts de création. En conséquence, elles ne savent pas profiter de cette manne financière. artsVest^{MD} fournit la motivation et l'encadrement nécessaires pour maîtriser l'art de la commandite et approcher le milieu des affaires. Des ateliers de formation approfondie offerts par des formateurs sur la commandite artsVest^{MD} ainsi que des activités de réseautage dans chaque communauté donnent aux responsables artistiques la possibilité de créer des liens avec des partenaires financiers potentiels. En plus de ces ateliers de formation approfondie, artsVest^{MD} assiste également le secteur culturel local tout au long de l'année. En permettant aux organisations artistiques de maîtriser tous les domaines de la commandite, depuis l'élaboration d'une stratégie jusqu'à la rédaction d'une demande, artsVest^{MD} renforce la capacité de ces organisations artistiques à tisser des liens avec le milieu des affaires, à obtenir des commandites majeures, à générer de nouveaux revenus et à les diversifier.

Un programme incitatif de fonds de contrepartie : Les organisations culturelles des communautés sélectionnées par le programme artsVest sont invitées à déposer leur candidature pour recevoir des fonds de contrepartie qui, utilisés comme mesure d'incitation, leur permettront d'attirer des commandites d'entreprise pour l'un de leurs projets ou de leurs programmes et d'offrir ainsi au secteur privé local la possibilité de doubler l'impact de leur investissement. Ces organisations ont

ensuite jusqu'à six mois pour trouver des commandites d'entreprise et déposer leur contrat de commandite signé par leur nouveau partenaire financier.

Organisation de journées communautaires : artsVest^{MD} est un excellent outil pour impliquer les dirigeants des municipalités et des collectivités issus de tous les secteurs autour d'un objectif commun pour encourager la culture dans leurs communautés. Lorsque le programme artsVest^{MD} est inauguré dans une communauté, des activités de renforcement de la communauté et de réseautage sont organisées et rassemblent les dirigeants issus des secteurs public, privé et culturel derrière l'idée commune que l'art et de la culture sont essentiels à la communauté. Ces activités offrent la possibilité de mieux connaître les gens qui forment la communauté et de discuter de la meilleure façon de rassembler les secteurs financiers et culturels locaux. Elles proposent des tables rondes sur le monde des affaires et panels d'invités qui travaillent dans l'entreprise. artsVest^{MD} met en relation le secteur financier et les dirigeants municipaux avec les responsables culturels afin de créer des partenariats financiers durables pour les arts et de réaliser des projets culturels municipaux.

Grâce au financement du Patrimoine canadien et de nos partenaires provinciaux et municipaux, le programme artsVest^{MD} s'est étendu à l'échelle nationale en 2011. L'association *Les affaires pour les arts* a étendu le programme artsVest^{MD} dans la province de l'Ontario, dans la province de la Saskatchewan et dans trois villes: la ville de Vancouver, la ville de Winnipeg et la ville de Calgary.

Dans le cadre de l'expansion nationale du programme artsVest^{MD}, les partenaires des fonds de contrepartie étaient le ministère du tourisme, de la culture et du sport de l'Ontario, la Fondation Trillium de l'Ontario, le gouvernement de la Colombie britannique, Vancity, la Fondation Winnipeg, le Conseil des arts de Winnipeg, le gouvernement de la Saskatchewan, SaskCulture, la ville de Calgary et l'autorité du développement des arts de Calgary.

Cinq municipalités de l'Ontario, deux villes et sept districts de la Saskatchewan, la ville de Vancouver, la ville de Winnipeg et la ville de Calgary ont été sélectionnés par le programme artsVest national 2012-13 :

- La ville de Calgary
- La ville de Vancouver
- La ville de Winnipeg
- La ville de Elliot Lake (ON)
- La ville d'Ottawa (ON)
- La ville de Midland (ON)
- La ville de North Bay (ON)
- La ville de Windsor (ON)
- La ville de Regina (SK)
- Le district de Lakeland (SK)
- Le District du Sud-Est (SK)
- Le District du Sud-Ouest (SK)
- Le District du Sud-Est (SK)

Le district de la vallée de Parkland (SK)
 Le district central de Prairie (SK)
 Le district du nord (SK)
 Le district de Rivers Ouest (SK)

Calendrier 2012-2013 des activités du programme artsVest

<p>Publication des communautés sélectionnées pour la phase 2 (2012 – 2013). Début de la planification avec les responsables locaux des événements inauguraux et des ateliers dans les villes sélectionnées.</p>	<p>Les communautés du programme artsVest 2012-2013 : Calgary Winnipeg Saskatchewan Ontario Vancouver</p>
<p>L'inauguration du programme artsVest s'est tenue dans chaque communauté en présence du maire, du président de la chambre de commerce, des représentants du Conseil des Arts, des responsables culturels et financiers et des médias locaux.</p> <p>Deux ateliers, tous deux destinés aux organisations culturelles locales, sont organisés après les cérémonies de lancement dans chaque communauté. Dirigé par un administrateur de l'association <i>Les affaires pour les arts</i>, le premier atelier était une séance d'information sur le fonctionnement d'artsVest et les modalités d'inscription. Il a été suivi d'un atelier de formation sur la commandite pour savoir comment approcher des partenaires financiers potentiels. Des formateurs sur la commandite ont collaboré étroitement avec l'association <i>Les affaires pour les arts</i> et chaque communauté pour proposer des ateliers et des panels d'entreprises spécifiquement adaptés à chaque communauté et au niveau de compétence des participants.</p> <p>Un questionnaire a été distribué à chaque participant pour que les formateurs et les administrateurs puissent tirer avantage de leurs commentaires. Les commentaires recueillis ont été très favorables.</p>	<p>Cérémonies de lancement et ateliers :</p> <p>Ontario : Avril – Mai 2012 Saskatchewan : Mai – Juin 2012 La ville de Vancouver : Mai 2012 La ville de Winnipeg : Mai 2012 La ville de Calgary : Mars 2012</p> <p>Note : Il n'y a pas eu de cérémonies de lancement officielles à Calgary, à Winnipeg et à Saskatchewan où le programme artsVest a été inauguré l'année précédente.</p>

<p>Les organisations culturelles dans chaque communauté ont déposé des documents pré-approuvés pour réserver de \$10.000 à \$15.000 des fonds de contrepartie artsVest. Les fonds ont été alloués sur décision d'un jury. Les organisations ont eu jusqu'à six mois pour signer une commandite et recevoir ces fonds. Chaque communauté a eu son propre jury, composé de membres du secteur artistique, d'individus qui travaillent ou qui ont travaillé dans la collecte de fonds, de préférence dans les arts, et d'individus spécialisés dans les investissements du secteur privé dans la communauté.</p> <p>Les critères de sélection du jury :</p> <p>L'association <i>Les affaires pour les arts</i> a sélectionné un groupe de pairs et d'évaluateurs communautaires qui répond le mieux aux compétences requises des candidats. L'association <i>Les affaires pour les arts</i> s'efforce de placer des experts dans les comités d'évaluation et assure que les comités représentent une grande diversité de spécialisations, de pratiques artistiques, de perspectives et de contextes culturels. Ils ont pris en considération l'ampleur de la vision, l'ouverture et la générosité d'esprit, la capacité à travailler en équipe, la volonté d'exprimer des opinions tout en respectant celles des autres.</p>	<p>Dates d'autorisation préalable par communauté:</p> <p>Saskatchewan – 17 août 2012 La ville de Vancouver – 31 mars 2012 La ville de Winnipeg – 29 juin 2012 La ville de Calgary – 30 avril 2012</p> <p>Communautés de l'Ontario: La ville d'Elliot Lake – 1^{er} juin 2012 La ville d'Ottawa – 22 juin 2012 La ville de Midland – 21 mai 2012 La ville de North Bay – 8 juin 2012</p>
<p>Cérémonies de clôture</p>	<p>La ville de Vancouver – 17 juin 2013 La ville de Winnipeg – 20 juin 2013 La ville de Calgary – 19 juin 2013</p> <p>Communautés de l'Ontario: La ville d'Elliot Lake – 23 mai 2013 La ville d'Ottawa – 14 mai 2013 La ville de Midland – 21 mai 2013 La ville de North Bay – 22 mai 2013 La ville de Windsor – 16 mai 2013</p> <p>Communautés de la Saskatchewan: La ville de Regina – 9 juin 2013 La ville de Saskatoon – 7 juin 2013</p> <p>Districts – Les organisations artsVest des</p>

	<p>districts avaient le choix d'assister aux cérémonies de clôtures de Regina ou de Saskatoon.</p>
--	---

II. RÉSULTATS DU PROGRAMME

L'association *Les affaires pour les arts* mesure les performances d'artsVest en considérant les objectifs principaux du programme:

- Créer des partenariats entre les secteurs artistiques, financiers et municipaux et renforcer les projets culturels municipaux.
- Stimuler les investissements du secteur privé dans les arts et la culture.
- Renforcer les capacités, l'autonomie et la compétitivité du secteur culturel en créant des partenariats financiers à long terme avec le milieu des affaires

Collecte de données quantitatives

Mesures de performances quantitatives du programme artsVest :

- Le nombre de municipalités participant au programme artsVest et renforçant leurs projets culturels (valable pour le programme artsVest Ontario seulement).
- Le nombre de partenariats intersectoriels formés entre les secteurs des arts et de la culture et le monde des affaires dans chaque communauté.
- Nombre de commandites générées dans chaque communauté en relation avec les fonds de contrepartie distribués.
- Nombre de nouveaux partenariats intersectoriels à long terme qui mettent en valeur la durabilité des communautés.
- La recherche et l'analyse faites par le formateur en commandite artsVest avant le lancement du programme.
- Les informations fournies lors de la candidature.
- Les informations et les commentaires fournis dans les documents de confirmation de commandite déposés par chaque organisation artistique participante.
- Participation aux événements artsVest et à leur évaluation.
- Couverture des manifestations dans les médias locaux.
- Questionnaires et interviews.

Résultats quantitatifs

- 15 communautés ont participé au programme national artsVest 2012.
- 14 panels de discussions réunissant des chefs d'entreprise ont été organisés.

- 320 dirigeants d'entreprise, d'organisations publiques et artistiques ont assisté aux cérémonies d'inauguration, avec la présence et les discours des maires et des représentants des chambres de commerce.
- 487 membres d'organisations artistiques ont suivi les ateliers de formations à la commandite.
- 186 organisations artistiques ont été pré-approuvées pour recevoir des fonds de contrepartie.
- 160 organisations artistiques ont obtenu les fonds de contrepartie du programme artsVest.
- 608 partenariats ont été signés entre des organisations artistiques et des entreprises (366 de ces entreprises ont offert un appui financier aux arts pour la première fois). Parmi ces 608 partenariats, 324 s'inscrivent dans la durée.
- Des fonds de contrepartie d'une valeur totale de \$1.240.209 ont été distribués.
- \$2.621.767 en commandites d'entreprise ont été générés dans 15 communautés.

Collecte de données qualitatives

Mesures de performances qualitatives du programme artsVest :

1. Sondages et recherche

Avant-lancement

La recherche et le développement ont été entrepris pour comprendre les caractéristiques locales, sociales, économiques et culturelles de la communauté, pour préparer le programme à surmonter ces défis et aussi pour créer une plateforme qui permettra de juger l'impact du programme.

Lancement et ateliers

Les évaluations distribuées à tous les participants au terme des ateliers artsVest sur la programmation et la commandite permettent de mesurer s'ils ont réussi à apporter les compétences requises aux organisations artistiques.

Rapports finals après la réalisation du projet

Tous les participants artsVest ont déposé un rapport final après la réalisation du projet.

2. Interviews

Avec les organisations artistiques et les partenaires financiers

Les formateurs sur la commandite du programme artsVest et les directeurs de programme ont interviewé les entreprises locales avant le lancement du programme. Les directeurs de programme artsVest sont aussi restés régulièrement en contact avec les organisations artistiques et culturelles participantes et leurs partenaires pour juger de l'impact et du succès du programme. En outre, les directeurs du programme artsVest ont conduit une série d'interviews auprès des participants artsVest durant des débriefings et la Société Radio-Canada (SRC), le principal partenaire médiatique de l'association *Les affaires pour les arts*, a interrogé plusieurs organisations culturelles et artistiques participant au programme artsVest de même que leurs partenaires financiers pour rassembler des informations sur le succès de leurs partenariats, sur la

façon dont ils sont parvenus à remplir leurs objectifs respectifs et sur la possibilité de les inscrire dans le long terme.

3. Comptes rendus et cérémonies de clôture

Les cérémonies de clôture se sont déroulées entre avril et juin dans toutes les communautés de la phase 2 du programme artsVest national. Elles ont fêté à la fois les organisations culturelles et leurs partenaires financiers, en présence des responsables municipaux. Ces événements servent aussi d'activités de réseautage et mettent l'accent sur les questions de gérance et sur la durée des partenariats financiers. Dans chaque communauté, des partenariats innovants ont été mis en valeur avec les témoignages des organisations artistiques et de leurs partenaires financiers.

4. Une plateforme de communication

Les résultats, les partenariats et les succès du programme artsVest sont diffusés grâce aux plateformes de communication de l'association *Les affaires pour les arts* : notre site web et nos réseaux sociaux, notre rapport annuel, nos bulletins d'informations et nos publications, et à travers notre partenariat avec le Globe and Mail et la Société Radio-Canada (SRC).

5. Partenariats

Un aspect important de l'impact indirect du programme artsVest est sa capacité à intégrer les responsables publics, les médias locaux, les chambres de commerce et d'impliquer les projets culturels municipaux et les zones d'amélioration commerciale de chaque communauté dans chacun de ses partenariats. Ils sont facilités par la recherche et le développement faits avant le lancement du programme et sont régulièrement consolidés tout au long de l'année.

Résultats qualitatifs

- Les nouveaux partenariats stratégiques établis entre les secteurs public, privé et culturel ont créé un plus grand réseau de soutien pour les arts et la culture et pour le développement économique culturel.
- Une plus grande importance portée aux projets culturels municipaux et une plus grande implication des responsables municipaux dans l'art et la culture, avec de nombreux éléments stratégiques et de nombreux projets culturels municipaux souvent réalisés pendant le programme artsVest.
- Comme les organisations culturelles comprennent mieux leur valeur aux yeux des entreprises, elles ont acquis une meilleure capacité et une plus grande confiance pour s'en approcher.
- Les organisations artistiques ont appris à générer de nouveaux revenus et à les diversifier, à collaborer avec le milieu des affaires, à adopter de nouveaux modèles de fonctionnement et de marketing et ont ainsi contribué à la durabilité et l'indépendance du secteur culturel.
- Les organisations artistiques ont renforcé leur stratégie d'intendance, les entreprises comprennent dès lors l'impact de leur investissement et sont plus susceptibles de signer des partenariats à long terme.
- Les entreprises ont une meilleure connaissance des avantages que présente un investissement dans les arts et la culture et reconnaissent l'importance d'une communauté

artistique florissante. (De nombreuses communautés considèrent qu'artsVest a injecté les fonds nécessaires pour renforcer la construction d'une économie créative et en faire bénéficier la communauté dans son ensemble et qu'elle a permis, entre autres, d'attirer et de retenir les jeunes talents, d'accroître la circulation piétonnière, de revitaliser le cœur du centre-ville et d'offrir de nouvelles possibilités de marketing stratégique).

- Une plus grande vitalité et une meilleure santé de la communauté grâce à de nouveaux investissements et partenariats qui ont rendu le paysage culturel local plus dynamique.

Commentaires recueillis après les ateliers d'artsVest Ontario

« J'ai trouvé très utile d'apprendre comment impliquer efficacement les mécènes et les donateurs en leur offrant une vision claire et simple des avantages qui découleront directement de leur soutien à la cause de notre organisation. »

« C'est encourageant de savoir que les entreprises peuvent vouloir associer leur nom à un contrat de commandite dans les arts et qu'on peut les approcher avec une perspective mutuellement bénéfique. »

« La notion que ceci doit être un partenariat bénéfique à toutes les parties, au point de ne plus parler de sponsoring mais de partenariat. »

« Je connais bien la procédure de rédaction de proposition, mais les explications point par point et les cours de révision et de remise à niveau ont été très utiles. Les suggestions originales sur la façon de créer de la valeur ajoutée et de l'adapter aux commanditaires étaient superbes, autant que la possibilité offerte aux employés des commanditaires d'être des « extras » et d'ouvrir la cérémonie d'ouverture à tout le public. »

« La discussion sur la stratégie m'a donné de grandes idées. Avant l'atelier, je n'aimais pas l'idée des commandites d'entreprise, désormais je vois qu'elles peuvent être des relations professionnelles agréables et collaboratives. »

« A augmenté ma confiance, mais ne peut certainement pas améliorer les défis auxquels doivent faire face les organisations culturelles et artistiques, qui présentent toutes des projets similaires dans un marché très restreint. Il s'agit essentiellement d'établir des relations et ce n'est pas forcément quelque chose qui peut être enseigné. »

« C'est très encourageant de savoir que le programme artsVest est derrière nous pour nous aider à trouver une commandite d'entreprise. »

« ... m'a donné confiance parce que je sais maintenant ce qui est susceptible d'intéresser les mécènes et pourquoi. »

« Ma confiance est bien meilleure et je pense que mes approches et mes inclinations naturelles ont été confirmées par l'expertise du formateur et par les recherches effectuées sur ce sujet. »

« Le modèle de fonds de contrepartie est un outil très efficace pour prendre contact avec les entreprises qui sont un peu passives. »

« J'ai plus confiance maintenant parce que je n'en avais pas du tout auparavant ! Cela m'a aussi donné quelques idées pour utiliser les mêmes concepts avec les publicistes, les journalistes et même les consommateurs. »

« Sans les ateliers de formation, nous étions un peu perdus et ne savions pas quand nous devons commencer à planifier notre stratégie pour contacter des commanditaires potentiels. »

« Excellent travail, concept fabuleux – Ceux qui travaillent sont financés. Un concept qui marche dans la réalité et qui permet de viser le titre. »

« Les informations présentées étaient excellentes, le style de la présentation était approprié et adapté aussi bien aux professionnels qu'aux néophytes. Le niveau de la présentation reflète la chance offerte à Windsor d'établir éventuellement des partenariats à long terme entre les entreprises locales et la communauté artistique et culturelle bien implantée dans la région. C'est un moment spécial pour Windsor. Merci pour ce programme innovant. »

« L'atelier de formation sur la commandite d'artsVest montre la manière dont *Les affaires pour les arts* fait fonctionner ce programme dans nos municipalités. Merci d'amener ce fantastique programme à Windsor »

« Cet atelier m'a encouragé à travailler avec mon comité de planification sur un plus grand nombre de propositions commerciales. Je sais maintenant que nous devons davantage récompenser nos partenaires financiers. »

Commentaires recueillis après les ateliers d'artsVest Saskatchewan

« L'aspect le plus important de cet atelier a été la prise de contact avec les sponsors, et la façon dont ils peuvent bénéficier d'un partenariat avec nous à travers de nombreuses idées publicitaires. J'ai aussi beaucoup appris du panel parce que les intervenants ont affaire avec des gens comme nous quotidiennement. Très bonne expérience générale. »

« J'ai suivi l'atelier sans avoir jamais entendu parler des *affaires pour les arts* ou d'artsVest. C'est une expérience qui m'a ouvert les yeux sur le niveau de soutien que reçoivent les arts et la culture. Cela m'a encouragé moi et mon organisation à chercher au sein notre communauté de nouveaux soutiens pour notre produit. »

« L'atelier a expliqué la distinction entre don et commandite. Avant, je pensais que les deux étaient identiques. Je comprends désormais beaucoup mieux qu'en demandant une commandite à une entreprise, ils attendront quelque chose en retour et il vaudrait mieux que je sache ce que je peux faire pour eux avant de leur parler. Ils ne vont pas simplement me donner l'argent nécessaire pour mon projet par bonté de cœur. »

« Je me suis rendu compte que nous devons arrêter de solliciter des dons et que nous devons prendre au contraire conscience que notre groupe a une présence commercialisable et que nous pouvons approcher des entreprises et leur proposer des commandites à valeur ajoutée. »

« J'ai apprécié l'évolution d'une demande directe de soutien financier à la construction d'une relation dont chaque partie peut potentiellement tirer avantage. »

« Comparaison d'un donateur par rapport à un commanditaire...Comment nous vendre comme un actif plutôt que demander simplement à être financé. »

« Puisque notre organisation a récemment commencé à approcher des commanditaires, chaque aspect de l'atelier nous a été utile. Je ne peux donc pas dire qu'il y ait eu quoi que ce soit de 'moins utile' »

« L'atelier nous a mis en confiance, il nous a montré une façon différente d'approcher et d'établir un partenariat avec un commanditaire. »

« Je pense que nous sommes mieux préparés pour approcher des commanditaires potentiels parce que je saurai écouter leurs points de vue et m'en servir pour obtenir leur soutien. »

« Nous sommes parvenus depuis à faire financer complètement notre carnaval d'été par les entreprises locales. Nous avons pu économiser \$3.500 ! »

« Le séminaire était très bien organisé et les informations fournies extrêmement utiles. Bien que nous ayons un programme de commandite qui fonctionne plutôt bien, j'ignorais que nous ne tirions pas avantage de tout. Je sais que cela va me donner confiance pour chercher de nouvelles possibilités de commandite et me permettre de mieux gérer les commanditaires avec qui nous avons déjà établi des partenariats. »

« Cet atelier est précieux car il permet de connaître la façon dont les organisations artistiques et culturelles peuvent établir des partenariats avec les entreprises du secteur privé. Particulièrement aujourd'hui, alors que les agences publique de financement et de prêt subissent des réductions de budget et sont obligées de faire plus avec moins de moyens, il est extrêmement important d'apprendre à créer, organiser, et maintenir différentes sources de financement. »

Commentaires recueillis après les ateliers d'artsVest Calgary

« artsVest a encouragé notre compagnie à chercher des possibilités de commandite pour la première fois dans nos sept années d'existence. Les ateliers et les documents nous ont permis de prendre confiance et de faire preuve d'initiative pour approcher des commanditaires potentiels. Je ne saurais insister suffisamment sur l'importance de ce programme. En tant que petite organisation avec seulement deux employés à temps plein, dont tous deux sont engagés dans la collecte de fonds, ce serait bien d'avoir une version en ligne de ce cours. Comme seulement une personne de chaque organisation est autorisée à assister au séminaire, les autres pourraient ainsi le suivre en ligne. »

« Cette série d'ateliers est un outil essentiel pour toutes les organisations artistiques qui recherchent des commandites d'entreprise. Très informatifs, ils ont aussi un rôle de catalyseur pour la collaboration et la coopération dans la communauté artistique. Bravo ! »

« C'était un programme remarquable. Nous avons vraiment apprécié les qualités de facilitateur de Marion Ruston de même que ses connaissances inestimables et ses encouragements. »

« Le programme a fourni différents outils et stratégies et a rendu la prise de contact avec les commanditaires bien moins intimidante. »

« Cet atelier a été une expérience positive pour moi, parce que j'ai beaucoup appris, notamment des compétences pratiques que je peux utiliser pour rechercher de nouvelles possibilités de commandite. Je suis ravi d'avoir pu y participer. »

« La peur d'être rejeté empêche de nombreuses organisations de rechercher des commandites, des dons et des bienfaiteurs. Après avoir suivi cet atelier, je suis sûr que si cela ne marche pas, il ne faut pas le prendre personnellement mais continuer à chercher d'autres opportunités. »

« Merci ! Le matériel couvert lors de cet atelier va certainement s'avérer utile alors que nous nous préparons à développer nos propositions de commandite. L'instructeur et son expérience concrète des nombreux aspects de la commandite nous ont permis de voir l'objectif immédiat de différentes perspectives. La clarté et les conseils prodigués par Emiko ont été très appréciés. »

« L'aspect le plus important de l'atelier a été d'apprendre la façon de prendre contact avec de futurs commanditaires, parce que c'est effrayant si vous ne l'avez jamais fait auparavant ! »

« Voir des exemples de propositions, c'est utile quand on a jamais rencontré ce type de document auparavant pour se rendre compte de ce à quoi votre propre proposition ressemblera. Entendre parler des efforts et des défis d'autres organisations, cela nous permet de nous sentir moins seuls dans cet univers qui est excitant mais aussi effrayant. La procédure est très clairement présentée avec notamment les dates limites du programme artsVest et avoir une date limite, c'est extrêmement utile pour se motiver et s'organiser. »

« Des informations sur la façon de maintenir et d'entretenir des relations de commandite. Sortir des sentiers battus pour créer un inventaire à présenter aux commanditaires potentiels. Avoir des chefs d'entreprise qui apportent leurs propres perspectives durant la séance de l'après-midi. »

« Les ateliers ont parfaitement fourni une approche concrète et réelle de la commandite de même qu'ils ont dissipé les mythes et fait disparaître la peur de demander en donnant des exemples concrets de ce qui marche et de ce qui ne marche pas des deux côtés de la table de négociations. »

« Avoir un formateur avec de telles connaissances a été l'aspect le plus important. Les choses qu'elle nous a dites ont toutes été lucides et claires. »

« La compagnie d'opéra Cowtown existe depuis seulement deux ans. Les informations présentées lors de cet atelier seront précieuses pour nous alors que nous apprenons maintenant à chercher des commandites et pour ensuite entretenir nos relations une fois que nous les aurons signées. »

« Savoir comment une entreprise perçoit l'utilité d'une commandite ; Les moyens d'approcher une entreprise pour une commandite. Nous travaillons pour la durabilité et pour une plus grande conscience collective et un plus grand soutien de la part de la communauté. Nous avons désormais plus d'outils pour accomplir cela. »

« Travailler avec Marion parce qu'elle a une grande expérience acquise des deux côtés de de la table des négociations. Les exemples qu'elle a tirés de la réalité, les participants à l'atelier et les intervenants parce qu'il n'existe pas de formule magique qui fonctionne pour chaque situation et c'est bien de savoir comment cela a fonctionné dans la vie réelle. »

« L'atelier m'a donné beaucoup confiance. Cela m'a appris les termes propres aux entreprises et assez d'informations pour prendre l'initiative dans cette procédure. »

« Nous nous sentons beaucoup plus confiants maintenant que nous avons plus d'outils à notre disposition pour rechercher des entreprises et nous sommes mieux équipés pour prendre contact et organiser ces premiers rendez-vous. C'était globalement un atelier très instructif et une très bonne motivation. »

« A augmenté ma confiance. Je pense que j'ai un large éventail d'outils et de stratégies à ma disposition pour chercher des commanditaires. »

« M'a donné confiance parce que j'utilise dorénavant des méthodes plus efficaces pour chercher des commanditaires potentiels. J'ai acquis de nouveaux outils. »

« L'atelier a vraiment accru ma confiance pour rechercher des commandites d'entreprise. Cela m'a enlevé la peur d'être rejeté et m'a appris que si cela ne marche pas avec une entreprise, il faut simplement s'intéresser à la suivante. »

« Augmenté. Acquérir plus de connaissances, rechercher la qualité et non l'argent ; nous considérer comme un actif pour l'entreprise. Incroyable ! Cela diminue l'anxiété. J'ai aussi adoré les exercices d'improvisation. »

Commentaires recueillis après les ateliers d'artsVest Vancouver

« Le matériel était présenté de façon très claire et simple à comprendre. Il montrait la meilleure manière d'approcher des commanditaires et de trouver des partenariats dans le milieu des affaires. J'ai particulièrement apprécié la présentation car elle a identifié le besoin de chercher et de comprendre les entreprises que nous approchons et la façon de leur parler clairement et avec respect. »

« L'aspect le plus important de l'atelier a été de détailler étape par étape la procédure pour rechercher un commanditaire – Des conseils utiles au sujet de la candidature – Le 'changement de paradigme,' par exemple la mise en évidence des avantages dont les grandes entreprises à but lucratif peuvent tirer en s'associant avec des petites organisations artistiques. »

« Je pense que le programme artsVest a été brillamment conçu en ceci qu'il se concentre sur la création de nouveaux partenariats et de nouvelles relations en offrant un stimulus ponctuel dont les organisations artistiques et les commanditaires peuvent éventuellement tirer parti. Excellent travail ! »

« Cela s'est avéré très utile d'examiner la procédure de commandite en entier, de la recherche en passant par l'intendance jusqu'au rapport annuel, et de spécifier et quantifier les bénéfices du commanditaire. »

« Félicitations et un grand merci pour apporter cette indispensable programme à Vancouver et inspirer davantage d'entreprises à apporter leur soutien aux arts à travers des commandites et de faire connaître tout ce que nous pouvons apporter aux entreprises. »

« Être capable d'offrir des fonds de contrepartie rend l'approche plus agréable - Avoir une organisation derrière cela, dévouée au rapprochement des entreprises avec les arts ajoute de la crédibilité à la procédure. »

« Le professionnalisme des deux administrateurs, l'instructeur et les documents fournis étaient excellents. L'instruction dispensée par eux était excellente. Les remarques sur le monde réel et sur ce que les commanditaires veulent et attendent des organisations à but non lucratif qu'ils pourraient financer étaient très utiles. »

« L'atelier m'a mis en confiance pour prendre contact avec les commanditaires et a insisté sur le fait que l'approche consiste principalement à se concentrer sur le commanditaire et ce que l'organisation artistique peut faire pour lui. Emportée par mon enthousiasme pour mon travail au sein du festival, je parle toujours trop du festival et j'ai besoin d'écouter plus pour mieux connaître le commanditaire. »

« De fantastiques nouvelles explications sur la façon d'obtenir des commandites d'entreprise légitimées par des sources bien documentées (au lieu de faire des choses parce que l'on pense qu'elles vont fonctionner – J'ai une meilleure idée de ce que je suis déjà en train de faire de bien et de ce que je devrais changer. »

« Absolument. Je ne suis pas formé à la collecte de fonds, mais je connais notre produit et notre public. Trouver des entreprises qui veulent qu'on les contacte ne semble pas si compliqué. Venir avec une commandite va même rendre les conversations plus faciles à engager. »

« Nous avons été mis en confiance pour rechercher des commandites et nous avons été amenés à comprendre que nous possédons et/ou que nous pouvons développer de avantages qui bénéficieront aux entreprises. »

« C'est fantastique qu'artsVest soit venu à Vancouver. Notre communauté a besoin de devenir plus au fait des négociations pour des contrats de commandite, de façon à ce que nous apprenions à évaluer notre propriété précisément et à bien diriger nos relations. »

« J'ai apprécié l'enthousiasme et l'attitude positive des intervenants. Avant de participer à la séance je n'étais pas très emballé à l'idée de chercher une commandite d'entreprise. Je considère désormais que c'est une opportunité qui mérite qu'on y consacre des efforts. Le programme a été clairement expliqué et les intervenants ont très bien répondu aux questions. »

« J'ai attendu depuis toujours que ce programme vienne à Vancouver ! Merci de rendre les fonds de contrepartie disponibles, pour le soutien logistique et pour reconnaître activement l'interconnexion des entreprises et des arts. »

« Le professionnalisme de la présentation était exceptionnel et a rendu l'apprentissage significatif et immédiatement utile. L'équipe dirigeante était très bien informée des objectifs et de la procédure. L'instructeur était très sympathique et n'a jamais hésité une seconde. L'utilisation de données réelles, dont celles tirées de l'expérience de commandite avec des partenariats financiers réels, m'a donné confiance. Toutes les questions du public ont été précisément adressées. »

Résumé du rapport final des sondages recueillis après le programme

Pour la première fois, 100% des réponses ont été rendues pour le rapport final des sondages.

100% des répondants au rapport final des sondages ont considéré que les commandites d'entreprise signées en 2012-13 ont été rendu possibles totalement grâce à l'aide du programme artsVest.

94% envisagent de continuer le(s) partenariat(s) qu'ils ont établi(s) avec des entreprises en 2013 et au-delà.

61% des organisations artsVest ont proposée des bénévolats et d'autres opportunités aux employés de leurs partenaires financiers.

78% des participants ont indiqué que les ateliers sur la commandite les ont beaucoup aidés à trouver des commanditaires et les ont aussi aidés à formuler la proposition de commandite qui leur a permis de trouver des commanditaires.

80 % ont admis que les ateliers les ont mis en confiance pour approcher des entreprises, pour identifier des synergies avec les entreprises qui sont devenus des commanditaires et pour affiner leur stratégie globale de collecte de fonds.

93% des participants ont admis que les fonds de contrepartie les ont aidés à signer des commandites d'entreprise et leur ont donné une raison de prendre contact avec les entreprises.

Lorsqu'on leur demande d'évaluer les challenges et les barrières qu'ils ont rencontrés pour signer des commandites d'entreprise, le manque de personnel est celui qui est considéré comme le plus important, suivi par le manque de ressources et l'accès limité au monde des affaires.

Témoignages des rapports finals artsVest par communauté :

artsVest Ontario:

« Le programme artsVest a eu un impact fabuleux sur Ottawa – il a rappelé que les arts, la culture et le patrimoine sont des investissements viables. »

« La possibilité donnée à un commanditaire de doubler son investissement est rare ! Merci artsVest ! »

« J'ai été très impressionné par le soutien et les mises à jour constantes de la part de Claire. Elle était non seulement un très bon guide, mais elle a aussi offert son aide quand cela était nécessaire et a toujours su suggérer qui était le mieux placé pour nous aider à trouver un commanditaire. Mes remerciements à elle et à artsVest ! »

« Les informations fournies par *Les affaires pour les arts*, en ligne et durant les ateliers, nous ont encouragés à poser des questions qui nous permettent d'enrichir nos connaissances et nous ont donné la confiance nécessaire pour développer des partenariats d'entreprise dynamiques et locaux. »

« Nous sommes très reconnaissants envers le programme car le financement devient de plus en plus compliqué et qu'il y a plus de concurrence. Cela nous a poussés à sortir des sentiers battus et à approcher plus d'entreprises. Les entreprises ont elles aussi aimé l'idée de s'impliquer dans un tel programme qui offre des fonds de contrepartie. Cela leur donne l'impression qu'elles vont contribuer deux fois plus ! »

« Cela nous a donné un formidable élan ! Les fonds de contrepartie aident et rassurent les collecteurs de fonds qui ne se sentent pas très à l'aise avec ce concept. En outre, la possibilité d'offrir à nos partenaires une présentation claire et concise nous facilite la création de partenariats. »

« Nous apprécions l'intervention d'une agence externe pour unir la communauté et démontrer que les activités artistiques et culturelles ont un immense impact social, éducatif et économique sur la communauté et s'avèrent être des investissements judicieux pour les entreprises. »

« Le programme artsVest nous a aidé à concentrer nos efforts de collecte de fonds de manière plus stratégique. Cela nous a indiqué le chemin à suivre pour la préparation des documents de présentation, les différentes façons d'approcher un commanditaire potentiel et les fonds de contrepartie offrent une bonne raison pour les commanditaires de s'engager. »

« artsVest a joué un rôle central pour que notre groupe réussisse à aller au-delà de nos contacts traditionnels et à établir de nouvelles relations au sein des entreprises locales. »

« De grands mercis à artsVest et aux affaires pour les arts et à nos donateurs. Nous avons signé une commandite de plusieurs années qui recevra une contrepartie cette année – Le Festival a un grand besoin de tous ces fonds. Nous apprécions vraiment le travail que vous faites pour éduquer les entreprises sur l'importance de financer les arts, l'impact que cela peut avoir sur leur entreprise et sur les communautés au sein desquelles elles sont actives. »

« artsVest était avant tout un excellent motivateur en nous donnant les outils et les techniques pour organiser notre temps efficacement pour collecter des fonds en établissant des relations professionnelles. »

« artVest a donné à notre troupe de théâtre un grand coup de pied au derrière et nous a forcés à prendre le temps de définir clairement qui nous sommes, ce que nous faisons, pourquoi nous le faisons, et quelle est l'impact de notre activité. Cette connaissance nous a non seulement aidés à obtenir l'adhésion des commanditaires, mais a encore clarifié notre propre futur, ses opportunités et ses capacités. »

« Utiliser les sponsors d'autres organisations artistiques a été une grande source de motivation. La promotion et la reconnaissance s'adresse directement à leur cible démographique – parce que c'est aussi la nôtre. »

« Le programme artsVest a permis à notre organisation de se concentrer sur le meilleur moyen d'aborder notre campagne de collecte de fonds. Il nous a donné les outils et les techniques nécessaires pour nous présenter efficacement aux commanditaires potentiels et a donné beaucoup de confiance à notre équipe de collecte de fonds. »

« Renforcer les capacités des arts est critique pour une ville comme Windsor, surtout à cause de la façon dont nous avançons dans le 21^e siècle. artsVest a aidé le Festival International du Film de Windsor à nouer des relations avec les entreprises de Windsor et d'Essex et à jouer un rôle important dans la promotion de la richesse culturelle et artistique de la ville. »

À la question quel conseil donneriez-vous aux organisations artistiques qui recherchent des commanditaires pour la première fois, ou qui cherchent à augmenter leurs efforts pour trouver une commandite, voici ce que les organisations artistiques participantes ont répondu :

« Assurez-vous qu'il n'y a pas trop d'obstacles à la commandite, des dizaines de milliers de dollars tout au plus, ainsi un grand nombre de petites entreprises et de travailleurs indépendants seront à même de financer le festival en qualité de 'partenaires de la collectivité.' Vous pouvez les motiver avec des tickets ou des traitements VIP et cela permettra de développer le soutien de la communauté. De plus grandes retombées publicitaires et une plus grande visibilité iront à de plus gros commanditaires – mais construire des relations, forcer les commerçants à venir voir vos manifestations, fourniront à mon avis la base indispensable pour que ces organisations deviennent des commanditaires plus importants dans l'avenir. »

« N'hésitez pas, allez-y, mais gardez à l'esprit que cela nécessite beaucoup de travail et de planification, que ce n'est pas si facile mais que cela en vaut la peine. Je leur dirais aussi

d'assister au séminaire artsVest pour savoir comment se débrouiller et savoir que les besoins des entreprises passent avant les vôtres. »

« Ayez une idée claire des avantages que vous pouvez offrir aux commanditaires – Personnalisez chaque commandite et gardez sa valeur cohérente. »

« Ne baissez pas les bras ! C'est un environnement très exigeant et les organisations artistiques doivent constamment promouvoir leur produit auprès des entreprises. Ceci, cependant, est seulement le premier défi. Une fois que les relations sont établies, il y a des entreprises qui apprécient la valeur de la culture et les avantages qu'un soutien mutuel présente. »

« Etablissez et maintenant des connections personnelles. La majorité des collectes de fonds se fait à travers des relations. »

« Soyez prêt, volontaire, et capable de changer de sujet et de direction quand vous rencontrez de la résistance. Si l'acquisition d'une commandite de \$5.000 pose problème, essayez d'en trouver cinq pour \$1.000 – Cela pourrait prendre moins de temps, utiliser les ressources plus efficacement et développer des relations avec un plus grand nombre d'entreprises dans le long terme. »

« N'ayez pas peur, lancez-vous et essayez. Suivez les suggestions données par *Les affaires pour les arts*. »

« Nous offririons le suivant : - On ne crée pas des partenariats en une nuit et on doit les entretenir sur le long terme. – Présentez des avantages clairs – on ne peut jamais dire assez merci ! »

« Le soutien d'artsVest nous a mis en confiance et nous a rendu plus facile l'approche de nouveaux partenaires financiers potentiels. C'est un outil que chaque organisation qui travaille dans les arts devrait utiliser. De plus, chaque organisation culturelle a besoin d'accepter et de comprendre la façon dont ses activités peuvent associer son public avec les objectifs financiers des commanditaires potentiels du secteur privé. »

« Assurez-vous d'avoir un plan B ! Un commanditaire clé dont nous espérions plus de \$10.000 en fonds de commandite s'est désisté malheureusement à la mi-février. Nous avons cependant eu des compagnies qui se sont proposé de nous aider. C'est très important d'être impliqué et actif dans la communauté pour tirer parti d'un réseau de compagnies prêtes à vous soutenir à tout moment. »

« Soyez confiant et heureux de ce que vous faites ! Ne le concevez pas comme une simple demande d'argent, considérez que ce partenariat est un échange de valeur. C'est plus facile d'approcher quelqu'un en pensant à la manière dont vous pouvez vous associer au lieu de les prier de vous donner une somme d'argent. »

Je conseillerais aux organisations artistiques de chercher des commandites pour la première fois au sein de la communauté dans laquelle ils ont quelques contacts et de discuter avec les entreprises des avantages qui peuvent être tirés de cette relation. Bien sûr, il est avant tout

important que les organisations artistiques aient une vision claire de ce que fait et de ce qu'attend vraiment leur commanditaire avant de les solliciter ! »

« Assurez-vous que vous avez établi un calendrier pour tous vos commanditaires potentiels et que vous suivez les dossiers en temps voulu. Ils ne prendront pas l'initiative de vous appeler, s'ils décident de s'engager avec vous ou non. »

« Apprenez les stratégies qui fonctionnent lors de la formation et employez-les tout au long de votre campagne. »

« Les temps sont durs pour les arts. Lorsque vous collectez des fonds, il est important de parler de l'engagement du public dans les arts, mais aussi de la façon dont les arts promeuvent et soutiennent la richesse économique et culturelle. La culture et l'économie ne sont pas mutuellement exclusives ... les deux vont de pair. Les piliers culturels et créatifs d'une ville font partie intégrante de son développement économique. »

« Soyez sans craintes ! Le pire qui puisse vous arriver est qu'ils vous diront non. Vous apprendrez quelque chose de chaque expérience. »

Qu'est-ce que le programme artsVest vous a appris de plus important?

« Renforcer des partenariats mutuellement avantageux avec un retour sur l'investissement pour les partenaires financiers et présenter la commandite pour les arts comme un outil précieux pour la publicité des partenaires ont été les enseignements les plus importants. »

« La chose la plus importante que j'ai apprise est que la majorité des entreprises veut apporter leur soutien au secteur culturel et artistique de leur communauté. Il est TRÈS important de sortir de votre zone de confiance, de solliciter et de vous impliquer avec des entreprises qui ne sont pas connectées aux arts et à la culture. Il semble que cela soit un grand problème dans notre communauté que les mêmes personnes et entreprises soient toujours sollicitées pour leur argent et leur soutien et que cela épuise le marché. En sollicitant d'autres entreprises, vous ouvrez non seulement la porte à de nouveaux commanditaires mais aussi à un nouveau public possible qui va faire l'expérience de ce que la communauté peut offrir en termes de création artistique. »

« Le programme artsVest était un outil précieux qui a permis au Chœur Bach d'Ottawa de considérer des commanditaires qu'il n'avait jamais approchés auparavant et qui l'a aidé à approfondir ses relations présentes avec les commanditaires de la chorale. »

« Notre équipe a appris à penser différemment et à approcher des entreprises avec lesquelles nous n'avions jamais travaillé. Cela nous a réellement motivés à rencontrer de nouveaux sponsors potentiels ! »

« La chose la plus importante que nous avons apprises était que les partenariats et les relations ont besoin d'être entretenus à travers une communication continue et un partage d'information. »

« Cela nous a permis de penser de manière plus stratégique à identifier et à approcher des partenaires financiers nouveaux/potentiels que nous pouvons intéresser et/ou qui veulent s'associer avec nous. »

« La stratégie de planification et de pensée est critique pour comprendre qu'un groupe artistique a besoin d'offrir une solide proposition commerciale pour s'assurer une commandite. Pour s'investir dans les arts, l'entreprise doit voir la valeur de cette proposition. »

« Le besoin d'avoir un plan B était peut-être la leçon la plus significative. Nous avons entretenu une forte relation avec un commanditaire particulièrement important pendant trois mois, seulement pour la voir s'écrouler au dernier moment. »

« Demandez, simplement. Si une entreprise dit non, ce n'est pas qu'elle n'est pas intéressée, c'est simplement que ce n'est pas le bon moment ou qu'elle apporte déjà son soutien à d'autres organisations. De toute façon, c'est un bon moyen de se montrer et de parler avec la communauté locale et de laisser une bonne impression pour le futur. Cela peut ne pas déboucher spécifiquement sur une commandite, mais cela peut déboucher sur une visite de groupes, sur la location d'un bâtiment, etc. »

« La chose la plus importante que la Coopérative des cinéastes indépendants d'Ottawa a apprise en participant à artsVest était de rester résolue même devant des obstacles inattendus. La Coopérative a toujours été déterminée à accomplir son activité, en dépit de tous les obstacles qui se sont présentés tout au long du chemin. »

« Il est essentiel d'être prêt tout le temps, ayez vos documents rédigés (rapports financiers, argumentaire de soutien, histoires, etc.) car vous ne savez jamais quand une opportunité va se présenter. Vous ne voulez pas rater la chance d'obtenir un financement dont vous avez tant besoin parce que votre rapport financier ou votre budget prévisionnel ne sont pas préparés. Comme le dit la devise des scouts - Soyez toujours prêt. »

« Que les organisations artistiques et culturelles profitent vraiment d'avoir une identité forte en place (Mission personnelle et énoncé de valeur, buts et aspirations). Alors que le travail que nous faisons semble déconnecté du « monde de l'entreprise, » les outils qu'ils utilisent sont incroyablement utiles. Une forte confiance en soi (et en l'entreprise) rend non seulement plus facile d'attirer un sponsor/investisseur potentiel, mais cela vous donne également une idée claire de votre propre objectif dans la communauté. »

« Que les organisations culturelles et artistiques aient un intérêt mutuel à promouvoir un centre-ville sain et dynamique pour Windsor et que les piliers culturels et créatifs d'une ville font partie intégrante de son développement économique ; L'atelier et le matériel imprimé. »

artsVest Saskatchewan:

« Le programme apporte aux organisations culturelles un regard neuf sur la façon de chercher des relations avec les entreprises de leur communauté. Qu'une nouvelle perspective les aide à

mieux comprendre la manière d'entretenir les relations pour que les deux partenaires en profitent. »

« artsVest nous a aidés à obtenir des engagements de plusieurs sponsors pour une durée de trois ans qui vont libérer des ressources utilisées pour la collecte de fonds et chercher de nouveaux sponsors pour le futur. »

« La valeur partagée de la recherche de commandite. Je pense que l'atelier m'a fourni une meilleure compréhension de la façon dont on doit prendre contact avec les entreprises sans que cela ressemble à de la mendicité. J'ai appris aussi que la question du type « qu'est-ce que j'y gagne » n'est pas si désagréable si on est bien préparé et si on a rassemblé des informations sur l'entreprise que l'on compte approcher. »

« L'importance de travailler ensemble avec nos partenaires. »

« Mon conseil serait d'y aller et demander le soutien d'une entreprise. Si vous ne demandez pas, vous ne saurez jamais. »

« C'était un approfondissement des leçons apprises auparavant sur le temps qu'il faut pour persuader et faire signer un sponsor – habituellement au moins deux ans. Le partenariat se confirme lorsque vous offrez un produit de commandite qui correspond aux besoins de l'entreprise. »

« L'enseignement principal est qu'il est important de faire des recherches sur les compagnies que vous approchez, d'identifier les synergies et de montrer comment la commandite peut bénéficier au commanditaire. »

« L'importance de rencontrer les sponsors pour mieux comprendre qui est leur organisation, qui est notre organisation et qui nous pouvons devenir ensemble. »

« Comment établir une relation à long terme plutôt qu'une donation ponctuelle. »

« Comment identifier des cibles commerciales communes et raffiner à cette fin notre message de collectes de fonds et notre marketing. »

« Identifier des synergies entre partenaires est la clé et cela paie de rester régulièrement en contact avec des sponsors potentiels. »

« Il ne faut pas sous-estimer la volonté des sponsors commerciaux de s'engager au-delà de leurs donations habituelles pour les commandites. Par exemple, un partenaire financier faisait régulièrement une donation \$1.000 chaque année, ils ont cependant accepté sans hésitation de signer un contrat de commandite de 3 années pour un montant de \$3.500 par an. »

« Ne jamais supposer que certaines entreprises ne seront pas réceptives. Nous avons appris que certaines entreprises attendent seulement qu'on leur demande. Aussi, un sponsor avec lequel nous avons signé nous a dit qu'il nous a simplement sponsorisés parce que nous lui avons

téléphoné au sujet de notre lettre de proposition, pour prendre rendez-vous. Il m'a dit qu'il reçoit beaucoup de demandes, mais que très peu d'organisations prennent le temps d'assurer le suivi de leur demande en personne et discuter de ce que nous lui avons adressé. Ce sponsor s'est en réalité engagé, au téléphone, a sponsorisé notre organisation. »

« J'ai appris l'importance de construire des partenariats au sein de notre communauté dans l'espoir que cela débouche sur une longue relation. »

« Un programme incitatif qui encourage des sponsors à s'engager encore plus et cela aide certainement les sponsors qui pense signer une commandite à se convaincre de le faire. »

«De nouveaux moyens d'approcher des sponsors. Ce qui compte c'est la façon dont vous travaillez ensemble, c'est ce que l'organisation artistique peut faire pour eux autant que c'est ce qu'ils peuvent faire pour l'organisation artistique. Aussi, chercher des synergies avec les entreprises nous a forcés à être créatifs et à choisir qui nous pouvions approcher et à qui nous n'avions pas pensé auparavant. »

artsVest Vancouver

« Avoir à notre disposition un modèle bien arrangé de propositions de commandite nous permet d'être plus rapides et plus à même de répondre aux opportunités que nous identifions. C'est assez rassurant de savoir que nous sommes prêts, à tout moment, à déposer notre candidature aux entreprises qui conviennent bien à Elektra. Nous n'avons donc aucun problème à saisir les opportunités quand elles se présentent. »

« On nous a montrés qu'il fallait chercher constamment à créer un partenariat mutuellement profitable et s'assurer qu'il y a une valeur réelle pour les deux partenaires. On nous a aussi rappelé l'importance d'avoir une lettre d'accord avec le commanditaire. »

« Je le savais avant de travailler avec artsVest, mais l'expérience avec artsVest m'a permis de comprendre encore mieux et de me rendre compte que l'élément le plus important du travail de commandite est de toujours regarder chaque interaction du point de vue du commanditaire. De la proposition à chaque conversation, en passant par la procédure de planification et le rapport final, il est essentiel de vous mettre à leur place. »

« L'élément le plus significatif a été de créer un dossier de commandite efficace pour approcher des entreprises qui seraient éventuellement intéressées. »

« Le festival a connu une année fantastique et nous sommes très heureux de participer au programme incitatif de contrepartie offert par artsVest Vancouver. Le soutien d'artsVest et d'autres sponsors ont aidé le festival à offrir une nouvelle programmation excitante qui a été très bien accueillie par notre communauté locale et à l'étranger, notamment par la BBC World Travel, pour qui le Cherry Blossom Festival de Vancouver est « l'un des meilleurs Cherry Blossom festivals au monde » (21 mars 2013), une reconnaissance que n'ont pas reçu d'autres Cherry Blossom festivals mieux établis dans le monde. D'autres couvertures médiatiques de

qualité lors de l'année 2013 incluent deux pages en couleur dans la section « Accent sur la communauté » du journal SNAP Downtown et aussi une mention du festival dans le journal Westender (4-10 avril) qui le décrit comme un « bouquet de cultures » qui apporte à Vancouver une bonne dose de multiculturalisme. »

« Les fonds de contrepartie d'artsVest ont augmenté la réussite de nos stratégies de collecte de fonds. Nous voulons à présent utiliser la même motivation dans notre campagne de donations du secteur privé. »

« artsVest a catalysé nos efforts pour trouver des commandites d'entreprise et pour essayer de persuader d'autres organisations et entreprises de nous fournir des fonds de contrepartie pour rendre possibles nos futurs projets de commandites et de collecte de fonds. »

« Excellent programme ! Il permet aux organisations de reprendre contact avec des sponsors existants et de développer de nouveaux partenariats. À mon avis, c'est tout bénéfique. »

« *Les affaires pour les arts* ont fourni au Centre culturel francophone de Vancouver les outils et la possibilité de signer un nouveau partenariat avec l'une des plus grandes institutions financières du Canada. Nous sommes certains que cette relation continuera à se développer dans le futur. Nous remercions artsVest et *Les affaires pour les arts* de nous avoir montré comment mieux préparer la création de nouveaux partenariats entre les organisations artistiques et culturelles et les entreprises du secteur privé. »

« C'est un excellent programme, qui apporte une motivation financière et éducative (d'acquisition de compétences) pour permettre aux petites organisations artistiques de chercher d'autres soutiens dans le secteur privé, essentiels pour la durabilité puisque les fonds publics restent précaires. Je regrette seulement que le programme ne dure pas plus d'un an... »

« Nous avons été très heureux de participer au programme et nous en avons tiré avantage non seulement cette année mais nous en tirerons aussi avantage dans les années à venir. »

« La valeur du programme de contrepartie ne peut être sous-estimée. Bravo. Cela mis à part, les présentations étaient excellentes. Je regrette qu'elles ne soient pas plus régulièrement et largement disponibles et qu'elles soient seulement associées à la contrepartie. »

« Merci d'avoir offert ce programme à la communauté des arts de Vancouver. Cela valait la peine de relever le défi et cela a efficacement placé le sujet et le potentiel des commandites au premier plan des efforts de plusieurs organisations artistiques pour susciter le soutien de la communauté envers leur travail. »

« Participer à artsVest a appris à nos employés et au conseil d'administration la manière de trouver de nouveaux commanditaires qui, espérons-le, deviendront des partenaires à long terme de notre compagnie. Merci de nous avoir convaincus que tout est possible à condition que nous fassions un effort. »

artsVest Calgary

« Je voudrais remercier *Les affaires pour les arts* pour ce programme. En l'espace de deux ans, nous sommes parvenus à obtenir un peu moins de \$100.000 en commandites. Nous sommes une compagnie qui n'a pratiquement jamais eu de commandites dans le passé. artsVest a eu un impact immense sur la santé financière de notre organisation et sur le développement professionnel de nos employés. »

« Ghost River a signé tous ses partenariats avec des petites entreprises locales de Calgary qui n'ont jamais beaucoup investi dans le secteur des arts avant nous. Mais ces organisations étaient des compagnies relativement jeunes et prospères qui désiraient fortement s'engager et investir dans la communauté d'où elles tiraient leur revenu. »

« Nous sommes persuadés que le stimulus (c'est-à-dire doubler le montant de leur commandites) a été un facteur clé pour établir de nouvelles relations. Et nous avons bon espoir que ces relations vont se poursuivre. Nous gérons ces relations (avec un personnel restreint) et nous continuerons à le faire à l'avenir. »

« Notre participation au projet artsVest nous a encouragés à faire preuve de créativité dans notre recherche de sponsors. Maintenant, nous cherchons constamment des moyens nouveaux pour entretenir nos relations professionnelles avec les sponsors et conserver nos partenariats. Bien que nous ne sommes pas parvenus à signer de partenariats avec la chaîne 100% legit l'année dernière, notre proposition de lancer une gamme de vêtements, lors du festival 2012 de cette année, avec des artistes Hip-Hop présents dans les magasins nous a pourtant garanti leur intérêt et le possible financement de notre organisation dans le futur. Les productions Universal Vidéo, qui se sont embarquées avec nous l'année dernière, sont très satisfaites de notre collaboration qui leur a fourni les services de production nécessaires pour une publicité pour la chaîne Shaw. Les arrangements de ce partenariat pourraient constituer une nouvelle source de revenus pour tous les deux grâce au développement d'un produit commercialisable dans un très proche avenir. Notre demande de partenariat avec AVC Communication, une agence de marketing multiculturelle qui représente différentes entreprises impatientes de promouvoir leurs produits au sein des groupes ethnoculturels en pleine croissance au Canada, devrait nous permettre d'augmenter notre liste de sponsors. Le meilleur aspect de notre participation à un projet artsVest est la nouvelle définition de ce que représente un investissement dans les arts car nous sommes maintenant vus comme une entreprise avec des profits potentiels pour les investisseurs. Nous puisons désormais dans des ressources artistiques, riches, profondes et très peu utilisées qui nous permettent de communiquer efficacement avec un large public au sein de notre communauté. »

« La participation au programme artsVest nous a apporté la confiance nécessaire pour approcher des entreprises et nous a appris la façon dont la commandite fonctionne. »

« La chose la plus importante que nous avons apprise en participant au programme artsVest est le moyen d'attirer des entreprises qui n'ont pas forcément envisagé de sponsoriser des organisations artistiques comme la nôtre, en allant au-delà du simple affichage de logo et en construisant une relation professionnelle à long terme. »

« On nous a donné un grand panel d'outils et de ressources qui a démystifié la procédure. Les intervenants qui ont participé aux ateliers ont permis de concrétiser notre pensée et nos pratiques au sujet des commandites. »

« Nous avons appris que (la communauté artistique) a une capacité de mise-en-valeur à apporter aux entreprises. La meilleure approche pour établir un partenariat est d'identifier les besoins de l'entreprise et de présenter la manière dont notre soutien peut les aider à réaliser leurs objectifs. Cette procédure est basée sur le relationnel, et cela peut devenir vraiment amusant et interactif. Persistez ! Faites ce que vous dites que vous allez faire et ensuite donnez-leur en plus. »

« L'enseignement majeur au sujet de la collecte de fonds est qu'avec de la confiance et une communication claire, il est possible de solliciter le financement des entreprises. Il s'agit simplement d'investir son temps et son énergie dans la procédure et des résultats peuvent être directement atteints. J'ai à présent les outils pour le rendre possible. Je suis très reconnaissant envers le programme. »

« J'ai senti que l'équipe logistique d'artsVest a compris les insécurités que nous ressentions tous. »

« C'était une formation très importante pour nous. Nous allons utiliser toutes ces informations à l'avenir. »

« Le meilleur conseil que j'ai reçu a été de chercher le partenaire qui me convient le mieux. Aussi, n'ayez pas peur d'approcher des entreprises, ne prenez pas un refus personnellement et passez au client suivant. »

« Nous avons appris qu'il faut toujours essayer de se mettre à la place des sponsors pour savoir comment ils vont bénéficier le plus de la relation et ce que votre organisation peut leur offrir et pas les autres. »

« A l'opéra Cowtown, le conseil d'administration est constitué de volontaires. Nous sommes ici parce que nous croyons en notre mission. Nous ne sommes pas payés et nous le faisons par amour pour notre art. Ce programme nous a donné assez de confiance pour chercher des commandites et pour continuer quand les temps étaient durs et notre détermination mise à mal. »

« artsVest est un projet qui encourage les organisations artistiques à être innovantes dans leur prise de contact avec des sponsors potentiels. »

« La formation était fantastique. »

« Nous n'aurions pas entrepris et n'aurions pas pu entreprendre ceci sans les conseils et l'argent d'artsVest. La possibilité d'obtenir une contrepartie était une aussi grande motivation pour nous que pour les entreprises que nous approchions. »

« Le programme artsVest nous a transformés en ceci que nous identifions la valeur que nous, la communauté artistique, apportons au monde des affaires. Le programme a le potentiel d'avoir un

impact social durable. Ce type de formation est en effet nécessaire, et ce serait fantastique de la voir grandir et se développer encore plus. De la part d'un de nos sponsors financiers : « C'est une grande opportunité pour tous les deux. Merci d'être si travailleurs ! »

« ...Les ateliers étaient inestimables : ils m'ont convaincu que les entreprises VEULENT s'associer avec les arts parce qu'elles apprécient qui nous sommes et ce que vous pouvez leur apporter. »

« Cela a été une année incroyable pour la campagne de commandite de Springboard Performance (plus de \$100.000 de soutien pour une petite compagnie !) Cela a été rendu possible en partie grâce à l'expertise glanée lors du programme artsVest. Le calendrier de sélection du programme était parfait car il nous a permis de renforcer notre capacité à mieux engager nos sponsors. Les résultats sont significatifs : le doublement des entrées payantes, l'enthousiasme de notre communauté qui soutient la programmation de notre district et les échanges entre les arts et les entreprises. »

artsVest Winnipeg :

«C'est grâce aux fonds de contrepartie du programme artsVest que nous avons été capables d'obtenir quatre commandites. Comme les commandites réelles de concerts se dérouleront durant la saison 2013-2014, nous espérons qu'ils assisteront aux présentations du concert et que cela suscitera un encore plus grand intérêt de leur organisation et de leurs employés pour la musique de chambre que nous représentons. »

« Le programme nous a fourni une structure très claire sur la manière d'aborder les entreprises. C'est pour moi le principal enseignement. Dans le passé, nous avons envoyé des dossiers bien ficelés avec ce qu'on appelle des « menus de commandite » et bien que nous ayons été chanceux avec cela, nous savons que cela donne aussi aux entreprises l'option de choisir un montant (et ils choisiront souvent le moins élevé). En demandant un chiffre ferme et réaliste à une entreprise, vous avez plus de chances d'obtenir ce montant. »

« Notre relation avec le Partenariat La Fourche/Portage-Nord a été très innovant. Ils ont en effet été à la fois un sponsor et une salle de spectacle. Leur soutien, en particulier avec la ferveur de leurs nombreux employés, nous a permis d'élargir notre programmation. Notre relation avec le Downtown Biz a aussi été très précieuse en ceci qu'elle nous a ouvert les portes du programme Downtown Watch pour la sécurité et pour de nombreuses possibilités de marketing. MTS a financé le Festival Ciné-pop et cela aussi a été unique car ils ont mis des ressources financières sur la table et ont aussi apporté des courts métrages indépendants qu'ils ont produits. »

« Une des plus grandes expériences a été que nous nous sommes rendus compte que les entreprises et les fournisseurs avec qui nous travaillons sont souvent assez ouverts à l'idée d'une commandite, car ils veulent maintenir une relation professionnelle aussi bien qu'ils veulent se servir de cette relation comme publicité auprès du public à travers une commandite. J'ai trouvé cette information primordiale et cela a entraîné de meilleures relations de travail avec certaines compagnies. Deux exemples qui illustrent parfaitement ces relations sont tout d'abord que nous avons demandé à notre concepteur et imprimeur, Vantage, de signer une commandite avec nous

pour les impressions essentielles pour notre festival du film documentaire. L'autre exemple a été de demander à notre fournisseur technique, Realtime Networks, de signer une commandite avec nous lorsque notre serveur est tombé en panne – Ils étaient très ouverts et cela leur a donné la possibilité de montrer leur soutien pour l'adoption des chiens en utilisant leur commandite pour faire de la publicité pour le chenil *Le Paradis de Hull* dans le programme de notre cinémathèque. »

« L'impact principal de la commandite a été de nous fournir de plus grandes ressources pour augmenter l'accès de la communauté à nos productions théâtrales. Par exemple, notre plus récente production de *Jail Baby* a intégré le financement d'entreprises pour montrer leur souci de la communauté et nous a permis d'offrir des billets aux exclus de la communauté qui ont pu voir leur histoires mises en scène. Notre partenariat avec la Société des communications autochtones a aussi débouché sur la diversification de notre public. »

« Nos commandites ont toutes été des réussites. Elles ont toutes été plutôt conventionnelles (Nous avons offert le placement de logo, des billets gratuits pour les sponsors et leurs employés), mais tout ceux avec qui nous avons travaillé ont semble-t-il vraiment apprécié la valeur d'une commandite dans les arts à la fin de la procédure, ce qui est pour nous une grande réussite. »

« HUB International a sponsorisé un groupe artistique pour la première fois. Nous leur avons donné des billets gratuits, qu'ils ont offerts au tirage au sort à leurs employés. Une personne de leur équipe de management a gagné un billet, est venue au concert, l'a adoré et a assisté à tous les concerts depuis. Elle pense maintenant siéger au conseil d'administration. »

« En plus d'apporter une importante commandite en espèces, notre commanditaire le plus important a un impact direct sur nos activités quotidiennes avec nos clients/partenaires artistiques et sur les objectifs commerciaux de nos sponsors. Cela nous a permis d'améliorer notre efficacité à une plus grande échelle quand nous servions nos clients/partenaires et d'améliorer leur efficacité. Cela pourrait les aider à trouver leur propre commandite dans le futur. »

« Notre commanditaire était impressionné et inspiré par le fait qu'artsVest allait investir le montant exact de son investissement. »

« Le sponsor le plus récent, la Commission d'intendance des pneus, qui a été réalisé grâce au programme artsVest, n'a pas été ce qu'on peut appeler une association évidente pour notre organisation. Le programme artsVest m'a aidé à voir le potentiel d'un partenariat avec plusieurs types d'entreprises et m'a permis d'affiner mon approche, mes propositions, la procédure et mon efficacité lorsque je travaille avec des sponsors potentiels. La commandite leur a fourni la possibilité d'interagir et de s'engager avec une nouvelle démographie pour leur campagne de sensibilisation du public et donner aussi aux clients une expérience intéressante et agréable. Ils étaient très satisfaits du résultat et j'espère que cela pourra devenir un partenariat à long terme. »

« Nous avons appris qu'il y a un réel besoin de créer des commandites «créneau » et de trouver des partenariats financiers adéquats. Dans le passé nous avions des lignes directrices pour nos commandites mais nos approches étaient beaucoup moins ciblées. »

« Nous avons trouvé que nous utilisions des termes de marketing et des idées qui sont considérés inefficaces et dépassés. »

« Nous avons appris à construire une stratégie de collectes de fonds. Bien que nous nous soyons engagés dans la collecte de fonds et dans d'autres formes de développement autrefois, nous avons beaucoup profité de l'expérience et de la réussite d'un collecteur de fonds (spécialement sur la façon de créer un système pour votre collecte de fonds). Alix a fait un travail excellent. Elle a été directe et instructive, elle a donné toute sorte d'exemples concrets avec des principes que nous pouvons appliquer à chacune de nos propres organisations. »

« Nous avons appris à être plus originaux et à ne pas approcher les sponsors les plus connus qui sont approchés par beaucoup d'organisations. »

« J'ai senti que chaque aspect du programme était utile. La seule chose que je changerais serait de suivre des ateliers tout au long du programme car ils nous ont laissé très peu de temps après pour poursuivre des demandes de commandite avec toutes les nouvelles connaissances acquises grâce au programme. Je pense que nous aurions pu réussir encore plus si nous avions suivi les ateliers et si nous avions eu beaucoup de temps par la suite pour nous concentrer sur les demandes de commandite, en ayant peut-être des contrôles mensuels pour vérifier nos progrès ? »

« Je pense que c'est un programme très rigoureux. J'ai suivi les deux années d'artsVest à Winnipeg et j'ai continué à apprendre de nouvelles informations à chaque séance. J'ai apprécié de mieux connaître les dirigeants des groupes artistiques petits et variés qui ont participé au programme et de connaître leurs difficultés et leurs succès. »

« J'ai apprécié qu'il y ait une formation qui est dispensée. Les sessions mensuelles sont très utiles. Alix et Dominic sont très compétents et apporte un soutien important. »

« J'ai trouvé que le programme artsVest a été une merveilleuse expérience d'apprentissage. Cela m'a offert une solide connaissance de ce qui est indispensable pour définir des demandes raisonnées et séduisantes pour les entreprises. La possibilité d'écouter les histoires des autres, ce qui a marché, ce qui n'a pas marché, était aussi un privilège considérable. J'ai appris ce que j'ai besoin de faire. J'ai seulement besoin d'avoir plus de temps et d'employés pour le réaliser. Merci beaucoup pour cette fantastique opportunité, Je n'ai plus peur à présent. »

« Notre organisation a beaucoup bénéficié de ce programme, il nous a permis d'identifier comment nous pouvons travailler avec les entreprises et pourquoi les entreprises veulent travailler avec nous ! »

« artsVest nous a permis d'approcher des partenaires que nous n'aurions pas contactés autrement. En conséquence, nous n'avons pas seulement augmenté nos ressources, nous avons aussi sensibilisé les entreprises à notre travail. Les fonds de contrepartie nous ont aussi permis d'essayer de nouvelles initiatives, comme par exemple investir plus d'argent dans le marketing et la publicité. Le résultat a été une augmentation générale de notre public cette saison. »

« artsVest est un excellent programme. Cela motive les organisations artistiques à augmenter leurs efforts de collecte de fonds et d'améliorer leur compétences.... Plus de temps pour le programme serait mieux (spécialement pour les plus petites organisations qui ont vraisemblablement un nombre limité d'employés qui travaillent sur plusieurs projets à la fois et qui sont très probablement inexpérimentés en matière de collecte de fonds). Les ateliers offerts étaient inestimables. »

« Merci pour la possibilité d'apprendre et d'étendre nos chances de trouver une commandite ! »

Commentaires sur la séance de compte rendu :

En mai et en juin, l'association *Les affaires pour les arts* a mis en place des séances de compte rendu qui vient s'ajouter aux informations rassemblées lors des sondages et des interviews pour comprendre encore mieux l'expérience des participants au programme.

Enseignements majeurs et recommandations sont les suivants:

Calendrier du programme – Les personnes interrogées ont répondu que le meilleur moment pour commencer le programme était au début du printemps, à la fin du printemps, en automne et en hiver. L'étape suivante du programme dépend de la façon dont leur saison était structurée. Les délais concernant le budget et la fiscalité, les restrictions de certains commanditaires et partenaires financiers ont aussi montré qu'il était impossible d'avoir une date précise et universelle pour le début du programme. La première instruction était qu'il n'y pas de date de commencement idéale qui conviendrait à tous les participants.

Le temps nécessaire pour établir des partenariats – 6-9 mois est la réponse la plus citée. Nombreux sont ceux qui ont indiqué qu'une période allant jusqu'à 12 mois était idéale pour vraiment mettre en pratique le cycle complet de commandite du début jusqu'à la fin tel qu'il est enseigné dans l'atelier artsVest. Il est important de préciser que les quelques organisations qui ont des employés ont indiqué que 6 mois étaient suffisants pour obtenir des commandites. Les organisations qui fonctionnent entièrement grâce au bénévolat et qui n'ont pas d'employés ont indiqué qu'il leur faudrait plus de 12 mois pour achever le cycle de commandite.

L'importance de la contrepartie par rapport à la formation à la commandite – Alors que la majorité des personnes interrogées ont indiqué que les fonds de contrepartie sont l'« hameçon » du programme et qu'ils facilitent l'engagement des sponsors, elles ont aussi admis sans l'ombre d'un doute qu'elles n'auraient pas pu trouver des sponsors sans avoir suivi les ateliers et que les ateliers sont essentiels pour établir des partenariats.

Obtenir des commandites en espèces plutôt qu'en nature - En général, obtenir une commandite en nature était censé être aussi facile qu'une commandite en espèces. De façon assez surprenante et contrairement à d'autres communautés du programme national artsVest, la majorité des personnes interrogées dans la province de Saskatchewan aurait obtenu des commandites en espèces avec autant de facilité qu'en nature. Ceci pourrait s'expliquer par le fait que, en

particulier à Regina et à Saskatoon, les organisations artsVest ont reçu des autorisations préalables pour recevoir des montants importants en fonds de contrepartie (\$10.000 - \$15.000) et ont privilégié la recherche de commandites en espèces plutôt qu'en nature car le programme offre des contreparties pour les commandites en espèces à un niveau beaucoup plus important que pour celles en nature.

Obtenir des commandites plutôt que des donations – Bien que les réponses fussent mixtes, beaucoup ont pensé que les commandites leur ont permis d'obtenir les sommes qu'ils recherchaient. Les donations de petites sommes étaient toujours considérées comme les plus faciles à obtenir, mais le sentiment général était que les plus grandes entreprises se désintéressent des donations car ils veulent les avantages associés aux commandites.

Des ateliers dispensés en ligne ou face-à-face – Lorsque l'on leur a demandé d'évaluer les formats utilisés pour la formation, les personnes interrogées ont clairement préféré les séances en face-à-face et en groupes restreints. Les programmes offerts seulement en ligne figuraient significativement en fin de liste, bien que beaucoup préfèrent les styles hybrides combinant face-à-face et en ligne. Bien que les participants préfèrent l'apprentissage face-à-face sur l'enseignement en ligne, il est significatif que la majorité des formations professionnelles fournies par les services d'organisations artistiques soit en ligne. Plusieurs personnes ont partagé leur volonté de suivre un programme de mentorat ou une discussion entre pairs pour les projets de proposition.

Des commandites de plusieurs années par opposition à une année – Toutes les personnes interrogées ont admis qu'obtenir des commandites de plusieurs années étaient beaucoup plus compliqué qu'obtenir des commandites d'un an. Ceci est en partie causé par le fait que de nombreuses entreprises ont des politiques en place pour s'engager seulement d'une année sur l'autre. De nombreuses personnes ont indiqué qu'artsVest était utile pour transformer des partenariats existants d'une année en partenariats de plusieurs années et qu'ils auraient encore plus de réussite à prendre contact avec les entreprises si le programme continuait à être dispensé dans leur communauté.

Suggestions de programmes pour les futurs ateliers – La rédaction des propositions a été le programme le plus populaire. C'est celui-ci que les participants veulent que l'association *Les affaires pour les arts* considère et offre lors des prochains ateliers. D'autres sujets importants sont la phase expérimentale, le langage à employer, l'évaluation, obtention de commandites de plusieurs années et l'intendance.

La procédure de recrutement du partenaire et celle de la contrepartie – Le plus grand défi du programme a été le décalage entre ses véritables objectifs et les attentes des participants. Bien que l'entière formation soit conçue pour que les organisations acquièrent plus de connaissances et d'expertise et qu'elles recherchent et trouvent indépendamment la commandite ou l'entreprise parfaite, nous avons appris que les organisations participantes s'attendaient à ce que l'association *Les affaires pour les arts* organise des activités de réseautage durant lesquelles ils auraient pu rencontrer les entreprises qui leur conviennent. Nous sommes convaincus que cela aurait été contreproductif pour le programme puisque l'idée principale des ateliers est de définir une

approche personnalisée pour chaque partenaire potentiel et l'approche doit être adaptée spécifiquement aux besoins de l'entreprise ciblée.

Au lieu d'offrir des activités de réseautage, l'association *Les affaires pour les arts* fait un travail de sensibilisation auprès des entreprises locales pour leur apprendre la mise en place du programme artsVest et les avantages qu'il offre aux entreprises. Lorsque cela est possible, l'association *Les affaires pour les arts* va aussi essayer de convaincre des représentants de la zone d'amélioration commerciale et de la chambre de commerce de prononcer un discours lors des cérémonies organisées. L'association *Les affaires pour les arts* va aussi poster en ligne un répertoire des partenariats artsVest existants afin de donner une idée aux nouvelles organisations artsVest des types d'entreprises qu'elles peuvent rechercher et approcher.

III. CONCLUSION

Il y a une corrélation croissante entre les arts, la créativité et la concurrence économique et le succès des collectivités. La base de l'écologie artistique dans chaque communauté est les organisations artistiques. Le secteur public à lui seul ne peut construire et maintenir le soutien infrastructurel dont le secteur culturel a besoin pour réussir. Ceci requiert les efforts collectifs de beaucoup de partenaires et une organisation comme *Les affaires pour les arts* pour orchestrer ces efforts. De nombreux documents de recherche et des publications, notamment les recherches effectuées par Nordicity, Work in Culture, Charity Village, Hill Strategies Research etc., montrent que les professionnels du secteur culturel sont plus susceptibles de travailler avec leurs collègues plutôt qu'en dehors de leurs réseaux professionnels, ce qui a un impact direct sur la capacité d'une organisation à nouer des liens entre les secteurs pour avoir de nouveaux partenaires, abonnés, marchés et publics. Le programme artsVest de l'association *Les affaires pour les arts* est conçu pour « pousser » les professionnels des arts en dehors de leurs sphères professionnelles et familiales afin de briser les barrières entre les secteurs.

Comme l'a mentionné l'un de nos participants au programme artsVest, « Faites-le !! Frappez à autant de portes que possible. Vous serez à la fois surpris et encouragé par ce que vous trouverez et par les partenaires qui seront là pour vous aider à vous développer économiquement, culturellement et socialement. C'est quelque chose d'entièrement concevable et réalisable. » L'un des enseignements majeurs du programme était, selon les participants, la confiance nécessaire pour approcher les entreprises. Comme l'a remarqué un participant du programme artsVest : « La chose la plus importante que notre comité a apprise lors du programme artsVest est que les entreprises locales SONT TRÈS sensibles aux besoins de la communauté artistique locale lorsqu'on les approche. La preuve est que deux de nos sponsors, tous deux connus dans notre communauté, n'avaient jamais été contactés pour sponsoriser la communauté artistique auparavant. Nous avons la chance d'être la première organisation à mettre en valeur leur soutien pour les arts. »

En plus d'encourager et de pousser les participants à élargir leurs réseaux intersectoriels, le programme artsVest leur apprend à se concentrer sur la construction d'une relation plutôt que sur des transactions aléatoires. Selon une des organisations participantes : « Les principaux enseignements du programme sont qu'il est vital de construire une relation mutuellement

avantageuse pour une meilleure compréhension et un soutien continu et qu'il faut remercier les entreprises et reconnaître les contributions qu'elles veulent verser pour la communauté. » Pour un autre participant, « la principale leçon est que le business et la culture peuvent être et sont naturellement très complémentaires et efficaces pour aider la croissance économique, culturelle et sociale de la communauté. »

Un nombre important de travaux de recherche montre que les compétences en marketing, en promotion, en présentation, en négociation et en vente sont les problèmes les plus récurrents dans le développement des compétences professionnelles dans les milieux artistiques. Le programme artsVest répond à ses besoins en offrant un accès gratuit à la formation professionnelle et au développement de partenariat. Selon un des participants : « artsVest nous aide à comprendre le marché, à trouver des sponsors qui se situent sur ce marché et à offrir de nombreux services annexes dès que nous le pouvons. » « L'essentiel, c'est le premier contact et aussi les messages qui trouveront un écho dans le milieu des affaires. Se fixer sur leurs besoins et non les nôtres... Nous avons appris à nous vendre plutôt qu'à demander une simple contribution, » a affirmé un autre participant au programme.

Notre programme phare artsVest^{MD} continue d'établir des partenariats significatifs et durables entre les organisations culturelles et les entreprises dans tout le pays. Avec le soutien du Patrimoine canadien et de nos partenaires provinciaux et municipaux, la phase 2 de la mise en place du programme à l'échelle nationale a touché 186 organisations culturelles qui ont reçu des fonds de contrepartie artsVest dans les provinces de l'Ontario et de la Saskatchewan et dans les villes de Calgary, Vancouver et Winnipeg.

Nous avons vu les organisations culturelles participantes s'associer avec **608** entreprises implantées dans ces quatre provinces, parmi lesquelles **366** ont parrainé les arts pour la première fois et **324** ont signé un partenariat à long terme. **\$1.240.209** en fonds de contrepartie ont généré de nouveaux investissements du secteur privé d'une valeur de **\$2.621.767** et créé un flux de **\$3.861.976** dans l'économie culturelle.

Résumé de l'impact général d'artsVest^{MD} National Phase 1 (2011-2013):

- Le programme a touché 10 municipalités de l'Ontario, sept districts et deux municipalités de la Saskatchewan et les villes de Winnipeg, Calgary et Vancouver.
- 859 représentants des organisations culturelles et patrimoniales dans des communautés artsVest sélectionnées ont suivi une formation sur la commandite entre avril 2011 et septembre 2013.
- Un total de 48 ateliers et cliniques ont été offerts.
- Nous avons vu les organisations culturelles participantes s'associer à 1079 entreprises. Parmi ces entreprises, 686 ont apporté leur soutien pour la première fois et 458 se sont inscrites dans le long terme. **\$2.080.398** en fonds de contrepartie ont généré de nouveaux investissements du secteur privé d'une valeur de **\$4.543.856** et créé un flux de **\$6.624.254** dans l'économie culturelle.

Renseignements:

Pour toute question sur le Rapport de résultats artsVest National Phase 2, veuillez contacter :

Aida Aydinyan
Vice-présidente, finance et opérations
Les affaires pour les arts
(416) 869-3016 poste 222

Pour toute question sur les programme artsVest, veuillez contacter :

Laura Adlers
Directrice du programme national
Les affaires pour les arts
(416) 869-3016 poste 223