

COMMENT OBTENIR UN SKATEPARK ?

1^{ère} partie : Créer une association

Il faut bien comprendre son utilité, une association est reconnue par l'État, c'est-à-dire que vous avez une existence juridique et sociale. C'est à travers elle que vous « parlerez » avec la mairie. C'est elle que le public verra, et il acceptera plus facilement de soutenir une association légale qu'un groupe de riders représentés par une liste de noms.

Comment faire ?

Officiellement, il suffit de rassembler au minimum 3 personnes majeures (ou mineurs, avec autorisations écrites des parents ou tuteurs légaux), de payer maximum 30€ de frais de dossier, d'écrire les statuts de l'asso, et le tour est joué. Procurez-vous le formulaire de création d'une association de « loi 1901 », disponible dans la plupart des mairies et dans toutes les préfectures de Police – de remplir et de l'envoyer (vous trouverez des renseignements au près de vos mairies, sur internet ou des livres en librairie pour connaître la démarche exacte à suivre). Lorsque votre association sera déclarée (au Journal Officiel) elle prendra vie. En somme c'est assez simple. C'est après que le vrai travail commence... C'est pourquoi il vaut mieux démarrer avec un groupe d'un dizaine de personnes motivées (votre bonne volonté peut débâter face à l'ampleur de la tâche). Une fois cette première étape franchie, il faut constituer un dossier.

2^{ème} partie : Le Dossier

Il ne sert à rien d'aller démarcher des politiciens ou des possibles sponsors sans dossier. Il est même conseillé d'en constituer deux :

- Une version courte (quelques pages) ciblant bien le projet, montrant l'intérêt de celui-ci, bref du marketing.
- Une version complète renfermant le maximum de choses intéressantes, et que vous ne sortirez qu'une fois le « potentiel » accroché.

Dans le premier dossier, il faut retrouver plusieurs types d'infos :

Des éléments descriptifs du projet (quel est exactement votre projet) : voulez-vous un skatepark couvert, en plein air, en béton, en bois... S'agit-il d'une aire de street, de rampes... Quelle est la taille de l'ensemble... Combien ça coûte, etc....

Des exemples de projets déjà existants (ils doivent être courts, clairs et explicites, photos recommandées).

Des espérances en terme de fréquentation : à qui va s'adresser le skatepark... Aux jeunes et aux moins jeunes (vote, vote, vote ! lol), aux parents (qui sauront où sont leurs bambins, faites attention à ce que ça ne devienne pas une garderie...), et à la population (qui va pouvoir admirer les prouesses sportives de ces fous de la planche à roulette par exemple...)

Ce dossier « version light » doit également comporter une partie « variable » qui va contenir des infos différentes d'un interlocuteur à un autre. En fait, vous adaptez le dossier pour qu'il paraisse le plus attrayant possible à celui que vous démarchez (pour mieux arriver à vos fins). Si c'est une entreprise de menuiserie, parlez des tonnes de bois dont vous allez avoir besoin... Si c'est une mairie, faites valoir la renommée internationale qu'apporte le bowl de Marseille ou le skatepark de Montpellier à leur ville d'accueil, ainsi que le nombre d'entreprises intéressées par le projet...

Dans sa version complète, le dossier comporte évidemment la version « light », mais il est complété par :

Un historique du skate, du bmx et du roller. N'oubliez pas que les gens n'en n'ont rien à foutre de « l'esprit skate » - tout ce qui les intéresse c'est l'économie du skate (autrement dit, l'argent que vous représentez...)

Une liste des skateparks déjà existant en France (n'oubliez pas de comparer la taille de la ville à celle du park). D'autres infos peuvent être positives pour le dossier : par exemple il est intéressant de noter que les park peuvent créer des emplois...

Une liste de vos soutiens (personnes influentes diverses – avec leur nom, fonction, coordonnées, et une citation qui explique leur intérêt à vous soutenir...). C'est cette partie qui doit être la plus béton.

Une liste des constructeurs de modules, de rampes, etc. Indiquez leur prix et tout et tout.

Une liste de vos actions passées qui montrent que vous vous bougez le cul pour avoir votre park.

Un projet d'animation sur le skatepark. Par exemple vous pouvez organiser un contest ou une jam pour l'ouverture... Montrez que vous avez les reins solides et que vous êtes motivés.

3^{ème} partie : Les soutiens

« Faites une pétition, c'est vrai que ça ne sert pas à grand-chose, mais au moins vous aurez essayé »

Si vous vous contentez de cette solution, vous pouvez dès maintenant fermer boutique. Il vous faut transformer votre pétition en une action plus riche et plus intéressante. Par exemple, installez-vous sur les grands boulevards de votre ville avec (une table et une banderole) quelque flyers, le sourire et votre pétition. Faites signer tous les passants et prenez des tofs de votre activité (demandez l'autorisation aux personnes avant de les prendre en photos !) Servez-vous de la pétition pour montrer votre bonne volonté, les tofs montrant votre bonne foi. Voici l'exemple typique d'une pétition :

| NOM / Prénom | Age | Adresse | Profession | Signature |
|--------------|-----|---------|------------|-----------|
| | | | | |

Dans le même style d'action, on peut faire mieux : les lettres de soutiens. Plus difficiles à obtenir, elles sont plus percutantes. Visez les gens « importants » qui ont intérêts à être cools avec vous. Les commerçants par exemple, ils ont un réel pouvoir sur le quartier, c'est eux qui colportent les rumeurs et les politiciens le

savent bien. Allez donc les voir, très poliment, en expliquant votre problème et en leur demandant d'écrire une petite lettre au maire, que vous vous chargez de lui transmettre. Demandez-leur d'écrire qu'ils soutiennent votre projet, qu'ils souhaitent que les réclamations des jeunes sportifs de la ville soient entendues, qu'ils suivront cette affaire de près... Faites la même chose avec les industriels de la région, les hôtels, les restaurants (Mc Do ! lol), les politiques (au pouvoir ou dans l'opposition)... Pour chaque lettre de soutien faites-en une photocopie et envoyez-la au maire (gardez la copie dans votre dossier).

Pensez aussi à aller taper aux portes des radios et des journaux locaux. Ils n'ont pas toujours quelque chose à raconter, alors si vous arrivez en leur proposant un sujet, ils accepteront sûrement. Maintenant que votre dossier tient la route, à qui le présenter ?

4^{ème} partie : L'Etat

Bien que nous ne parlions que de lui, le maire n'est pas le seul à aller voir. Pensez que la ville fait partie d'une commune, d'un département, d'une région... Sachez taper à la porte de votre député et tous ses supérieurs hiérarchiques. N'oubliez pas les politiques seront toujours d'accord avec vous, mais leurs doux sourires ne servent à rien, ce sont leurs actes qui comptent – ne relâchez pas la pression (vous vous reposerez après la première session !). Vous êtes des sportifs ! Expliquez votre problème aux « Bureaux de la Jeunesse et des Spots » de votre mairie, à la « Direction Départementale de la Jeunesse et des Sports ».

Faites valoir les énormes retombées que peuvent générer les skateparks.

Exemples : la marque de modules Vertical est connue mondialement grâce aux tofs des contests – le bowl du Prado, à Marseille, est une référence mondiale – les hôtels de Palavas (Montpellier) pleins pour le Fise sponsorisé par Nokia... A une moindre échelle, vous pouvez déjà leur dire que des magasins spécialisés dans le skate (Sugar, Tricks), le BMX (Soul, Cream) et le roller (CrazyRoller) vont parler des événements qui y auront lieu (cool pour le tourisme !). Imaginons que ce soit bien parti, il faut maintenant penser aux sponsors. En effet, il vaut mieux avoir plusieurs sources de financement et de nombreuses dépenses imprévues ne vont pas tarder à émerger.

5^{ème} partie : Les Sponsors

Un sponsor peut être intéressé soit par un partenariat tout au long de l'année, soit par une participation limitée à un événement. Ici, nous ne parlerons que du premier cas. Le premier à aller voir, c'est le skateshop du coin. Expliquez qu'il n'est pas question de lui faire de la pub gratuitement et que tout se paye. Un skateshop doit soutenir les initiatives locales des riders. Vous pouvez aller voir également Go Sport, Décathlon, ces grandes enseignes ne sont pas spécialisées dans les sports de glisse mais ils sont sources de monde et d'argent. Si il ya plusieurs shop en concurrence, vous pouvez soit acceptez les deux, soit faire jouer l'exclusivité en faisant payer plus cher et en fournissant des banderoles pour le park, etc.... Contactez aussi les marques de skate. Les subventions ne tombent pas dans la poche des mairies : des institutions privées peuvent proposer une somme d'argent pour soutenir le projet. Un concours ou un cahier des charges est alors l'épreuve à franchir pour toucher cette « bourse ». Pour n'en citer qu'une : « le projet J ». Il est assez facile de gagner jusqu'à 3000€ en participant, c'est-à-dire en remplissant un formulaire (à demander à votre Direction Départementale de la Jeunesse et des Sports). Renseignez-vous auprès de votre mairie, il y en a plein (Fondation 3 Suisses,

Evian...) Il existe même des livres qui les regroupent, avec toutes les informations nécessaires au chasseur de subventions.

Conclusion

Il n'y a pas d'ordre dans les parties énoncées. N'attendez pas d'avoir fini une partie pour commencer la suivante. Il faut tout faire en même temps, d'où l'intérêt d'être nombreux. Lors des contacts « extérieurs », il est préférable qu'un petit groupe de 2 ou 3 personnes connaissant parfaitement le dossier et sachant parler représente le projet (même si c'est un travail d'équipe) : prenez les plus commerciaux du groupe.

Le dynamisme dont vous ferrez preuve lors de vos démarches est un facteur énorme de votre réussite (en face à face, soyez honnêtes, autodidactes et souriants). Ne baisser pas les bras... Ca peut prendre 2 ans ! Prenez régulièrement des nouvelles de l'avancement du projet !

Damoun

Copyright RidOpale 2006

