



# DOSSIER DE SPONSORING

AJAM  
2025-2026





# Présentation

L'Association Jeunes Anthy Margencel (AJAM) est un club de football créé en 2024 par la fusion des clubs du GJ Anthy-Margencel, du FC Anthy et de l'US Margencel.

Basé dans les communes d'Anthy-sur-Léman et de Margencel, le club compte aujourd'hui plus de 320 licenciés, âgés de 5 à 45 ans.

Grâce à un comité jeune et dynamique, et à des valeurs de respect et de partage, l'AJAM joue un rôle autant sportif que extra-sportif en essayant de faire vivre les deux villages avec l'animation de nombreuses manifestations.

**321**

LICENCIÉS

**23**

ÉQUIPES

**48**

MEMBRES DU COMITÉ

**189**

ENFANTS

**3**

ÉTUDIANTS BPJEPS

**40**

COACHES



# Organigramme



David Grauser  
Président



Brice Carrillo Rosa  
Vice-président



Sonia Frossard  
Vice-présidente



Delphine Ancel  
Secrétaire



Sébastien Debout  
Vice-secrétaire



Alexandre Ancet  
Trésorier



Arnaud Rousson  
Vice-trésorier

# Projet et Objectifs

## Associatifs

- Renforcer le pouvoir d'attraction
- Améliorer la qualité de l'accueil
- Renforcer la fidélisation
- Développer la vie associative et sociétale des villages d'Anthy et de Margencel

## Sportifs

- Améliorer l'encadrement par le biais de formation pour les éducateurs
- Développer la pratique du football féminin par la création d'équipes féminines jeunes
- Augmenter les niveaux de pratique
- Développer la pratique dans sa globalité

## Éducatifs

- Créer des règles de vie
- Développer les règles de jeu et d'arbitrage
- Améliorer l'esprit du jeu







# Nos offres de sponsoring

## Jeu de maillots



10 cm

28 cm



# Nos offres de sponsoring

## Jeu de maillots

### 14 MAILLOTS

**Votre logo affiché sur un jeu de 14 maillots**

*Équipe Séniors, Séniors Féminines, U17 ou U15*

et sur nos supports :

**Réseaux Sociaux**

*Facebook et Instagram*

**Barnum**

*Déployé lors de nos événements*

**Photocall**

*Déployé lors de nos événements*

**1000 €** (hors avantages fiscaux)

### 10 MAILLOTS

**Votre logo affiché sur un jeu de 10 maillots**

*Équipes Jeunes : U13, ...*

et sur nos supports :

**Réseaux Sociaux**

*Facebook et Instagram*

**Barnum**

*Déployé lors de nos événements*

**Photocall**

*Déployé lors de nos événements*

**800 €** (hors avantages fiscaux)



# Nos offres de sponsoring

Barnum 3 murs – 3x3 m

Côté A



Côté B





# Nos offres de sponsoring

## Barnum 3 murs – 3x3 m

### BARNUM 3 MURS – 3X3 M

**Votre logo affiché sur un barnum (2 côtés)**

*Dimension max. ± 2 x 1,60 mètres*

et sur nos supports :

**Réseaux Sociaux**

*Facebook et Instagram*

**Photocall**

*Déployé lors de nos événements*

**600 €** (hors avantages fiscaux)



# Nos offres de sponsoring

Barnum 3 murs – 6x3 m





# Nos offres de sponsoring

## Barnum 3 murs – 6x3 m

### BARNUM 3 MURS – 6X3 M

#### **Votre logo affiché sur un barnum (3 côtés)**

*Dimension max.  $\pm 2 \times 1,60$  mètres (grand côté)*

*Dimension max.  $\pm 2 \times 0,60$  mètres (petits côtés)*

et sur nos supports :

#### **Réseaux Sociaux**

*Facebook et Instagram*

#### **Photocall**

*Déployé lors de nos événements*

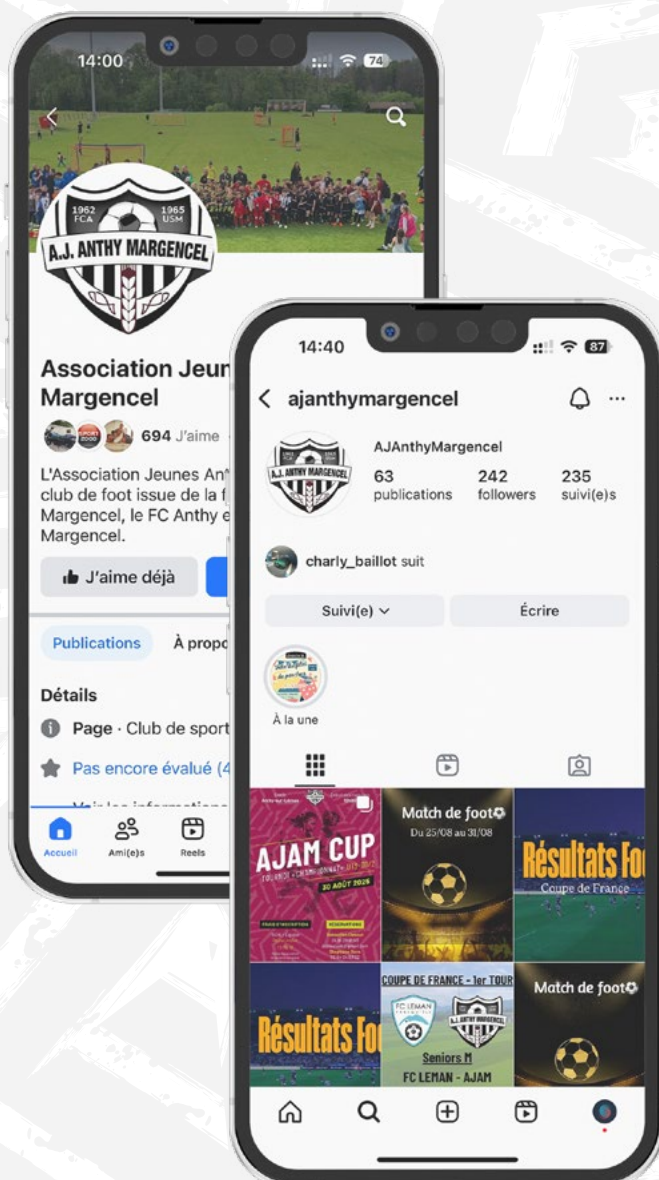
**2400 €** (hors avantages fiscaux)





# Supports et visibilité

## Réseaux sociaux



Facebook  
868 abonnés

Instagram  
242 abonnés

- 4 publications par semaine
- Annonce des résultats
- Résumé du week-end

## Pour les sociétés sponsors

Annonce des matches  
avec mention « *ce match  
vous est présenté par  
[Votre société]* ».



# Supports et visibilité

## Photocall





# Supports et visibilité

## Autres équipements

En fonction des besoins du Club ou des envies des sponsors, nous pouvons développer des supports sur-mesure.



# Avantages fiscaux

Le sponsoring est très réglementé et l'entreprise doit prouver qu'elle a parrainé par des preuves physiques comme un contrat, des factures, etc. **Comment défiscaliser un parrainage ?**

Il faut donner plusieurs éléments de preuve pour que la défiscalisation d'un sponsoring ait lieu :

- l'entreprise doit pouvoir être **visuellement identifiable** : lorsque l'entreprise a investi pour une cause ou une personne, il faut que l'on puisse voir son logo ou que le nom de la marque soit visible. En effet, sinon, ce n'est pas considéré comme du sponsoring ;
- les **sommes dépensées**, le temps ou le matériel donné ne doit pas être excessif. Il ne faut pas que l'entreprise se mette en difficulté, ni qu'elle investisse trop par rapport aux retombées attendues. Le parrainage se doit d'être un **coup de pousse avec des retombées économiques** ;
- le mieux, pour l'entreprise est d'avoir une **facture très détaillée**. Cela permettra de voir l'impact et les sommes dépensées. La facture va également permettre de déduire la TVA. Il faut que la facture soit éditée par l'association ou la personne parrainée ;
- il faut établir un **reçu fiscal de sponsoring** : ce reçu est le même que pour le mécénat (cerfa n°11580) ;
- pour encore plus de transparence, l'entreprise peut prévoir un **dossier en interne** pour montrer en quoi ce sponsoring s'inscrit dans la stratégie marketing de l'entreprise.

Il faut penser à bien cadrer le sponsoring, c'est pour cela qu'un contrat est primordial. Cela va permettre d'y développer les intentions de chaque partie, leurs engagements ainsi que l'impact que cela aura sur les retombées pour l'entreprise. La déduction fiscale d'un sponsoring, qu'il soit sportif ou non, n'est pas acquise de fait, il faut justifier son parrainage.

Dans votre comptabilité, ces dépenses doivent être engagées pour un intérêt direct lié à votre activité. Il faut absolument que les dépenses soient proportionnées aux retombées économiques attendues. Lorsque la facture est éditée, la somme est indiquée en TTC, il conviendra alors de reporter un **taux de TVA en sponsoring**.





## CONTACTS



**Brice Carrillo Rosa**

Responsable sponsoring

+33 6 77 58 53 20

[communication.ajam@gmail.com](mailto:communication.ajam@gmail.com)