

FIRST® Tech Challenge 2025-2026

Guide de Survie Partenaires et Mentors

Robotique *FIRST* France

Association loi 1901 à but non lucratif d'intérêt général
22, avenue Gambetta 69250 Neuville Sur Saône

N° RNA : W691104750

N° SIREN 904 913 043

Tel : 07 57 84 55 53

Table des matières

1. Introduction : qu'est-ce que la FTC et à quoi sert ce guide ?	4
1.1. La FIRST® Tech Challenge, c'est quoi ?	4
1.2. Professionnalisme coopératif®	4
1.3. A quoi sert ce guide ?	4
2. Comprendre les types de partenariats	5
2.1. Les différents types de soutiens qu'un partenaire peut apporter	5
2.2. Les différents types de partenaires	6
3. Trouver et approcher des partenaires	8
3.1. Identifier des partenaires potentiels	8
3.1.1. Etape 1 – Brainstorming en équipe	8
3.1.2. Etape 2 – Catégoriser les types de partenaires	8
3.1.3. Etape 3 – Construire le tableau de prospection	9
3.1.4. Etape 4 – Evaluer le niveau de priorité	9
3.1.5. Etape 5 – Se répartir les rôles	9
3.2. Préparer un premier contact	9
3.2.1. Avant de contacter : avoir un message prêt	10
3.2.2. Avant de contacter : avoir un message prêt Préparer un support visuel simple	10
4. Structurer la relation : de l'intérêt au partenariat	11
4.1. Clarifier les attentes	11
4.2. Choisir un cadre d'accord adapté	12
4.3. Choisir un cadre d'accord adapté Garder le contact avec ses partenaires	12
5. Gérer la relation avec ses partenaires	14
5.1. Communication régulière	14
5.2. Valoriser ses partenaires	15
6. Collaborer avec des mentors externes (mécénat de compétences)	16
6.1. Valoriser ses partenaires Bien accueillir un mentor externe	16
6.1.1. Lui présenter FIRST , la compétition et votre équipe	16

6.1.2.	Identifier ses compétences.....	16
6.1.3.	Lui donner un cadre.....	17
6.2.	Travailler efficacement ensemble.....	17
6.2.1.	Lui donner un cadre Fixer des points de contact réguliers.....	17
6.2.2.	L'inclure dans les outils de communication	17
6.2.3.	Valoriser sa contribution	17
6.3.	Gérer les aspects pratiques	18
6.3.1.	Convention de bénévolat	18
6.3.2.	Règles de sécurité.....	18
6.3.3.	Travailler avec l'enseignant référent	18
7.	Annexes.....	19
7.1.	Annexe 1 : Savoir ce dont j'ai besoin – Boite à questions pour bien démarrer	19
7.1.1.	Faire un état des lieux de l'équipe	19
7.1.2.	Questions à poser avant la recherche d'un sponsor	19
7.2.	Travailler avec un mentor ou un partenaire sur du mécénat de compétences	19
7.2.1.	Bien démarrer la relation	19
7.2.2.	Liste de demandes concrètes à faire à un partenaire.....	20
7.2.3.	Modèle de fiche « collaboration avec un mentor »	20

1. Introduction : qu'est-ce que la FTC et à quoi sert ce guide ?

1.1. La **FIRST® Tech Challenge**, c'est quoi ?

La **FIRST® Tech Challenge** est un programme centré sur l'élève qui vise à offrir aux élèves une expérience unique, stimulante et enrichissante. Chaque année, les équipes se lancent dans un nouveau jeu où elles conçoivent, construisent, testent et programment des robots autonomes et pilotés qui doivent effectuer une série de tâches lors des matchs. Pour en savoir plus sur la **FIRST® Tech Challenge** et **FIRST®**, visitez le site <https://robotiquefirstfrance.org/>

1.2. **Professionnalisme coopératif®**

FIRST® utilise ce terme pour décrire l'intention derrière nos programmes.

Le **professionnalisme coopératif®** est une façon de faire les choses qui encourage le travail de haute qualité, et qui met l'accent sur le respect des individus et de la communauté.

Le Dr Woodie Flowers explique le **professionnalisme coopératif** dans cette [vidéo \(voa\)](#).

1.3. **A quoi sert ce guide ?**

Ce document propose une série de repères pour aider les mentors à établir et entretenir des relations solides avec des sponsors, des partenaires et des mentors. Il vous accompagnera dans toutes les étapes : de l'identification des besoins de votre équipe jusqu'à la fidélisation des partenaires et des mentors sur plusieurs saisons.

Ce guide se lit comme un parcours : chaque section correspond à une étape clé du développement d'un partenariat. Il est conçu pour être consulté en entier, mais aussi utilisé de manière ponctuelle, selon les besoins du moment. Des outils pratiques (boîte à questions, templates, fiches à remplir) sont également proposés en annexes.

L'objectif est de permettre à chaque mentor — même sans expérience préalable dans ce domaine — de se sentir à l'aise pour démarcher, dialoguer et collaborer avec des entreprises ou des institutions. Ce guide vise à professionnaliser les équipes tout en valorisant les relations humaines, la pédagogie et l'engagement bénévole.

2. Comprendre les types de partenariats

2.1. Les différents types de soutiens qu'un partenaire peut apporter

Un partenaire ou un sponsor ne contribue pas toujours en soutien financier. Il existe de nombreuses façons pour un partenaire d'aider une équipe *FIRST*. Identifier clairement les formes de soutien permet d'adapter sa demande, de valoriser chaque contribution, et surtout d'éviter de passer à côté d'un partenariat intéressant. Voici les principales formes de soutien qu'un partenaire peut offrir :

Soutien financier

Le plus classique : l'entreprise ou l'institution verse une aide financière à l'équipe. Cela peut prendre plusieurs formes :

- **Sponsoring** : l'entreprise soutient l'équipe en échange de visibilité (logo sur le robot, site, T-Shirt...).
- **Mécénat** : don sans contrepartie commerciale directe.
- **Subventions publiques** : aide financière obtenue grâce à un dossier de subvention ou une convention de partenariat auprès d'une collectivité ou organisme publique (département, région, etc.).

 *Astuce mentor* : précisez toujours à quoi va servir la somme demandée ou reçue (inscription, déplacement, achat de pièce, ...).

Soutien matériel ou logistique

Beaucoup d'entreprises peuvent aider sans verser d'argent, mais en fournissant des ressources utiles :

- **Don ou prêt de matériel** : outillage, composants, visserie, équipements de sécurité, ordinateurs, etc.
- **Accès à des locaux ou à des machines** : atelier, imprimantes 3D, découpe laser, CNC, etc.
- **Transport** : prêt d'un véhicule, financement du déplacement, logistique d'un événement.

Soutien en communication et visibilité

Un sponsor peut vous aider à gagner en visibilité, ce qui peut vous ouvrir d'autres portes :

- Relais de vos actions sur leurs réseaux sociaux, leur site web ou dans leur newsletter.
- Présence conjointe sur un stand lors d'un salon, forum ou événement local.
- Aide à créer des supports de communication (flyer, affiche, vidéo, etc...)

 *Valorisez-les en retour* : taguez les dans vos posts, remerciez-les publiquement, envoyez-leur des photos de l'équipe.

Mécénat de compétences (mentorat technique ou organisationnel) -> Soutien humain

Certaines entreprises acceptent de détacher un ou plusieurs salariés pour aider bénévolement une équipe :

- Ingénieurs, techniciens, communicants ou gestionnaire de projet qui viennent accompagner l'équipe, parfois plusieurs semaines ou plusieurs mois.
- Encadrement de mini-formations, relecture de documents, aide à la stratégie, etc.
- Aide à la conception, mise en plan et fabrication de pièces.

💡 *Soyez clair sur le cadre: fréquence, type d'intervention, mission précise. Il faut que ce soit aussi clair pour le mentor que pour l'équipe.*

🤝 **Réseautage et mise en relation -> Section sur comment faire du réseautage**

Certains partenaires peuvent ne pas vous aider directement mais peuvent vous ouvrir des portes :

- Mise en relation avec un autre sponsor potentiel
- Introduction à un FabLab ou une école du supérieur
- Invitation à un événement professionnel ou technique

💡 *Gardez contact même si l'aide n'est pas immédiate. Chaque échange bien mené peut déboucher sur une aide future.*

2.2. Les différents types de partenaires -> Quel profil pour quelle finalité

Tous les partenaires ne se ressemblent pas : certains donnent des moyens, d'autres du temps, d'autres encore de la visibilité. Il est essentiel pour une équipe de bien cerner à qui elle parle, pour adapter sa demande et construire une relation durable.

Voici les principales catégories de partenaires que vous pouvez mobiliser :

🏢 **Entreprises techniques ou industrielles**

Ce sont souvent les partenaires les plus recherchés. Elles peuvent apporter :

- Du matériel (matière première, visserie, outils, ...)
- Du soutien technique (usinage, conception, accès à des machines ou des ateliers)
- Un accompagnement humain (mécénat de compétences)
- Un appui financier

🏠 **Campus des Métiers et des Qualifications (CMQ)**

Les CMQ rassemblent les lycées, CFA (centre de formation d'apprentis), universités, entreprises et acteurs institutionnels autour de secteurs professionnels stratégiques. Ils peuvent être des partenaires clés pour :

- Accéder à du matériel ou des plateaux techniques
- Trouver des intervenants ou mentors techniques

- Bénéficier d'un réseau d'entreprises partenaires
- Valoriser les projets dans un cadre pédagogique reconnu

Etablissements du supérieur, université et écoles d'ingénieurs

Les établissements peuvent être à la fois hébergeurs et partenaires actifs :

- Mise à disposition de locaux ou ateliers et de machines
- Prêt de matériel pédagogique ou technique
- Soutien humain (enseignants, étudiants, techniciens)
- Lien avec d'autres filières (ex : communication, gestion, graphisme)

Institutions territoriales et publiques

Certaines structures publiques peuvent soutenir votre projet :

- Mairie, communauté de communes, conseils départementaux/régionaux
- DRANE (académies), rectorats
- Maisons des associations, MJC, etc.

Elles peuvent :

- Accorder des subventions
- Prêter une salle, un local, un atelier ou lieu de stockage
- Valoriser votre projet dans un événement local.

Anciens élèves, parents, réseau personnel

N'oubliez pas l'importance du réseau humain autour de l'équipe :

- Un parent qui travaille dans une entreprise technique ou non
- Un ancien élève
- Un ami de la famille d'un membre de l'équipe

 *Faites un tour de table en début de saison : « Qui connaît quelqu'un qui... ? »*

Autres équipes et clubs

D'autres équipes FTC peuvent être vos partenaires techniques ou humains :

- Prêts ou dons de pièces
- Aide ponctuelle sur un aspect spécifique (programmation, modélisation, etc.)
- Collaboration sur des événements

3. Trouver et approcher des partenaires

Une fois que l'équipe a compris ce qu'elle peut attendre d'un partenaire, il est temps de passer à l'action : identifier les bons interlocuteurs, structurer la recherche, puis préparer un premier contact clair et motivant.

Dans les deux parties suivantes, vous trouverez :

- Une méthode pour identifier et organiser vos pistes de partenaires
- Des conseils concrets pour établir un premier contact

3.1. Identifier des partenaires potentiels

Il faut commencer par construire une liste des partenaires possibles. Plus c'est clair et organisé, plus on se donne des chances de réussir.

Objectif: construire un tableau de prospection

Le but est d'avoir un tableau qui identifie :

- A qui on veut parler
- Classer les partenaires par niveau de priorité
- Organiser le processus de contact : qui contact qui, quand et comment

3.1.1. Etape 1 – Brainstorming en équipe

Le but de cette étape est de collecter toutes les idées de partenaires. Voici quelques questions à poser :

- Y a-t-il des entreprises autour de l'école ou de la commune ?
- Y a-t-il des structures comme des CMQ, des FabLab ou des écoles du supérieur autour de nous ?
- L'établissement a-t-il déjà des relations avec des entreprises ou des partenaires ?
- Est-ce que des membres de l'équipe pourraient avoir des contacts intéressants au sein de leur famille ?

3.1.2. Etape 2 – Catégoriser les types de partenaires

Triez ensuite les idées obtenues selon des grandes catégories de partenaires. Par exemple :

Catégorie	Exemples
Industriels/Technique	PME d'usinage, robotique, fabrication, IT, etc.
Education/universités	IUT, CMQ, école d'ingénieurs
Services et logistique	Imprimeurs, transporteurs, prestataires
Institutionnels	Ville, département, région, réseau d'entreprise, etc.

3.1.3. Etape 3 – Construire le tableau de prospection

Créer un tableau avec les colonnes suivantes :

Nom du partenaire	Catégorie	Contact identifié	Contact dans l'équipe	Demande	Niveau de priorité (de * à ***)	Remarques/historique
Entreprise X	Industriel	contact@entreprise.com	Elève Martin	Aide matérielle, mentorat	***	Visite en 2022
CMQ Y	Education	Pas encore	Professeur de techno	Prêt d'atelier	**	Contact donné grâce à l'académie
Parent de Léa	Services et logistique	Oui, maman de Léa	Léa	Impression de T-Shirt	***	Ok pour un rdv

3.1.4. Etape 4 – Evaluer le niveau de priorité

Classez les pistes en fonction de :

- Leur accessibilité (contact identifié ou pas)
- Leur potentiel d'aide (peu/beaucoup)
- Leur pertinence locale ou stratégique

Vous pouvez utiliser un code simple comme * = à tenter, ** = à creuser et *** = priorité haute. Cela permet de focaliser vos efforts sur les partenaires les plus prometteurs.

3.1.5. Etape 5 – Se répartir les rôles

Une fois le tableau complété, décidez ensemble :

- Qui contacte chaque partenaire
- Quel canal sera utilisé (mail, téléphone, visite, événement)
- A quelle date aura lieu le premier contact

3.2. Préparer un premier contact -> rajouter réseautage (salon, etc)

Une fois vos partenaires potentiels identifiés et organisés dans un tableau, il est temps de passer à l'action. Le premier contact consiste à ouvrir une porte : établir un lien, éveiller une curiosité, proposer un échange.

Un bon premier contact est :

- Clair
- Bref
- Personnalisé

3.2.1. Avant de contacter : avoir un message prêt

Avant d'écrire ou d'appeler qui que ce soit, assurez-vous que vous êtes capables de répondre en quelques phrases à ces questions :

- Qu'est-ce que la *FIRST* Tech Challenge ?
- Qui êtes-vous ? Quelle est votre équipe ? Et que faites-vous concrètement ?
- Pourquoi nous contacter ? Qu'est-ce que vous cherchez ?

Prenez le temps de bien préparer ces réponses. C'est la base de votre « pitch ».

3.2.2. Avant de contacter : avoir un message prêt Préparer un support visuel simple

Préparez un support que vous pourrez joindre à vos messages ou présenter rapidement :

- Un pdf d'une page (flyer)
- Un mini diaporama (3 à 5 slides maximum)

Ce support doit contenir toutes les informations essentielles de votre projet :

- Logo *FIRST* et logo de votre équipe
- Photo de l'équipe et de votre robot
- Objectifs de la saison
- Ce que vous cherchez (soyez précis)
- Vos coordonnées

💡 *Un document soigné donne une image sérieuse et aide le contact à mieux comprendre ce que vous faites.*

4. Structurer la relation : de l'intérêt au partenariat

Une fois que le contact est établi et que l'intérêt est là, il faut construire la relation. Dans cette partie, vous trouverez une méthode pour :

- Clarifier les attentes de part et d'autre
- Choisir un cadre de partenariat adapté
- Garder le contact avec ses partenaires

4.1. Clarifier les attentes

Une bonne relation commence par une bonne communication : il faut s'assurer que chacun sait ce qu'il attend de l'autre

Coté partenaire :

Assurez vous de bien comprendre ce que le partenaire propose. Ne supposez jamais ce que le partenaire peut faire : posez la question.

Voici quelques exemples de soutien d'un partenaire :

- 💰 Aide financière (don, subvention, budget sponsoring)
- 🧰 Aide matérielle (pièces, matériel de fabrication, impression 3D...)
- 🧠 Mentorat / mécénat de compétences (ex : un technicien qui vient aider 2h/semaine)
- 🧑🔧 Accès à un atelier ou machine (ex : usinage d'une pièce)
- 🔊 Visibilité ou communication (relai sur réseaux, co-organisation d'événements)
- 🎓 Accès à des formations ou expertises internes

Coté équipe :

Même si ce n'est pas un échange commercial, il est important que le partenaire se sente valorisé. Voici quelques pistes :

- Afficher son logo sur le robot, les affiches, les T-shirts
- Le remercier publiquement sur les réseaux sociaux
- L'inviter à un événement ou une démonstration
- Lui envoyer un bilan de fin de saison, avec photos et anecdotes
- Lui proposer de venir voir les jeunes en action

Même un geste symbolique peut renforcer le lien. Le but est que le partenaire se sente impliqué et fier d'avoir contribué.

4.2. Choisir un cadre d'accord adapté -> plus simple : clarifier la relation (pas d'option)

Tous les partenaires ne nécessitent pas de contrat officiel. Mais il est important de formaliser les choses pour éviter les malentendus.

Option 1 : Accord informel (oral ou mail résumé)

Cette option est suffisante pour des partenaires proches ou des petites aides ponctuelles.

Voici un exemple d'accord :

Bonjour,

Merci encore pour votre proposition d'imprimer nos flyers pour le tournoi régional. Nous passerons avec les fichiers jeudi matin.

Nous ajouterons votre logo sur nos supports, et vous enverrons des photos du projet.

Bien cordialement,

[Nom, équipe X]

Option 2 : Convention écrite

Cette option est utile si :

- Il y a une somme d'argent engagée
- L'aide est régulière et conséquente (ex : prêt d'un atelier toute l'année, mentor à disposition)
- Le partenaire l'exige pour des raisons internes (RH, finance, etc.)

Il n'est pas nécessaire d'avoir un contrat complexe. Une convention de partenariat basique en 1 ou 2 pages suffit.

4.3. Garder le contact avec ses partenaires

Une fois la relation établie, c'est important de la faire vivre. La plupart des partenaires ne demandent rien... mais sont ravis qu'on leur donne des nouvelles.

Idées pour garder le lien :

- Une newsletter mensuelle (1 page avec actus, photos, résultats)
- Un mail rapide après un événement ou une réussite
- Un petit mot ou cadeau symbolique en fin de saison
- Une invitation à une démonstration ou journée portes ouvertes
- Une vidéo de remerciement faite par l'équipe

De manière générale, voici un tableau récapitulatif de ce que les partenaires préfèrent :

Ce qu'ils aiment recevoir	Ce qu'ils n'aiment pas
Des photos, des vidéos	Être oublié après un don
Un petit mot personnalisé	N'avoir aucun retour ni suivi
Des preuves d'impact (« grâce à vous, on a... »)	Être relancé seulement pour redonner
Être associé à une réussite ou une actu	Recevoir un mail générique une fois par an



5. Gérer la relation avec ses partenaires

Un bon partenariat ne s'arrête pas au moment où l'aide a été reçue. Si vous voulez que la relation dure dans le temps, il faut entretenir le lien régulièrement, même avec des moyens simples.

Dans cette partie, vous trouverez des conseils pour :

- Garder un contact avec le partenaire
- Valoriser ses partenaires

5.1. Communication régulière

La communication est la clé de la relation avec ses partenaires. L'objectif est de partager ce que vit l'équipe : les moments forts, les difficultés, les progrès et les émotions.

Quelle fréquence ?

Voici quelques propositions :

- Newsletter courte toutes les 4 à 6 semaines
- Un mail rapide après chaque grand événement (déplacement, compétition, etc.)
- Un message de remerciement personnalisé en fin de saison (via les réseaux sociaux)
- Relances ciblées (et pas envahissante) en début de saison suivante.

 Conseil : mieux vaut une newsletter simple et régulière qu'un document long et complexe jamais envoyé.

Quels canaux utiliser ?

 Canal	 Quand l'utiliser	 À éviter
Email	Pour les newsletters, bilans, remerciements	Trop long ou trop fréquent
Réseaux sociaux (LinkedIn, Facebook, Instagram)	Pour les remerciements publics, posts photos et vidéos, valorisation du partenaire	Identifier le bon canal selon le partenaire (certains n'ont pas Instagram)
Visite physique	Inviter à une démonstration, une compétition ou aller chez le partenaire.	Ne jamais forcer ou culpabiliser si le partenaire ne peut pas
Appel téléphonique	Pour un point rapide avec un partenaire proche de l'équipe	Trop formel ou non préparé

5.2. Valoriser ses partenaires

Un partenaire qui se sent vu, reconnu et associé à l'aventure aura envie de continuer, voire de faire plus. Valoriser ce qu'il apporte est essentiel.

Affichage du logo

C'est vraiment la valorisation basique mais qu'il ne faut pas oublier. Voici les supports que vous pouvez utiliser :

- Sur le robot
- Sur les T-Shirts d'équipes
- Sur le stand en compétition
- Dans les documents de présentation d'équipe
- Sur le site web, les réseaux sociaux

Posts de remerciement

Utilisez les réseaux sociaux, qui sont un outil puissant, pour remercier publiquement vos partenaires. Voici un exemple de post simple (Instagram) :

*✂ Un immense merci à l'entreprise MecaXYZ qui a imprimé nos pièces cette semaine et nous permet de tester notre prototype dans les temps !
Le soutien local fait toute la différence. 💙
#Merci #Partenaire #*

Astuce :

- Mentionner le nom officiel du partenaire
- Ajouter une photo avec les membres de l'équipe avec l'objet de l'aide (pièces, cheque, visite, etc.)
- Taguer le compte du partenaire s'il est actif sur les réseaux.

Participer à des événements ensemble

L'impact est fort quand un partenaire voit concrètement ce qu'il soutient. Il est donc crucial de proposer des moments de rencontre, même très simple :

- Une visite de l'atelier ou lieu de travail de l'équipe
- Une invitation à une journée de démonstration du robot
- Une présentation dans les locaux du partenaire
- Une invitation à une compétition

 *Préparez quelque chose de personnel si le partenaire se déplace. Montrez-lui ce que son aide permet de faire.*

6. Collaborer avec des mentors externes

Travailler avec un professionnel bénévole est une chance incroyable pour une équipe : expertise, retours d'expérience, conseil, réseau... Mais pour que cette collaboration soit utile, agréable et durable, il faut un cadre clair et une bonne organisation.

Ce chapitre vous guide pour :

- Bien accueillir un mentor externe
- Structurer la relation et éviter les malentendus
- Respecter les règles de sécurité et de communication

6.1. Bien accueillir un mentor externe

Un mentor a besoin qu'on lui explique l'environnement dans lequel il arrive, ce que vous attendez de lui et comment il peut vous aider concrètement.

6.1.1. Lui présenter *FIRST*, la compétition et votre équipe

Le mentor ne connaît pas forcément l'univers *FIRST* ni le fonctionnement d'une équipe FTC.

Vous pouvez par exemple préparer un kit d'accueil simple (oral ou PDF d'une page) comme suit :

- Qu'est-ce que la *FIRST* et FTC ? (valeur, objectifs, compétition, format de la saison)
- Quelle est l'équipe ? (école, effectif, ancienneté, type de projet cette année, objectifs)
- Qui fait quoi ? (enseignant référent, rôle des élèves, place du mentor)

6.1.2. Identifier ses compétences

Demandez-lui clairement ce qu'il sait faire et ce qu'il veut faire. Ce n'est pas parce qu'un mentor est ingénieur qu'il va forcément vouloir faire de la programmation ou de la modélisation.

Voici quelques exemples :

Profil	Compétences utiles	Idées de mission
Technicien mécanicien	Lecture de plan, usinage, outils	Aide à la fabrication, sécurité
Informaticien	Programmation, logique, debug	Soutien en programmation, stratégie de jeu
Chef de projet	Planning, méthode Agile	Suivi du portfolio de l'équipe
Designer	Graphisme, identité visuelle	Création de poster, charte graphique
Chargé de communication	Réseaux sociaux, pitch	Aide pour le dossier sponsor

6.1.3. Lui donner un cadre

Un mentor doit savoir :

- Combien de temps vous souhaitez qu'il donne (1h/semaine ? 1 session/mois ?)
- A quelles étapes vous attendez son aide (ex : phase de prototypage ou validation d'un document)
- Ce que vous attendez de lui (expliquer ? faire avec les jeunes ? corriger ?)

✚ Préparez une fiche mission très simple (ex. : "Mentor mécano – suivi fabrication – 1 séance tous les 15 jours, octobre à janvier").

💡 *Important : le mentor n'est pas là pour effectuer le travail à la place de l'équipe. Il est là pour guider, pas pour construire le robot à la place des jeunes*

6.2. Travailler efficacement ensemble

6.2.1. Fixer des points de contact réguliers

Rien n'est plus frustrant qu'un mentor qui vient une fois, puis plus rien. Il vaut mieux des rendez-vous légers mais réguliers.

Assurez-vous de trouver un agenda qui fonctionne pour l'équipe et pour le mentor :

- Réunion de 30min en visio chaque lundi soir
- Présence à l'atelier tous les 15 jours
- Messages hebdomadaires sur WhatsApp/Discord/Slack pour prendre des nouvelles.

Faites en sorte de garder le mentor impliqué à un rythme qui lui convient et qui convient à l'équipe.

6.2.2. L'inclure dans les outils de communication

Le mentor doit pouvoir suivre ce que fait l'équipe, poser des questions, envoyer des documents.

A envisager :

- L'ajouter à votre Slack/Discord/WhatsApp
- Lui donner accès en lecture ou en éditeur à votre Drive
- L'ajouter dans vos communications interne entre mentors

💡 *Le but n'est pas de l'inonder de message. Vous pouvez lui demander ses préférences*

6.2.3. Valoriser sa contribution

Comme pour les sponsors, un mentor doit se sentir utile et valorisé. Ce n'est pas une question de politesse : c'est du management humain.

Concrètement, vous pouvez :

- Mentionner son nom dans vos présentations et remerciements
- Poster une photo ou un message quand il aide
- Le remercier devant l'ensemble de l'équipe à la fin de la saison avec un mot, une carte, un cadeau de l'équipe.

6.3. Gérer les aspects pratiques -> officialiser le bénévolat avec la charte Robotique FIRST France

6.3.1. Convention de bénévolat

Si le mentor vient régulièrement dans l'établissement, une convention est souvent recommandée.

Cela permet :

- A l'équipe de savoir ce qu'elle attend du mentor
- A l'établissement d'être au courant d'un intervenant extérieur à l'établissement
- Au mentor de savoir ce que l'équipe attend de lui

6.3.2. Règles de sécurité -> rediriger vers la charte + appliquer vos règles internes

Même bénévole, un mentor est responsable s'il encadre un atelier avec des outils.

Pensez à :

- Lui faire signer les règles de sécurité
- Lui expliquer les protocoles de l'atelier
- Vérifier qu'il n'est jamais seul avec un mineur (toujours avoir un adulte référent de l'équipe sur place)

6.3.3. Travailler avec l'enseignant référent

Le mentor ne remplace pas l'adulte ou l'enseignant référent. Il le complète.

Voici quelques bonnes pratiques à mettre en place pour permettre au mentor de bien collaborer avec l'équipe :

- Faire un point régulier mensuel avec l'équipe : membre, enseignants et mentors extérieurs
- Créer un mini-planning avec le mentor
- Anticiper les absences et les contraintes du mentor

7. Annexes

7.1. Annexe 1 : Savoir ce dont j'ai besoin – Boîte à questions pour bien démarrer

7.1.1. Faire un état des lieux de l'équipe

- Que sais-je faire ? Qu'est ce qui me manque ?
- De quelles compétences techniques ou non-techniques avons-nous besoin ?
- Avons-nous besoin de :
 - Financement ?
 - Accès à des machines/outils spécifiques ?
 - Conseil en gestion de projet ?
 - Communication ?
 - Aide pour les déplacements/logistique ?

7.1.2. Questions à poser avant la recherche d'un sponsor

- Quel est mon besoin précis (Ex : « nous avons besoin de découper une pièce en aluminium », il nous manque 500€ pour acheter une machine », etc.)
- Qu'ai-je à offrir en échange ?
- Qui dans mon entourage pourrait m'aider ?
- Que suis-je prêt à déléguer à un partenaire/mentor extérieur ?
- Comment vais-je maintenir la relation ?

7.2. Annexe 2 : Travailler avec un mentor ou un partenaire sur du mécénat de compétences

7.2.1. Bien démarrer la relation

Questions à poser à l'entreprise/partenaire :

- Avez-vous déjà travaillé avec des jeunes/écoles ?
- Quelles compétences souhaitez-vous partager ?
- Quelles contraintes/disponibilités avez-vous ?
- Préférez-vous du distanciel ou du présentiel ?

Questions que l'équipe doit se poser à propos du mécénat :

- Que peut-on demander sans abuser ?
- Peut-on intégrer le mentor à nos réunions ?
- Comment l'inclure dans notre routine ?

7.2.2. Liste de demandes concrètes à faire à un partenaire

- Faire visiter l'atelier/locaux de l'entreprise à l'équipe
- Usiner des pièces du robot (sur plan/croquis/fichier CAO)
- Venir présenter un ou plusieurs métiers à l'équipe
- Offrir une formation sur un outil ou une méthode
- Relire/corriger un dossier ou un plan (dossier technique, présentation, portfolio, etc.)
- Être présent 1h par semaine pour aider l'équipe
- Fournir de la matière première (bois, aluminium, visserie, etc.)

7.2.3. Modèle de fiche « collaboration avec un mentor »

Éléments	Détails à remplir
Prénom et Nom du mentor	
Entreprise	
Compétences principales	
Ce qu'on lui demande comme aide	
Fréquence de contact	
Canal de communication	
Valorisation prévue	

Bonus

Vous pouvez également inclure un « Kit de démarrage sponsor » qui regroupe :

- Un pitch (vidéo de 1 min ou flyer d'une page) sur l'équipe
- Une présentation plus complète de l'équipe ou un business plan
- Un exemple de convention ou une potentielle convention
- Un mail d'approche