

LA CALCULATRICE D'UVL

Unités de Visibilité Locale

Fiche de calcul prête à remplir pour fixer le prix de vos supports sponsors (terrain, buvette, affiches, réseaux sociaux, micro)

Auteur : Paquita - PetanqueLand.fr

Spécial clubs de pétanque - méthode simple, locale, défendable en rendez-vous

Objectif : transformer vos impressions en prix clairs. Cette calculatrice vous aide à estimer la valeur de visibilité locale d'un sponsor dans un club de pétanque, puis à construire un prix cohérent (sans vous brader).

Principe

- 1 UVL = 1 exposition locale utile (une personne voit réellement votre support sponsor dans un contexte club).
- Vous calculez ensuite la valeur selon 4 briques : terrain, digital, événement, relationnel.
- La formule finale vous donne un prix de base, puis un prix conseillé arrondi pour la vente.

Important : ce document est volontairement simple. Il sert à tenir un prix crédible face à un artisan, une PME, une agence locale ou un commerçant, pas à faire une étude média nationale.

1. Paramètres de base du club (à remplir)

Variable	Votre valeur	Exemple pétanque	Comment l'estimer
Nombre de concours / événements sponsorisables	_____	6	Concours d'été, finales, journée partenaires, etc.
Présence moyenne sur site (par événement)	_____	120 pers.	Joueurs + accompagnants + public + bénévoles
Passage hors événement (mensuel)	_____	400	Entrées, riverains, habitués, entraînements
Vues moyennes d'un post Facebook club	_____	850	Moyenne sur 10 publications récentes
Stories / posts sponsor prévus	_____	8	Nombre de mises en avant sur la saison
Nombre de mois du partenariat	_____	6	Durée de visibilité négociée
Valeur locale d'1 UVL (euro)	_____	0,03 euro	Fourchette simple : 0,02 à 0,08 selon votre zone

2. Coefficients de pondération (qualité de la visibilité)

Support	Coefficient conseillé	Règle terrain
Logo sur affiche concours	0,5 à 1,0	Petit logo = 0,5 / logo visible = 1,0
Post Facebook sponsor dédié	1,2 à 2,0	Post dédié > logo perdu sur visuel
Story sponsor	0,4 à 0,8	Répétition utile mais durée courte
Banderole buvette / entrée	1,5 à 2,5	Zone chaude = forte visibilité
Annonce micro	0,8 à 1,5	Dépend du nombre d'annonces et du timing
Tableau de score / terrain central	1,5 à 3,0	Très visible sur les finales

3. Calcul des UVL par brique (saison)

Brique	Formule (à adapter)	Calcul club	UVL
Terrain (concours)	Présence moyenne x nb événements x coeff support	_____	_____
Terrain (hors concours)	Passage mensuel x nb mois x coeff support	_____	_____
Digital (posts)	Vues moyennes x nb posts sponsor x coeff format	_____	_____
Digital (stories)	Vues story x nb stories x coeff format	_____	_____
Événementiel (finales / remise)	Audience temps fort x nb activations x coeff premium	_____	_____
TOTAL UVL			_____

4. Conversion UVL en prix

Étape	Formule	Votre calcul
Valeur brute	TOTAL UVL x valeur d'1 UVL	_____
Coefficient relationnel local	x 1,10 à 1,50	_____
Valeur sponsor calculée	Valeur brute x coeff relationnel	_____
Marge de négociation	+ 10% à 20%	_____
Prix conseillé à annoncer	Arrondi commercial (ex : 390, 490, 690 euro)	_____

Astuce vente : annoncez un prix cohérent avec votre calcul, puis défendez la valeur avec vos preuves (photos terrain, affiches, publications, audience locale). Le prix se défend mieux quand il est relié à des éléments concrets.

5. Exemples prêts à utiliser (clubs de pétanque)

Cas 1 - Artisan peintre (Pack Bronze)

Visibilité buvette + affiche + 2 posts résultats. Le club valorise la proximité locale et annonce un pack simple, visible, facile à comprendre.

Cas 2 - Garage local (Pack Argent)

Logo sur affiches + banderole entrée + 1 post sponsor dédié + annonce micro sur finales. Le prix monte car la visibilité terrain est répétée.

Cas 3 - Assureur / agence (Pack Or)

Présence sur terrain central + podium + remise des prix + plusieurs posts + invitation VIP. Le coefficient événementiel et relationnel augmente.

6. Feuille rapide - prix des supports unitaires (optionnel)

Support unitaire	Prix mini	Prix conseillé	Prix premium	Notes
Logo sur affiche concours	_____	_____	_____	Selon taille + répétition
Post Facebook sponsor dédié	_____	_____	_____	Ajouter photo terrain = mieux
Story sponsor	_____	_____	_____	Série de stories > story unique
Annonce micro (x1)	_____	_____	_____	À vendre en pack
Logo buvette (1 mois)	_____	_____	_____	Très bon support local
Banderole entrée (1 mois)	_____	_____	_____	Zone premium

Étape suivante : utilisez maintenant la **Pyramide des Offres** (modèle vierge) pour transformer vos calculs UVL en packs Bronze, Argent, Or et Platine.