

★ Conseils pour l'élaboration de demandes de subventions

La demande est l'outil le plus important pour le financement efficace d'un projet. Une construction à la forme correcte et au contenu convaincant influence positivement les organes de décision. Mais la satisfaction formelle des critères ne suffit pas: le projet doit aussi convaincre sur le plan qualitatif! Par ailleurs, une demande parfaite peut aussi être refusée, par exemple si elle ne répond pas aux critères de soutien ou aux aspects clés d'une subvention d'un institut.

Il n'existe aucune directive universelle pour élaborer la demande parfaite. Les conseils suivants sont donc généraux et subjectifs. Un principe important réside dans le fait qu'une demande doit toujours être conforme aux exigences de l'organisme de soutien et être adaptée en conséquence.

Approche et mise au point

- Procédez de façon ciblée! Rédigez peu de demandes, spécifiquement pour chaque institut. Rien ne sert de multiplier les demandes en masse: cette stratégie ne fait qu'irriter les instituts et entraîne des frais de port importants.
- Soyez objectif et avenant! Abstenez-vous d'implorer, mais évitez aussi le boniment et la provocation directe.
- Restez vous-même: en fin de compte, c'est votre personnage qui est décisif. Ne jouez pas la carte du pseudo-professionnel et renoncez à faire appel à des médiateurs. Les fondations acceptent rarement que leurs subventions servent à payer des commissions.
- Accrochez-vous! Réagissez aux réponses négatives avec professionnalisme. Elles concernent votre projet et non pas vous en tant que personne.

Préparation

En premier lieu, place à la recherche. Identifiez l'institut le plus approprié en fonction de votre projet:

- A quel secteur est associé votre projet? Quels contextes régionaux sont établis? Qu'est-ce que votre projet a de spécial ou d'innovant?
- Cherchez des organismes de soutien dont les critères de subvention englobent les spécificités de votre projet. Vous trouverez des adresses utiles sur www.promotionculturelle.ch, lors de votre recherche individuelle sur Internet et dans votre réseau personnel.
- Renseignez-vous en détail sur l'institut de soutien: que promeut-il exactement? Comment soumettre une demande? Y a-t-il des délais de remise? Existe-t-il des formulaires de remise spéciaux? Quels documents sont requis? Peut-on effectuer une enquête préalable par téléphone? Mieux vous cernez l'institut de soutien, plus vous pourrez axer avec précision votre demande en conséquence. Après tout, de même qu'un ver doit attirer un poisson, la demande doit séduire l'institut de soutien!

Tactique

Avant de rédiger votre demande, vous devez passer par la phase de réflexion et de décision:

- Sur quels points communs ou interfaces avec l'institut de soutien votre demande est-elle basée? Définissez les arguments uniques avec lesquels vous voulez convaincre.
- A combien s'élève le montant de la subvention demandée? Au prorata du déficit ou en fonction des possibilités financières de l'institut de soutien? Définissez des chiffres concrets et réalistes. Si le montant est largement supérieur ou inférieur à l'objectif, votre projet perd de sa crédibilité.
- A quels autres instituts vous adressez-vous et pour quels montants?

Éléments constitutifs

De plus en plus souvent, les instituts de soutien n'acceptent les demandes que sous forme électronique et imposent une forme et un contenu précis pour les requêtes. La lettre d'accompagnement reste cependant toujours un élément constitutif indispensable d'une requête!

promotionculturelle.ch est une plate-forme d'information de l'Office fédéral de la culture et du Pour-cent culturel Migros.



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

MIGROS
pour-cent culturel

Département fédéral de l'intérieur DFI
Office fédéral de la culture OFC

Lettre d'accompagnement

Persönlich Courrier adressé personnellement, d'une longueur maximale d'une page A4, qui résume le dossier de façon compréhensible. Le courrier doit répondre aux principales questions suivantes: QUI veut COMBIEN d'argent, pour faire QUOI, et POURQUOI? N'oubliez pas les coordonnées (adresse, numéro de téléphone, e-mail, etc.).

Description du projet

Dossier de 5 à 10 pages présentant le projet:

- Titre du projet: clair et compréhensible, indiquez éventuellement déjà le domaine et le contexte régional.
- Projet: idée, concept artistique, objectif. Présentez ici vos arguments. Qu'est-ce que votre projet a d'innovant, pourquoi mérite-t-il d'être subventionné? Ecrivez avec tout votre cœur et soyez convaincant!
- Courtes biographies des participants: formation, qualifications spéciales, prix remportés, etc.
- Commercialisation: public cible, dates de présentation, programmes de marketing et relations publiques.

Budget et programme de financement

- Dépenses: honoraires, infrastructure, marketing, administration.
- Recettes: autofinancement, par exemple en vendant des tickets, soutien demandé auprès d'autres instituts de financement. Enumérez tous les instituts et indiquez quelles subventions ont déjà été promises. Indiquez aussi la subvention escomptée de la part de l'institut faisant l'objet de la demande.
- Bénévolat: justifiez les prestations non payées séparément. Indiquez combien d'heures ont été fournies bénévolement. Afin de présenter la prestation en francs, les heures peuvent être multipliées par exemple par un coefficient de CHF 30.-. En revanche, évitez d'intégrer le travail bénévole dans le budget en comptabilisant le montant à la fois pour les dépenses (honoraires) et les recettes (bénéfices).

Pièces jointes

- Illustrations et documents sonores ayant trait au projet actuel et aux projets antérieurs
- Statuts (pour les associations)
- Critiques de travaux antérieurs

Rédaction

Le destinataire comprendra le sens de votre message. Rédigez-le donc de manière à ce que le lecteur en assimile rapidement l'essentiel. Votre message sera mieux compris si vous restez bref, si vous construisez des phrases simples et si vous désignez concrètement de quoi il s'agit. Evitez à tout prix de faire de la prose dans votre demande.

- Avant de rédiger votre demande, adoptez l'approche «Elevator Pitch»: expliquez votre projet oralement à une personne non concernée dans un laps de temps ne dépassant pas trois minutes. Vérifiez ensuite quels messages ont été assimilés.
- Structurez le contenu: comptez les principales idées de la demande sur vos doigts.
- Faites une pause, puis vérifiez votre texte. Il s'avère parfois utile de modifier la mise en page du texte. Cela établit plus de distance par rapport à vos propres phrases.
- Faites relire le texte à une tierce personne.

Agencement

- Agencez clairement votre demande. Créez des paragraphes, optez pour une police suffisamment grande et un interligne agréable.
- Créez une page de titre pour votre description de projet. Veillez aussi à rester professionnel. Evitez tout bricolage et faites preuve d'une certaine retenue lorsque vous utilisez des cliparts.
- Le cas échéant, intégrez des photos ou des images dans la description de projet.
- Les demandes doivent souvent être copiées. Conservez le format A4, imprimez en recto simple et évitez les reliures à spirale fixes. Optez de préférence pour des baguettes à relier avec une couverture transparente et un fond cartonné.

Entretien des contacts

Restez en contact avec l'organisme de soutien:

- Signalez toute modification majeure en rapport avec votre projet lors de la phase de préparation (modifications personnelles, réorientation du contenu, etc.)
- Signalez toute modification liée au financement, par exemple la réception d'une réponse négative concernant une subvention importante.
- Déterminez clairement si et de quelle manière l'organisme de soutien désire être cité en cas de décision positive.
- Invitez l'organisme de soutien au vernissage ou à la première.

Autres conseils

- De nombreux organismes publics n'accordent qu'un soutien subsidiaire, autrement dit complémentaire. Dans certains cantons, un tel soutien dépend ainsi d'une subvention de la municipalité.
- Les demandes de personnes morales (par ex. associations, instituts) doivent être signées par deux responsables.
- De nombreux organismes de soutien préfèrent soutenir des projets plutôt que de participer à des frais fixes ou à des frais d'exploitation.
- Pour des raisons juridiques, certains organismes de soutien, notamment dans le secteur public, n'ont pas la possibilité de s'engager sur plusieurs années.
- Les fondations, les organismes de soutien publics ou le Pour-cent culturel Migros n'ont rien à voir avec le sponsoring. Le sponsoring est une discipline qui relève du marketing, où le rendement de l'investissement (return on investment) est au centre des préoccupations. Au niveau des organismes de soutien, le point de mire réside dans la mission et la responsabilité sociales.

(Texte: Christian Zwinggi 01.2012 sur la base de «Das perfekte Gesuch» de Larsson/Hiltbrunner 2004.

Aidez-nous à améliorer ce guide: faites-nous part de votre expérience par e-mail ou envoyez-nous vos suggestions à info@kulturfoerderung.ch).