

# Aide-mémoire pour l'établissement de demandes de soutien

Madame, Monsieur,

Rédiger une demande convaincante sur la forme et sur le fond est un des principaux critères de financement d'un projet. Le présent aide-mémoire est conçu pour vous aider dans votre démarche. Nous avons essayé de présenter sommairement les principaux points à observer dans la formulation d'une demande et de relever les principaux écueils à éviter. L'aide-mémoire vous indique comment rédiger correctement votre demande (●) en attirant l'attention sur les erreurs à ne pas commettre (●).


Notre aide-mémoire se concentre sur les demandes de contributions à des projets, à des manifestations et à des productions, mais il prend également en compte d'autres formes d'encouragement telles que des bourses ou des contributions de travail. Il s'adresse aussi bien aux particuliers qu'aux institutions et aux organisations. C'est à vous qu'il appartient d'évaluer quels sont les points qui vous paraissent les plus pertinents pour votre projet. Nous avons délibérément renoncé à aborder la question du sponsoring commercial.

Les organismes de promotion disposent pour la plupart de formulaires de demande, qu'il convient donc d'utiliser. Les conseils que nous donnons, loin de constituer des critères d'application uniformes, attirent l'attention sur les principaux points à observer. Il n'existe pas de principes universels pour la rédaction d'une demande. Choisissez en règle générale des mots qui traduisent une vision pragmatique et ne vous présentez jamais « en demandeur » : l'idée est de proposer une offre de coopération et de partenariat susceptible d'intéresser l'institution contactée car votre projet est en phase avec ses objectifs, ses messages et ses missions.

Le présent aide-mémoire a été réalisé pour [promotionculturelle.ch](http://promotionculturelle.ch) d'après une idée de Benno Schubiger. La rédaction finale en est signée Maria Larsson et Michael Hiltbrunner en collaboration avec SwissFoundations, l'Office fédéral de la culture et le Pour-cent culturel Migros.

Bonne chance !

**SwissFoundations**

 **BUNDESAMT FÜR KULTUR**  
**OFFICE FÉDÉRAL DE LA CULTURE**  
**UFFICIO FEDERALE DELLA CULTURA**  
**UFFIZI FEDERAL DA CULTURA**

**MIGROS**  
Kulturprozent

[kulturfoerderung.ch](http://kulturfoerderung.ch)  
 [promotionculturelle.ch](http://promotionculturelle.ch)  
 [promozioneculturale.ch](http://promozioneculturale.ch)  
 [culturalpromotion.ch](http://culturalpromotion.ch)

Impressum et contacts :

Office fédéral de la culture, [promotionculturelle.ch](http://promotionculturelle.ch), Madame Maria Larsson, Hallwylstrasse 15, CH-3003 Berne.  
Fédération des coopératives Migros, Direction Kultur und Soziales, [promotionculturelle.ch](http://promotionculturelle.ch), Monsieur Michael Hiltbrunner, case postale, CH-8031 Zurich.  
E-Mail: [info@kulturfoerderung.ch](mailto:info@kulturfoerderung.ch)

SwissFoundations, Association des fondations donatrices en Suisse, Heinrichstrasse 267e, CH-8005 Zurich, [www.swissfoundations.ch](http://www.swissfoundations.ch)  
E-Mail: [info@swissfoundations.ch](mailto:info@swissfoundations.ch)

## Phase préparatoire

### Quels organismes sont susceptibles d'entrer en ligne de compte?

- Procédez de manière systématique et faites une recherche détaillée. Cela peut prendre un peu de temps mais c'est un bon investissement.
- Recherchez des organismes ayant déjà soutenu des projets semblables au vôtre. Peut-être pourront-ils également entrer en ligne de compte pour vous.
- Informez-vous en détail des mesures d'encouragement proposées par chaque organisme, qu'il s'agisse d'une fondation, d'un canton, d'une commune ou d'autre institution.
- Utilisez pour ce faire l'Internet et ses différents moteurs de recherche. Les informations les plus importantes s'y trouvent généralement déjà: consultez p.ex. [www.promotionculturelle.ch](http://www.promotionculturelle.ch) pour les adresses culturelles, le répertoire des fondations sur [www.edi.admin.ch](http://www.edi.admin.ch) et les sites des organismes eux-mêmes.

### Le profil répond-il aux critères d'encouragement ?

- La requête remplit-elle les critères requis? Y a-t-il une limite d'âge pour les requérants?
- Quels domaines l'organisme a-t-il encouragés jusqu'ici? Cherchez à identifier son profil de promoteur. L'organisme apporte-t-il un soutien dans votre domaine?
- Dressez un récapitulatif de vos activités culturelles dans lequel vous réunirez des recensions, et éventuellement aussi des expertises, et comparez votre profil aux exigences de l'organisme de promotion.
- Relevez les points de convergence afin de pouvoir mieux argumenter par la suite. Demandez-vous pourquoi cet organisme pourrait précisément entrer en ligne de compte pour le financement de votre projet.
- Un contact téléphonique peut dans bien des cas s'avérer utile pour tâter le terrain.
- N'adressez pas vos demandes à l'aveuglette. Ciblez-les. Vous vous épargnerez un travail inutile, à vous et à l'organisme.
- N'adressez pas de demandes standard impersonnelles. Pour toute réponse, si réponse il y a, vous essuieriez un refus.

### Prévoir des délais suffisants? Suis-je suffisamment professionnel/le et flexible?

- Informez-vous des délais de dépôt des demandes. Certains organismes n'allouent leurs contributions qu'une fois l'an.
- Soyez conscient/e du fait qu'une demande ne se fait pas du jour au lendemain.
- Travaillez de manière professionnelle et montrer que vous vous investissez dans votre travail.
- N'oubliez pas qu'il est plus facile de trouver des fonds si vous bénéficiez déjà d'un soutien ou si pouvez faire état d'aides reçues pour des projets réalisés dans le passé. En faire mention peut constituer un atout supplémentaire.
- Établissez une distinction claire et nette entre aide financière et sponsoring; le sponsoring est un type spécifique de publicité qui suppose une contrepartie.
- Certains organismes de promotion se réserveront le droit d'influer sur le contenu du projet.

- Soyez prêts à des surprises et à réagir de manière flexible.
- Il est déconseillé de recourir à des intermédiaires ou de faire rédiger sa requête par des professionnels. Les fondations voient en effet d'un mauvais œil les commissions qui peuvent être perçues par ces intermédiaires.
- Si vous n'avez d'autre choix que d'y recourir malgré tout, assurez-vous que ces personnes connaissent parfaitement votre projet et indiquez ouvertement le montant de la commission.

## Établissement du dossier et de la demande

Une fois au clair sur le bien-fondé du choix de l'organisme, vous pouvez passer à l'étape suivante et commencer d'établir votre dossier.

### Comment votre dossier doit-il se présenter ?

- Classez vos documents selon un ordre logique.
- Si le dossier est volumineux, faites une table des matières et numérotez les pages.
- Si l'organisme de promotion possède un formulaire de demande (ou un formulaire analogue), remplissez-le entièrement et joignez-y toutes les annexes requises.
- Envoyez une documentation complète en évitant tout ce qui est superflu.
- Écrivez dans un style clair et compréhensible. Ne faites pas de la littérature.
- Faites si possible relire vos textes par quelqu'un d'extérieur.
- Votre message est-il formulé en termes clairs? Vos textes sont-ils intelligibles?
- N'oubliez pas que la personne qui traitera votre dossier ne connaît pas nécessairement votre domaine aussi bien que vous.
- Renseignez-vous pour savoir s'il vous faut envoyer plus d'une copie du dossier.
- « Les travaux de bricolage » sont à éviter, ils passent mal dans le photocopieur.

### Les principaux éléments de la demande

#### 1. Lettre introductive

- Ce texte concis de moins d'une page A4 doit résumer de façon claire et intelligible les éléments clés du dossier. Il doit produire un effet convaincant.
- La lettre doit être datée et adressée personnellement. Elle est rédigée sur un ton personnel.
- Indiquez pourquoi vous avez choisi de vous adresser précisément à cet organisme.
- Référez-vous dans votre argumentation à la stratégie de promotion de l'organisme en évitant de faire la leçon.
- Tout ce qui ressemble à un envoi multiple est généralement voué à l'échec.

#### 2. Qui êtes-vous ?

- N'oubliez pas vos données personnelles (nom, adresse, téléphone, e-mail, site Internet).
- Présentez-vous dans une biographie sommaire.



- Si plusieurs personnes sont associées au projet, ajoutez-y leur biographie respective. Soyez d'autant plus bref.
- Si la demande émane d'une organisation ou d'une association, joignez-y les statuts.
- Mettez en avant vos qualifications. Ajoutez-y des recensions et éventuellement des expertises sur votre travail.
- Il est important de situer le projet dans votre cursus ou dans le champ d'activité de l'institution.

### 3. *Description du projet*

- Afin d'éviter toute équivoque, il faut faire suivre l'intitulé du projet de la mention de la discipline concernée.
- Indiquez les lieux et dates prévus de réalisation du projet.
- Si la demande émane d'une institution ou d'une organisation, donnez des indications précises sur son domaine d'activité.
- Donnez une description précise et complète du projet en prenant garde de ne pas vous perdre dans les détails.
- Soyez convainçants ! Décrivez votre projet et vos idées avec passion !
- Comment l'idée vous est-elle venue ?
- Quel est votre public cible ?
- Quels objectifs poursuivez-vous ?
- Qu'est-ce qui fait la force de votre projet à long terme? Quels sont les effets recherchés ?
- En quoi votre projet est-il novateur ?
- N'hésitez pas à le comparer à d'autres manifestations et projets du même genre déjà réalisés dans le passé.
- En quoi votre institution ou organisation mérite-t-elle spécialement d'être encouragée et pourquoi est-elle en mesure d'atteindre les objectifs mentionnés ? Dans quel domaine faites-vous œuvre de pionnier ?
- Ne vous perdez **non** plus dans des envolées lyriques et des buts utopiques. Tenez-vous en au concret.

### 4. *Budget et plan de financement*

- Ce volet de la demande requiert la plus grande exactitude.
- Établissez un devis précis et concis.
- Les institutions doivent joindre leur dernier rapport d'exercice et leurs derniers comptes annuels, dans lesquels elles font état de leurs besoins financiers.
- D'où viennent les recettes? Vente de billets? Donateurs? Sponsors? Contributions propres? Recettes provenant de coproductions?
- Énumérez les organismes auxquels vous vous êtes déjà adressé/e et indiquez les montants qui vous auraient déjà été promis.
- Quelles sont les dépenses? Coûts d'infrastructures? Salaires? Coûts de matériaux? Loyers? Relations publiques? Publicité, brochures et dépliants?
- Dans quels domaines un financement partiel est possible ? Ou souhaitez-vous plutôt une garantie de déficit?

## 5. Relations publiques

- Comment concevez-vous votre politique d'approche du public?
- Quels canaux entendez-vous utiliser? Avez-vous budgeté les frais correspondants?
- Demandez à l'organisme s'il souhaite voir son logo mentionné en cas de soutien.

## 6. Modifications/ Actualisation des informations

- Si votre projet devait subir d'importantes modifications (d'ordre organisationnel, artistique ou conceptuel) durant sa phase de préparation, il faut les annoncer aux organes auprès desquels votre demande est pendante.
- Toute changement concernant l'état du financement doit également être signalé.

# Autres conseils pratiques

## Institutions publiques de promotion

- Rappelez-vous que de nombreux cantons et communes n'apportent des aides qu'à titre subsidiaire (complémentaire).
- Peut-être exigera-t-on que vous soyez domicilié dans la commune ou le canton concerné, ou que votre projet ait un rapport direct avec la région.
- Les demandes de personnes morales (p.ex. d'associations, d'institutions) doivent être signées par deux personnes responsables.

## Fondations

- Les fondations ont en principe des buts bien définis limitant très précisément leur champ d'activité.
- En conséquence, votre demande n'aura des chances de succès que si le projet est vraiment en phase avec les buts de la fondation.
- Les fondations préfèrent généralement soutenir des projets que des organisations et leurs frais d'exploitation.
- De nombreuses fondations privilégient les partenariats s'étendant sur plusieurs années.
- Invitez les membres de la fondation à votre manifestation.
- Assurez-vous que la fondation accorde bel et bien des aides sur la base de demandes et qu'elle se ne limite pas à soutenir des projets de sa propre initiative?
- Les fondations ne soutiennent que rarement des entreprises commerciales.

## Sponsoring

Le sponsoring commercial, qui recherche le meilleur positionnement possible d'une marque, d'un produit ou d'une prestation sur le marché, obéit la plupart du temps à d'autres principes



que ceux qu'appliquent les institutions de promotion publiques ou d'utilité publique. En conséquence, la recherche de financement auprès de sponsors implique une démarche totalement différente de celle dont il est question dans le présent aide-mémoire.

## Liste de contrôle

- Lettre d'accompagnement personnelle**
- Renseignements personnels**
- Photo (à votre discrétion)**
- CV des principales personnes associées au projet**
- Description précise du projet**
- Lieu et date de réalisation du projet**
- Plan de financement détaillé (dépenses/recettes)**
- Formulaire dûment rempli (s'il est exigé)**
- Résumé sommaire du projet**
- Documents personnels (recensions ou avis)**
- Év. illustrations, croquis, représentations graphiques**

