

# **LE GUIDE PRATIQUE N°3 POUR RECHERCHER DES FONDS**



## AVANT-PROPOS

Vous voulez réaliser un projet avec d'autres jeunes. Rapidement, vous vous rendez compte qu'il vous faudra trouver de l'argent pour mener à bien ce projet. Voici le type de questions qui peuvent vous venir à l'esprit:

- Où trouver de l'argent?
- Quel doit être le contenu d'une demande de fonds?
- Vaut-il mieux envoyer un dossier ou prendre rendez-vous?
- Combien peut-on demander?
- Qu'est-ce qu'un sponsor est en droit de demander en contrepartie?
- Quelles différences entre sponsors et donateurs?
- Comment faire ressortir notre dossier du lot?
- A quelle période de l'année faire notre demande?
- Peut-on trouver de l'argent si on n'est pas une association?
- Existe-t-il des trucs pour faire baisser les coûts d'un projet?

Devant la multitude de questions que soulève la recherche de fonds, le Groupe d'intérêt jeunesse a décidé de créer ce guide pratique afin de permettre aux nombreux initiateurs de projets d'y voir un peu plus clair.

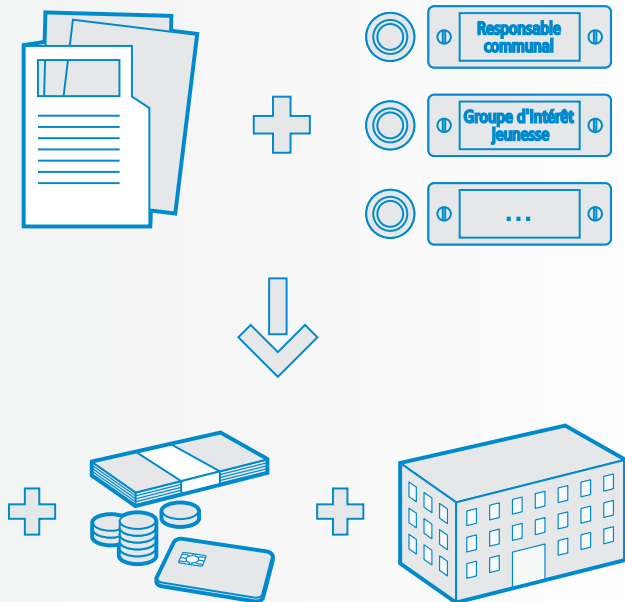
Evidemment, on ne procède pas de la même manière pour un projet nécessitant un apport financier de quelques centaines de francs que pour un autre ayant besoin d'un financement de plusieurs dizaines de milliers de francs. Voici, dans un premier temps, les démarches à effectuer pour un budget important. A la fin de ce document, vous trouverez des explications pour les petits budgets.

Avant toute recherche de fonds, il est indispensable de préparer un budget détaillé. Celui-ci doit inclure l'ensemble des dépenses de manière réaliste, de même que l'ensemble des recettes escomptées. Evidemment, pour établir un budget fidèle, le projet doit être défini le mieux possible.

La plupart du temps, c'est sur le budget que l'on jugera le sérieux de votre demande. En effet, votre capacité à mener à bien un projet passe par l'aptitude que vous aurez à le gérer financièrement.

Un sponsor ne souhaite pas investir son argent dans un projet qui risque de mal tourner.

Pour établir votre budget, ne vous fiez pas à des estimations, mais demandez des devis ou allez relever les prix des marchandises. Chaque dépense doit pouvoir être justifiée.



# TABLE DES MATIÈRES

<b>PRÉPARER SA DEMANDE DE FONDS</b>	<b>7</b>
<b>SAVOIR QUI CONTACTER, COMMENT ET QUAND</b>	<b>14</b>
<b>POUR UNE DEMANDE DE FONDS PLUS MODESTE</b>	<b>22</b>
<b>ADRESSES UTILES</b>	<b>24</b>

Le dossier de présentation constitue votre principal outil de communication avec de futurs sponsors ou donateurs. Il est donc indispensable et doit être préparé minutieusement.

Un dossier n'est pas figé. Il doit s'adapter aux particularités de votre projet. Par contre, il doit être le plus concis possible, parce que les dossiers trop épais ont moins de chance d'être lus. Rien ne vous empêche d'essayer d'être original, afin de faire ressortir votre dossier du lot. Mais ne vous perdez pas dans des renseignements inutiles.

Vos lecteurs n'ont pas de temps à perdre. Allez droit au but. On considère en général qu'un sponsor passe trente secondes sur un dossier avant de prendre une première décision. Il faut donc l'avoir accroché dès le début.

### **Ce dossier devrait comprendre:**

- une lettre d'introduction personnalisée;
- une page de titre;
- une présentation du projet;
- les objectifs visés;
- une brève présentation des porteurs du projet;
- un budget détaillé;
- un plan de financement;
- la contrepartie proposée aux sponsors;
- les relations publiques;
- des annexes, comme les statuts de l'association (pour autant que le projet émane d'une association), les lettres de soutien (si vous en avez) ou les articles de presse sur de précédents projets réalisés par les mêmes personnes, ou sur l'association.

### **La lettre d'introduction**

Elle résume en quelques lignes votre projet. Elle doit être nominative. Dans la mesure du possible, elle doit être adressée à la bonne personne (responsable du secteur sponsoring ou communication pour les grosses entreprises; directeur pour les PME). Il vaut donc mieux se renseigner sur le nom exact de la personne visée, plutôt que de l'envoyer uniquement libellée au nom de l'entreprise.

Certains organismes préfèrent que vous leur demandiez un montant précis (par exemple, si vous devez trouver Fr. 20'000.– pour l'entier de votre projet, vous pouvez demander Fr. 5'000.– à un organisme en particulier). Dans ce cas-là, c'est dans cette lettre qu'il faut l'indiquer.

### **La page de titre**

Évitez d'être trop sobre, ajoutez une illustration, un logo, etc., si possible en couleur. C'est souvent sur la base de la lettre d'introduction et de la page de titre que votre interlocuteur aura décidé du temps qu'il consacrera à la lecture de votre dossier.

### **La présentation du projet**

Exposez votre projet, ses caractéristiques, son originalité. Allez à l'essentiel, soyez succincts. Débutez toujours par l'essentiel pour terminer par le moins important.

### **Les objectifs visés**

Quels sont les objectifs pour vous, pour les bénéficiaires de votre projet? Sont-ils humanitaires, sociaux, de prévention, de promotion de la santé? Montrez que

votre projet vise des objectifs spécifiques.

### **La brève présentation des porteurs du projet**

Il ne s'agit pas d'inclure le CV de chaque initiateur, mais plutôt quelques lignes sur chaque membre (nom, prénom, âge, profession et quelques informations qui constituent un atout pour votre projet). Précisez également le rôle de chacun dans le projet.

### **Le budget détaillé**

Le budget prévisionnel consiste simplement à présenter un tableau à deux colonnes: dépenses et recettes. La difficulté réside dans le fait qu'il ne faut rien oublier, qu'il est indispensable de pouvoir justifier les montants indiqués et qu'il convient d'être le plus réaliste possible.

Pour s'assurer d'avoir pensé à toutes les dépenses que votre projet implique, il peut être utile de le montrer à quelqu'un ayant déjà réalisé un projet similaire.

### **Le plan de financement**

Comment allez-vous vous y prendre pour trouver le financement de votre projet? C'est à cette

question que le plan de financement doit répondre. Combien espérez-vous de l'ensemble des sponsors, des donateurs, des pouvoirs publics, de recettes diverses (finances d'entrée, bar, tombola, etc.). Il s'agit de détailler le mieux possible les recettes escomptées.

### **La contrepartie proposée aux sponsors**

Qu'êtes-vous prêts à offrir à un sponsor potentiel? Son logo sur votre affiche? Porter des habits à son nom? Le citer dans les médias? Afficher des banderoles sur le lieu de réalisation de votre projet? Tout est possible. A vous de le décider, mais soyez réalistes et faites des propositions de prestations en lien avec le montant demandé.

### **Les relations publiques**

C'est souvent ce qui intéressera le plus des sponsors. Recensez tous les médias susceptibles de parler de votre projet et envoyez-leur un dossier afin d'obtenir des promesses de reportage. Si vous obtenez des lettres d'intention, vous pouvez les joindre à votre dossier. Vous pouvez aussi essayer de trouver un moyen d'associer votre sponsor à la couverture médiatique. Intégrez également dans cette partie les retombées liées à

des conférences, des stands de promotion ou d'information.

### **Les annexes**

Il est souvent recommandé de créer une association pour réaliser un projet (voir le *Guide pratique N°2*). En effet, les sponsors peuvent préférer donner de l'argent à une structure juridique formelle plutôt que de verser de l'argent sur un compte en banque privé.

Pour un gros projet, c'est presque indispensable. Pour les petits projets, cela peut représenter une surcharge administrative importante.

Pour éviter ce problème, on peut aussi trouver une structure existante qui accepte de mettre à disposition un compte en banque pour ce projet (la commune, un centre d'animation, etc.).

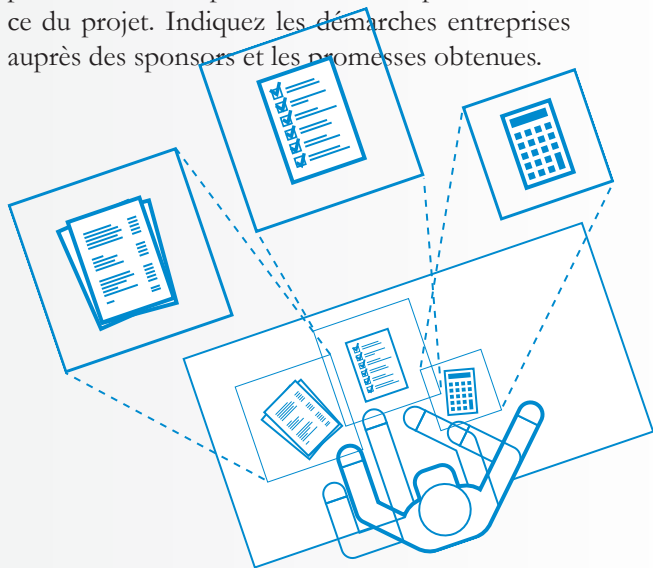
Si vous créez une association, les statuts doivent être inclus dans les annexes.

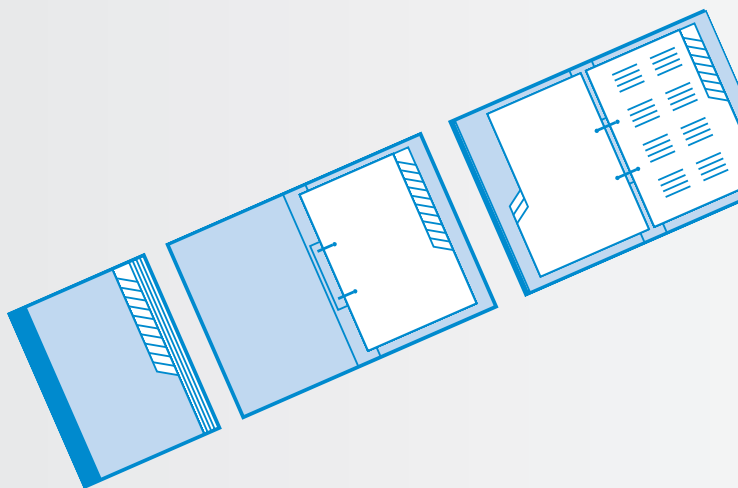
### **Quelques conseils généraux**

- Votre dossier doit être dactylographié, agréable à lire et sans fautes d'orthographe.
- Les grandes entreprises reçoivent beaucoup de demandes de sponsoring. Pour faire ressortir votre dossier, personnalisez-le et soyez originaux! L'ori-

ginalité peut être autant dans le contenu de votre projet que dans la forme du dossier.

- Trouver des sponsors qui correspondent réellement à votre projet implique que vous vous documentiez sur les entreprises visées.
- Une fois votre dossier terminé, faites-le relire par plusieurs personnes et écoutez attentivement leurs critiques.
- Votre dossier doit évoluer en fonction du temps et des premiers sponsors trouvés. Cela ne sert à rien d'en imprimer une grande quantité. Vous pourrez ainsi l'adapter en tenant compte de l'avance du projet. Indiquez les démarches entreprises auprès des sponsors et les promesses obtenues.





## **SAVOIR QUI CONTACTER, COMMENT ET QUAND ?**

Une fois le dossier terminé, il est temps de se mettre concrètement à la recherche de sponsors. Cette étape peut se diviser en trois parties:

- **La sélection des adresses.**
- **La prise de contact.**
- **Le rendez-vous.**

## La sélection des adresses

Il s'agit de choisir les entreprises et les organismes à qui vous voulez adresser vos demandes. Ce choix est imposé par le fait que l'envoi de dossiers en masse coûte de l'argent, prend beaucoup de temps et nécessite un suivi sérieux. Par conséquent, mieux vaut sélectionner un petit nombre d'entreprises et d'organismes susceptibles d'être intéressés par votre projet que l'envoyer tous azimuts sans réfléchir.

Il y a plusieurs catégories de partenaires:

- Les pouvoirs publics.
- Des organismes privés ou publics.
- Les entreprises privées.

- Les pouvoirs publics

Il s'agit des communes, des cantons, ou de la Confédération. Leur aide peut se faire sous forme de don à fonds perdus. En général, la Confédération ou les cantons n'appuient que des projets soutenus par la commune dans laquelle ils se réalisent. Il faut donc commencer par s'adresser à sa commune.

La participation de la commune peut être financière,

mais également sous forme de mise à disposition de son personnel ou de son matériel (police, voirie, électricité, barrières métalliques, tables, chaises, mise à disposition d'un terrain, de locaux, infrastructure, etc.).

- **Les organismes privés ou publics**

Il s'agit de fondations, de clubs services (Kiwanis, Rotary, Lion's, Zonta, Soroptimist, etc.) ou d'organismes dont le but est d'aider financièrement des projets précis. Renseignez-vous sur les adresses de ceux de ces organismes qui correspondent à votre projet. Dans ce cas-là, il s'agira d'un don pour votre projet (sans aucune contrepartie) et non pas de sponsoring (quoique certaines fondations demandent à être citées dans votre rapport annuel, ce qui est la moindre des choses, etc.).

- **Les entreprises privées**

Une entreprise peut vous aider financièrement ou matériellement. Cette aide matérielle peut se faire sous forme de don, de sponsoring, de prêt ou de rabais sur ses marchandises ou prestations. Cette aide peut contribuer à faire considérablement baisser le coût de votre projet.

Ce soutien peut aussi vous permettre de valoriser

votre projet sous forme d'une couverture médiatique. Voici quelques exemples de collaboration: imprimerie proposant l'impression des affiches pour une manifestation; magasin d'alimentation proposant des boissons (gratuites ou au rabais) à vendre au bar; entreprise du bâtiment effectuant des travaux dans un local.

D'une manière générale, le parrainage en nature est beaucoup plus facile à obtenir que des dons financiers.

Les grandes entreprises dont on parle régulièrement dans la presse ne sont pas forcément les plus généreuses. Elles reçoivent quantité de demandes et font rarement confiance aux néophytes. Les petites entreprises locales sont souvent des partenaires plus intéressants, parce que correspondant plus à un projet local.

Une multinationale n'aura guère intérêt à soutenir un projet de concert d'un groupe de musique d'une petite commune (parce que les retombées médiatiques ne seront pas suffisantes). En revanche, les magasins et les entreprises de cette commune seront plus facilement intéressés, démontrant ainsi leur soutien à la jeunesse de leur commune. Il sera donc plus facile de trouver vingt petits

sponsors plutôt qu'un seul gros. Adressez-vous aux entreprises, commerces, banques, assurances, garages, etc., de votre commune ou de votre quartier. Montrez-leur en quoi il est important pour eux d'être visibles.

La meilleure manière de mettre un maximum de chances de votre côté est de vous adresser à des entreprises qui vous sont recommandées (parce que vous connaissez quelqu'un qui y travaille et qui peut parler en votre faveur), où travaillent votre famille, vos amis, les amis de vos amis. Cela implique de parler largement de votre projet autour de vous.

Vous pouvez aussi vous intéresser à des projets similaires ayant déjà été réalisés et vous renseigner sur les sponsors qui les ont soutenus. Vous pouvez également regarder dans l'annuaire téléphonique. Une dernière précision, garantissez à l'entreprise que vous sollicitez l'exclusivité du domaine pour le partenariat. Par exemple, si un garage décide de vous soutenir, ne vous adressez donc pas également à son concurrent.

### **La prise de contact**

Pour pouvoir envoyer votre dossier, il faut abso-

lument avoir le nom de la personne chargée du sponsoring dans l'entreprise. Pour l'obtenir, il vous suffit de téléphoner à l'entreprise et de poser la question (ou de trouver l'information sur leur site web). S'il n'y a pas de responsable de ce poste, demandez le nom du directeur. Il est important d'avoir le nom de cette personne, afin d'éviter que votre dossier ne se perde inutilement dans les méandres de l'entreprise.

Une fois votre dossier expédié, la phase de relance peut commencer. Quelques jours après votre envoi, n'hésitez pas à téléphoner à la personne visée pour vous assurer que votre dossier lui est bien parvenu, pour lui demander si elle a eu le temps de l'examiner et si vous pouvez obtenir un rendez-vous pour expliquer votre projet en détail. Si elle ne souhaite pas vous recevoir, demandez-lui alors quand vous pouvez espérer une réponse de sa part. Si la réponse tarde, n'oubliez pas de reprendre contact avec elle. Même si cela peut paraître proche du « harcèlement », cela lui montrera votre motivation.

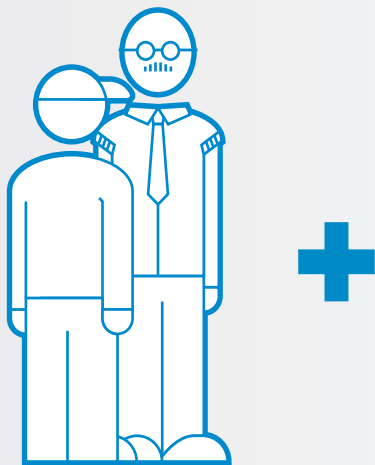
Il est impératif de maintenir la liste de vos contacts à jour, afin de ne pas vous embrouiller entre les différents sponsors potentiels.

Pensez à prendre ces contacts bien avant la date

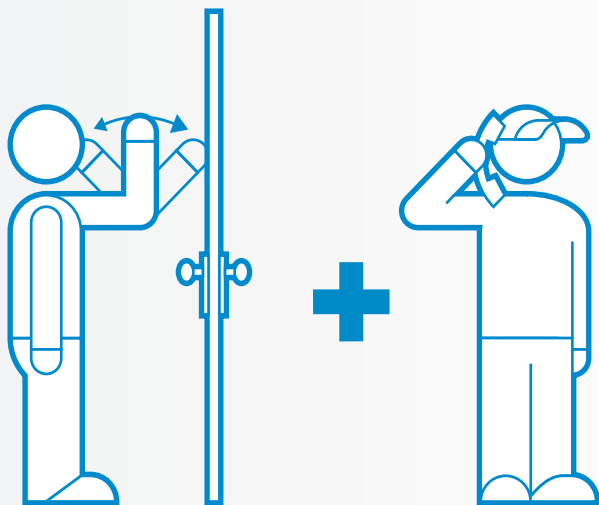
de réalisation du projet. On considère, en général, qu'il convient de débiter la recherche de fonds au moins six mois à l'avance, car certains organismes ne prennent des décisions que quelques fois par année, et à des moments bien précis. Il vaut donc vraiment la peine de s'y prendre assez tôt afin de ne pas laisser passer sa chance.

### **Le rendez-vous**

Obtenir un rendez-vous est une première victoire,



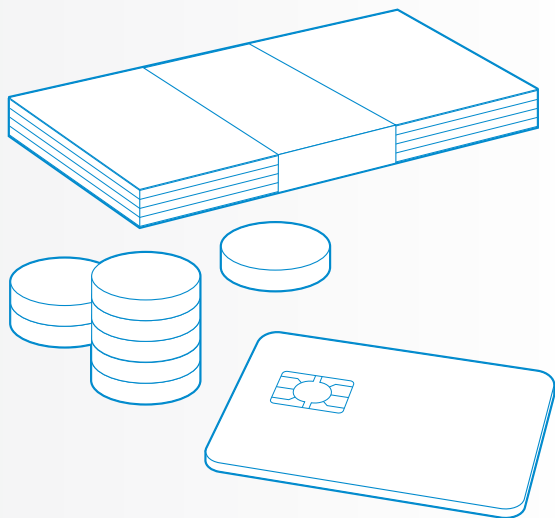
mais il est indispensable de bien se préparer pour ne pas tout gâcher. Soyez prêts (connaissez parfaitement votre projet) et soyez concis. N'adoptez pas une attitude de demandeur, mais faites ressortir les avantages qu'il y aurait à vous soutenir. Vous serez jugés sur votre projet, mais aussi sur vos capacités à le réaliser. Si vous obtenez une promesse de soutien, sollicitez de votre interlocuteur un engagement écrit.



## **POUR UNE DEMANDE DE FONDS PLUS MODESTE**

Le principe reste le même, mais les démarches sont simplifiées. Pas besoin de s'adresser à de grandes entreprises, mais uniquement aux petites; le dossier peut donc être fortement réduit (1 à 3 pages peuvent largement suffire). Dans ce cas, ce n'est pas la peine de demander un rendez-vous. Envoyez simplement votre dossier en y joignant un bulletin de versement.

On peut aussi mettre des annonces dans les commerces, mais également trouver de l'argent en réalisant quelques actions comme des ventes de pâtisseries, une kermesse, une tombola (attention aux autorisations nécessaires à solliciter auprès de la commune), un loto (idem) ou encore des petits jobs (tondre, nettoyer des vitres, des voitures, etc.).



**UNE FOIS L'ARGENT TROUVÉ, N'OUBLIEZ PAS DE REMERCIER TOUS VOS SPONSORS ET DONATEURS...**

## **ADRESSES UTILES**

Des adresses utiles à la recherche de fonds sont disponibles gratuitement sur notre site internet à l'adresse [www.groupeinteretjeunesse.ch](http://www.groupeinteretjeunesse.ch).

## **AUTRES GUIDES PRATIQUES ÉDITÉS**

**LE GUIDE PRATIQUE N°1  
POUR RÉALISER UN PROJET**

**LE GUIDE PRATIQUE N°2  
POUR CRÉER ET GÉRER UNE ASSOCIATION**

**LE GUIDE PRATIQUE N°4  
POUR MÉDIATISER UN PROJET**

**LE GUIDE PRATIQUE N°5  
POUR CRÉER UN SKATEPARK**

Ces guides gratuits peuvent être commandés  
ou téléchargés sur le site [www.groupeinteretjeunesse.ch](http://www.groupeinteretjeunesse.ch).



## **IMPRESSUM**

© 2003, mise à jour 2010

Reproduction possible avec mention de la source

Edition: Groupe d'intérêt jeunesse

Illustrations: [www.bismor.com](http://www.bismor.com)

Conception: Jean-Philippe Robatti

Actualisation: Carmine Cioffi et Pierre Corajoud,  
promoteurs du Groupe d'intérêt jeunesse



Groupe d'intérêt jeunesse  
Ch. de Pré-Fleuri 6  
1006 Lausanne  
021 624 30 43  
[www.groupeinteretjeunesse.ch](http://www.groupeinteretjeunesse.ch)  
[info@groupeinteretjeunesse.ch](mailto:info@groupeinteretjeunesse.ch)

Un service du Centre vaudois  
d'aide à la jeunesse (CVAJ)