

## EXTRAITS DE LA FORMATION

### « FINANCER SON PROJET CULTUREL »

PROPOSEE PAR  
LE SYNDICAT MIXTE DES MARCHES DE BRETAGNE  
PROGRAMME EUROPEEN LEADER +  
DU PAYS DE FOUGERES



PARTENARIATS :

Le Jardin Moderne

[www.jardinmoderne.org](http://www.jardinmoderne.org)

L'Autre Idée

<http://www.lautre-idee.org/>

Cette formation a bénéficié de l'aide du programme européen

LEADER+



Pour tous renseignements, compléments d'informations merci de contacter

Baptiste Turpaud  
Syndicat Mixte des Marches de Bretagne  
[contact@culture-fougères.org](mailto:contact@culture-fougères.org)  
02-99-18-51-81

[www.culture-fougères.org](http://www.culture-fougères.org)

Le portail culturel du Pays de Fougères



# PARTIE I :

## LA RECHERCHE DE PARTENAIRES PUBLICS

### LES PRE-REQUIS INDISPENSABLES

#### Ecrire les bases du projet

- On entend par « projet », l'événement spécifique (*lié à la globalité des activités et services ou une action spécifique ou une série d'actions*) par lequel la demande est faite (exemple un festival). Il faut être vigilant à la conjoncture générale qui entoure le projet.
- Bien déterminer le public cible de l'action
- Bien déterminer les buts de l'action
- Connaître les différentes données formelles (heures, date, etc...)
- Poser les différents critères d'évaluation (image, retombées, etc....)

#### Etre à jour dans ses déclarations

- Etre vigilant concernant l'adéquation des statuts et du projet. Les statuts doivent être à jour...
- Produire un listing des membres de l'association avec les lieux de naissance : cela donne une identité à l'association
- Avoir les derniers procès verbaux d'Assemblée Générale
- Etre à jour dans ses déclarations en Préfecture, au Journal Officiel

#### Bien connaître sa structure

- Disposer à minima d'une synthèse sur une page du projet (cf. formation « Monter un projet culturel » - 09 février 2008 -)
  - Finalité et objectifs
  - Axes de travaux
  - Organisation interne
  - Les moyens (humains, budget, techniques...)
  - La communication
- Disposer d'un plan de financement sur deux ou trois ans, avec une présentation analytique (c'est-à-dire que le budget est ventilé sur les axes de développement). Un budget analytique est un outil de communication, de négociation avec les différents partenaires.
- Ces deux éléments (synthèse + budget) sont deux points essentiels : grâce à eux, tout le monde est en phase avec le projet, et tout le monde peut le défendre.



## REPERER LES PARTENAIRES POTENTIELS

### Identifier l'interlocuteur

- En premier lieu il convient de bien faire la différence entre les élus et les techniciens... Faire des recherches via internet mais toujours vérifier à qui adresser une demande.  
C'est toujours d'élus à élus, donc c'est le président de l'association qui fait la demande de financement à un élu, même si ensuite ce sont les techniciens qui traitent le suivi du dossier.

### Connaître les aides octroyées ; vérifier l'intérêt et l'éligibilité du projet

- Il faut différencier les différents types d'aide qui peuvent exister :
  - Le fonctionnement
  - L'investissement
  - Au projet

L'investissement: c'est l'achat de matériel, d'équipement, de rénovation d'espace, d'aménagement

Le fonctionnement : tout ce qui est lié à la direction, l'administration, la gestion et la communication du projet

Au projet : chaque collectivité dispose de lignes spécifiques qu'il faut bien connaître.

### Le guide des aides du conseil général d'Ille et Vilaine :

<http://www.ille-et-vilaine.fr/services-en-ligne/guide-aides-2007/aides-conseil-general-ille-et-vilaine-cg-35-.html>

### Questions :

Comment faire si un projet est reconduit chaque année ?

Il faut présenter un budget sur trois ans, et rechercher le partenariat sur X années qui vont assurer le financement pendant cette période.

Quel est l'intérêt d'avoir lors d'une demande de subvention un Agenda 21 ?

L'Agenda 21<sup>1</sup> est une déclaration qui vise à respecter l'environnement. Par exemple, une collectivité, dans le cadre d'un Agenda 21 s'engage à utiliser moins de papiers.

Si l'Agenda 21 n'offre pas de lignes budgétaires, il donne une « bonne image » et peut renforcer une demande de subvention. Ainsi la Région Bretagne aidera plus les festivals qui ont un Agenda 21.

<sup>1</sup> <http://www.agenda21france.org/>



### Quel est l'intérêt d'avoir le label « Développement Durable<sup>2</sup> » ?

Ce label ne donne pas de financement mais, tout comme l'Agenda 21, il offre une bonne image, et apparaîtra dans toute la communication de la structure

### Faut-il toujours regarder les lignes culturelles ?

Si le projet concerne les jeunes, il faut regarder la ligne jeunesse et sport...

Si par exemple, un projet concerne un lycée agricole, certains professeurs de ces lycées sont chargés de l'animation socioculturelle, donc disposent de lignes à ce titre.

En résumé, il ne faut pas s'arrêter à la ligne culturelle mais toujours regarder s'il existe d'autres lignes susceptibles de cofinancer le projet.

Lors d'une demande de budget, il faut toujours partir de l'échelon le plus proche : le maire de la commune.

### Pour information quelques « aides » connues :

LEADER +	⇒	Europe
CPER	⇒	Etat
Contrat de Pays	⇒	Région
Contrat de territoire	⇒	Département
CUCS (Contrat Urbain de Cohésion Sociale)	⇒	Ville

### Pour information quelques « société civile » qui disposent de fonds d'aides :

<b>CNV</b> (centre national de variété)	⇒	<a href="http://www.cnv.fr/nav/aides">http://www.cnv.fr/nav/aides</a>
<b>SACEM</b> (société des auteurs, compositeur et éditeurs de musique)	⇒	<a href="http://www.sacem.fr/">http://www.sacem.fr/</a>
<b>ADAMI</b> (Société pour l'administration des droits des artistes et musiciens, interprètes)	⇒	<a href="http://www.adami.fr/">http://www.adami.fr/</a>
<b>SPEDIDAM</b> (Société de perception et de distribution des droits des artistes interprètes de la musique et de la danse)	⇒	<a href="http://www.spedidam.fr/">http://www.spedidam.fr/</a>

## CONSTITUER SON DOSSIER

### Réunir les pièces principales

- Le budget doit toujours être en T.T.C. et doit être détaillé sur une page.
- Il est important de valoriser les aides non monétaires (*partenariat et aides techniques, logistiques...*) au sein d'un budget dédié : le **budget valorisé**, aux côtés du budget réel ou prévisionnel afin de bien montrer la réalité économique du projet.

<sup>2</sup> [http://www.ademe.fr/particuliers/fiches/dev\\_durable/rub4.htm](http://www.ademe.fr/particuliers/fiches/dev_durable/rub4.htm)



Il existe trois manières de valoriser le temps humain :

1. faire l'équivalent horaire au SMIC chargé (c'est-à-dire avec les charges patronales)
2. l'équivalent que prendrait un prestataire de communication par exemple si c'est un bénévole qui a fait la plaquette de communication.
3. la « valeur travail » de la personne : on valorise la personne et non la fonction. Par exemple, un chirurgien bénévole fait du ménage, ce temps est valorisé comme chirurgien. Il faut en fait se poser la question « Qu'est-ce qu'il a « perdu » en travaillant pour le projet ? »

**L'idéal serait d'avoir sur le Pays de Fougères une politique commune de valorisation non monétaire.**

## OFFICIALISER SA DEMARCHE

Déposer son dossier :

- Si possible en main propres en échange d'une décharge signée ou par courrier recommandé avec accusé de réception

Assurer « continuité et légitimité » dans le discours :

- Avoir un interlocuteur unique et légitime pour représenter le projet.

Présenter et défendre son projet :

- Bien bâtir son argumentaire (utilité, structure porteuse, etc...)
- Valoriser les profits mutuels qui vont résulter de l'action

## SUIVRE LA RELATION

Informé...

- Sur les évolutions du projet

Inviter...

- Faire découvrir sa vie associative, ses activités.



## PARTIE II : LA RECHERCHE DE PARTENAIRES PRIVÉS

### APPREHENDER LA DEMARCHE DE PARTENARIAT

#### Bien connaître sa structure

- Toujours disposer d'une fiche de présentation globale du projet (cf. partie précédente)

#### Accepter certains préalables

- Une seule personne sera l'interlocuteur du début à la fin (dans l'idéal ce sera de directeur à directeur) : il faut assurer la continuité du discours.
- Bien convaincre de l'intérêt du projet
- Se présenter de manière rentable : ne pas montrer que le partenaire est la bouée de sauvetage qui fera que le projet est réalisable.
- En amont, prévoir des ressources consacrés à la recherche de partenaires (déplacements, documents, téléphone, temps...).
- Etablir un calendrier prévisionnel (compter entre 6 mois et 1 an pour les gros partenariats)

#### Comprendre les différentes formes de partenariats privés

- Il existe différentes formes de partenariat privé : mécénat et le parrainage / sponsoring. Une pause culturelle consacrée au Mécénat est disponible sur notre site : [http://culture-fougeres.org/files/compte-renduMecenat\(56\).pdf](http://culture-fougeres.org/files/compte-renduMecenat(56).pdf)
- Rappelons que :
  - Dans le cadre du **sponsoring** il s'agit d'un contrat de prestation (échange commercial, prestation de service soumise à la TVA).
  - Dans le cadre du **mécénat** il s'agit d'un don net de taxe, où le bénéficiaire doit fournir un reçu de don aux œuvres (*il faut faire la demande au centre des impôts pour être jugé d'utilité publique – cette démarche peut prendre 6 mois...*)
- C'est à l'entreprise de décider si elle sera mécène ou sponsor.

### REUNIR LES CONDITIONS DU PARTENARIAT

#### Faire un dossier de base

- Dans ce dossier il faut répondre aux liens qui nous unit avec le partenaire (Qui, Quoi, Comment... ?)
- L'organigramme de décision pour bien clarifier les choses.
- Indiquer les objectifs du projet (en termes quantitatifs et qualitatifs)



### Analyser les besoins du projet

- Bien recenser et lister les différents besoins du projet (en termes financiers ou pour d'autres besoins).

### Imaginer les contreparties

- Les caractéristiques techniques : logo, dossier de presse, le plan média, des « privilèges » (réserver X places, faire des visites gratuites)
- Le service rendu : le statut de VIP par exemple
- Le contenu symbolique : c'est-à-dire l'image

### Rechercher des partenaires

- Il existe différents types d'interlocuteurs :
  - Le chef d'entreprise
  - Le département communication
  - Le service mécénat
  - Les ressources humaines
- L'entreprise peut choisir de déléguer son argent dédié au mécénat à des fondations ou des clubs d'entreprises.  
Il existe ainsi des fondations : « d'entreprise » ou « sous l'égide de... »

Le club d'entreprise : son rôle c'est d'animer et de pérenniser le partenariat.

- Dans la recherche de partenaires, il n'est pas inutile de contacter les réseaux suivants : CCI, chambres des métiers et des sites internet :
  - <http://www.centre-francais-fondations.org/>
  - <http://www.institut-de-france.fr/>
  - <http://www.mecenesdusud.fr/>
  - <http://www.admical.org/>

## CONCEVOIR LE PARTENARIAT

### Prendre en compte les motivations des partenaires

- Adapter le dossier
- Concevoir le produit
- Valoriser l'image de l'entreprise
- Communiquer autrement

### Rencontrer les partenaires

- Privilégier le contact direct
- Prévoir plusieurs rendez-vous



### Choisir ses partenaires

- Sélectionner et valider les partenaires

## GERER ET SUIVRE LE PARTENARIAT

### Conventionner

- Réaliser un contrat avec l'entreprise reprenant l'ensemble des disposition et contreparties respectives

### Evaluer

- Bien penser à la nature de l'évaluation
- Quels sont les critères d'évaluation choisis en commun ?

### Informier les partenaires

- Quels sont les outils d'information spécifiques aux partenaires ?
- Quels sont les outils de rencontre entre partenaires ?

