

## 15 recommandations pour trouver des fonds

Qui cherche un soutien pour un projet auprès d'institutions publiques et privées doit travailler sur mesure. Chaque organisme d'encouragement fonctionne selon ses propres règles, suit ses propres critères et a ses propres exigences quant au dossier d'un projet. En particulier, beaucoup de ces institutions ont des échéances de dépôt spécifiques, qui diffèrent selon les catégories de projets. S'agissant des services publics, le requérant risque de se voir opposer un refus s'il laisse passer l'échéance fixée.

Vous ferez donc bien, lorsque vous cherchez des fonds pour des affaires culturelles, de prendre à cœur les 15 recommandations suivantes.

1. Faites un choix. Cherchez-vous une contribution au titre de sponsoring ou cherchez-vous le soutien de promoteurs culturels publics ou privés? La différence est fondamentale.  
Le sponsoring est en dernière analyse un échange de prestations, à savoir impact public et image contre espèces et soutien publicitaire, où les montants peuvent être très gros si votre objet est suffisamment populaire. Le véritable encouragement de la culture, lui, récompense des efforts culturels sans rien exiger en échange.
2. Si vous cherchez des sponsors, demandez-vous qui s'accorde avec votre projet. Comment votre manifestation est-elle perçue? Se veut-elle conviviale, conservatrice, dynamique, sportive, innovante? Quel est votre public? Jeune, tendance, intellectuel, plus de quarante ans, rural, urbain, cultivé, classe moyenne, plutôt âgé, aisé?

Combinez les deux facteurs et demandez-vous quelles entreprises ou marques conviendraient, et adressez-vous à elles. N'envoyez pas de dossier, téléphonez. Ne vous découragez pas et rappelez. N'envoyez votre dossier que sur demande. N'oubliez pas de mettre en évidence les possibilités de communication que votre projet peut apporter au sponsor.

La culture populaire n'a pas de mauvaises cartes avec des sponsors qui s'adressent à un large public ou qui ont à voir avec la culture du pays profond.

3. Tout cela n'intéresse pas les promoteurs culturels classiques que sont les communes, les cantons, la Confédération et les fondations.  
Si vous vous décidez pour des fonds culturels, informez-vous de la politique d'encouragement que mène chacune des institutions auxquelles vous pensez. Faites attention en particulier aux priorités qu'elles se fixent dans l'encouragement, aux critères-clefs, aux catégories de projets, aux bons formulaires et aux échéances. Si votre projet n'entre pas dans le mandat d'une de ces institutions, n'envoyez pas de demande à cette institution. Les promoteurs ne haïssent rien tant que les dossiers sans espoir envoyés en copié-collé au plus grand nombre possible d'adresses.

Peu d'organismes d'encouragement prévoient explicitement un encouragement de la culture populaire. Ceux qui le font sont l'Office fédéral de la culture OFC, la Fondation suisse pour la culture Pro Helvetia et, sur mandat de Pro Helvetia, la CICP. Pour les institutions communales, cantonales ou privées, rangez votre projet dans la discipline artistique adéquate, musique, danse, théâtre, etc. Faites attention aux critères fixés: les institutions d'encouragement qui mettent un très fort accent sur l'innovation ne soutiennent en général pas de manifestations ou projets d'un genre traditionnel.

Vous ne pouvez pas vous adresser simultanément à l'OFC, à Pro Helvetia et à la CICP: la loi exclut le subventionnement parallèle. Demandez-vous par conséquent où vos chances sont les plus grandes. Pour vous aider dans votre choix, vous pouvez vous appuyer sur l'idée générale suivante: les grands et vastes projets culturels vont à l'OFC, les formats moyens et ambitieux à Pro Helvetia, et ce que l'on peut appeler modeste et subtil à la CICP. Soulignez les prestations qui se recouvrent avec le mandat de l'institution à laquelle vous vous adressez (p. ex. échanges entre les régions de Suisse, encouragement de la jeunesse, développement régional, médiation culturelle, etc.), c'est pour cela seulement que vous recevrez de l'argent. Il ne suffit pas d'avoir de belles idées. Montrez que vous savez à qui vous envoyez votre dossier. Nommez le montant que vous demandez, et pour quelle prestation culturelle entrant dans le mandat du promoteur culturel.

4. Informez suffisamment tôt de vos plans le bailleur de fonds potentiel, surtout si vous demandez des montants à cinq ou six chiffres. Dans l'idéal, il peut réserver des budgets. Informez-le régulièrement. Demandez-lui conseil. Votre demande en gagnera en précision. Cela épargnera du travail, et à vous, et au promoteur culturel, qui apprécie par ailleurs qu'on suive ses conseils et lui facilite la tâche.
5. Montrez que votre projet est bien mûri et a des bases solides. Dans l'idéal, il est le fruit d'une longue activité ou d'un grand travail, que ce soit d'un ensemble ou d'un organisateur. Un feu de paille n'a guère de chances.
6. Formulez clairement ce que vous voulez atteindre, quels sont vos objectifs de résultats et sur quoi vous basez votre succès. Soyez ambitieux, mais pas au point de prétendre sauver le monde.  
Un critère de succès peut être que le projet une fois réalisé débouche sur un nouveau projet, sur des contre-invitations, sur des tournées; d'autres paramètres de succès sont le nombre de spectateurs attendus, le nombre de participants, l'appréciation politique.
7. Pas de dossier sans plan de financement! Le plan de financement est la clef du succès. Il ne doit pas seulement structurer de manière claire les frais et dépenses, mais également montrer comment vous comptez couvrir ces frais et dépenses.  
N'oubliez pas ici les prestations propres. Celles-ci peuvent comprendre le travail bénévole que vos aides et participants fournissent pour le projet, travail que vous ferez apparaître aussi bien sous charges que sous revenus. Les revenus comprennent par ailleurs les recettes des billets, les fonds provenant du sponsoring, les dons, les contributions de soutien et les subsides. Le plan de financement doit indiquer la somme que vous demandez.
8. Réservez 15% de votre budget pour la communication. Les promoteurs culturels veulent que les projets qu'ils soutiennent aient des effets. Cela fait partie du mandat politique de l'encouragement de la culture.
9. Accordez de l'importance à la collaboration avec d'autres programmeurs, ensembles ou organisations. Cela augmente le rayonnement de votre projet et vos chances de succès dans la recherche de fonds.
10. Ayez le courage de vous associer aux grands thèmes de notre temps tels que le dialogue interculturel, la promotion des minorités, la promotion de la relève, la culture du terroir.
11. Vous avez comme troisième option la possibilité de chercher des dons. Pour cela, vous n'avez pas besoin d'un grand dossier. Une description courte, mais intéressante, de votre projet suffit. Vous l'envoyez avec une lettre aux donateurs potentiels. Faites des propositions quant à ce que le donateur reçoit pour quel montant: un billet gratuit, un apéritif, un CD, une invitation particulière ou quoi que ce soit que votre organisation offre.
12. Procédez de manière semblable si vous voulez faire appel au financement participatif ou crowdfunding pour votre projet. En Suisse, la meilleure plateforme en la matière est [www.wemakeit.ch](http://www.wemakeit.ch). Celle-ci vous demande d'offrir des contreparties précises. Et de mobiliser vos membres et vos fans dès que le projet est mis en ligne. L'équipe de rédaction de [wemakeit.ch](http://wemakeit.ch) vous conseille.
13. Pour ce qui est de la CICP, observez également les règles générales suivantes: ne demandez pas plus de 10.000 francs, soyez simples dans vos intentions et précis dans la description de ce en quoi votre projet répond spécifiquement au Fonds pour la culture populaire.