****

**Guide des bonnes pratiques  pour la recherche de fonds:**

**un guide pour tous les adhérents**

**Table des matières :**

1. **Préambule** :
* le groupe recherche de fonds
* une aide aux projets : le projet un processus continu
* **Toute démarche de recherche de fonds (publics, privés) doit être portée à la connaissance de la commission recherche de fonds par le correspondant régional au sein du PPR**
* **Toute demande de subvention doit être transmise au SAF pour validation du budget**
1. **Une démarche et des conseils**
	1. Elaborer un plan de financement pour chaque projet
	2. Se mettre en recherche
	3. Chercher des financements dans les pays d’intervention
	4. Mettre en place un vrai partenariat
2. **Mallette d’outils** : fiches utilitaires et exemples

Fiche 1 : rechercher le soutien des élus

Fiche 2 : remplir un dossier : cas des collectivités territoriales

Fiche 3 : constituer un dossier de présentation aux partenaires :

Fiche 4 : démarche de sollicitation fondations ; entreprise

Fiche 5 : réussir un financement participatif

1. **Préambule :**
* Le groupe recherche de fonds :
* Le groupe recherche de fonds constitué de l’ensemble des correspondants recherche de financements régionaux (liste en annexe)
* Assure la **veille** des sources possibles de fonds compatibles avec la charte du GREF
* **Accompagne** les porteurs de projets dans cette recherche à l’intérieur de chaque pôle projet régional ou au sein des équipes projets et des équipes pays

**Il**  se coordonne au cours de rencontres annuelles pour mutualiser les pratiques.

* Le correspondant régional de recherche de fonds : son rôle

|  |
| --- |
| * **Appui technique** aux porteurs de projets
* **Appui à la recherche de partenaires potentiels** :
	+ entreprises
	+ fondations
	+ parlementaires (groupes parlementaires amitiés France )
	+ Associations
* **Liaison avec la commission nationale (voir ci-dessous).**

La démarche **Avant toute démarche, le projet doit être déclaré « recevable » par le RP ou CRP et inscrit au « Catalogue des projets ».**  Différentes situations peuvent se présenter.Cas n°1 : l’équipe rédactrice du projet envisage de contacter un partenaire potentiel dont elle possède les coordonnées.Le porteur de projet en informe le correspondant régional du GRF qui consulte la base de données mise en place, vérifie qu’aucune autre demande n’est en cours auprès du même financeur ou de la même fondation et conseille sur la marche à suivre. Cas ° 2 : l’équipe rédactrice du projet n’a aucune piste. Elle contacte le correspondant régional qui l’aidera à mettre en place une démarche de recherche de partenariat. Dans un cas comme dans l’autre :* les membres du groupe régional seront sollicités pour une assistance, en fonction de divers critères : disponibilité, proximité de la « cible » …..
* le projet fera l’objet de l’élaboration d’une fiche synthétique (fiche n° 3 **lien site**) mise à la disposition de l’ensemble des correspondants du GRF.
 |

* Une commission, pour partie émanation de ce groupe, assure la relation politique, administrative et technique avec le CA et le lien avec le PPN pour **coordonner les démarches de recherche de fonds au niveau national.** (voir RI règlement intérieur <http://www.gref.asso.fr/IMG/pdf/gref.ri.votele.2017-06-23.pdf> ; répertoire  <http://www.gref.asso.fr/IMG/pdf/repertoire_du_gref_2017-2018.pdf>
1. **Une démarche et des conseils :**
	1. **Un plan de financement pour chaque projet**

La nature de chaque projet, ses objectifs supposent une analyse de ses besoins de financements et une stratégie structurée de recherche de fonds arrêtée en PPR ou au sein de l’équipe.

* Utiliser la fiche synthétique du projet <http://www.gref.asso.fr/spip.php?article1342>
* **Joindre budget prévisionnel visé par le SAF lors de la recevabilité** <http://www.gref.asso.fr/spip.php?article1210>

Le principe :

|  |  |
| --- | --- |
| **Les sources de financement possibles pour un co-financement  :** * **Collectivités territoriales : subventions**
* **Fondations**
* **Mécénat**

**d’entreprises: dons, matériel, compétences*** **Evénements**
* **Financement participatif**
* **Dons divers**
 |  |

**2.2 Se mettre en recherche avec l’aide ou en informant le correspondant recherche de fonds**

* **En fonction des besoins déterminés,  consulter la base de données** : solliciter le correspondant régional de recherche de fonds (ou la commission nationale)
* **Vérifier avec le correspondant recherche de fonds qu’une même entreprise ou qu’une même fondation n’a pas déjà été sollicitée dans l’année.**
* Recherche de fondations :
* **Répertoires**
* **Liste GREF de 100 fondations SITE**
* **Associations** **Nationales** **de** **fondations**

• [www.centre--‐francais--‐fondations.org](http://www.centre--‐francais--‐fondations.org)

* **Fondations abritantes**

• www.fdf.org

• [www.ins/tut--‐de--‐france.fr](http://www.ins/tut--%E2%80%90de--%E2%80%90france.fr)

* **choisir une fondation en rapport avec le projet.**
* Recherche des mécènes potentiels
* **S’appuyer sur les chambres de commerce et d’industrie pour connaître le tissu local.**
* recherche de différents partenariats
* **Partir du carnet d’adresses de chacun et d’une connaissance approfondie des entreprises locales**

**2.3 chercher des financements dans le pays**

***Exemple «  la pirogue de l’insertion » (fiche)***

* 1. **Mettre en place un vrai partenariat avec l’aide du correspondant**

|  |  |
| --- | --- |
| **Le GREF** | **L’Entreprise** |
| **«***le mécénat c’est une histoire d’hommes et de femmes qui se rencontrent autour d’une vision, l’argent c’est l’épiphénomène du mécénat »* |
| NE PAS QUEMANDER MAIS INVERSER LES ROLES **« QUI OFFRE ? QUI DEMANDE ? »*** Se renseigner sur l’entreprise : les pays où elle travaille, ses valeurs, ses thématiques
* Avoir un parrain ou un employé qui introduit dans l’entreprise et **SUIT** le projet si possible

**Quelques clés d’un partenariat réussi**• Définir ensemble les objectifs du partenariat• Identifier clairement la contribution del’entreprise et déterminer ensemble les contreparties (voir ci-dessous)• Assurer un pilotage et une information régulière pour maîtriser les engagementsréciproques• Evaluer le résultat : retour sur investissementpour l’entreprise, impact sur l’intérêt général/cause… | DEMANDE« Le projet de notre organisation (GREF)Devient une OPPORTUNITÉ à financer pour l’entreprise ***Nous ne vendons rien****Nous offrons du lien, et du sens à partager*Le don à notre association devientalors un INVESTISSEMENT : la RSE (Responsabilité Sociétale de l’Entreprise )***Vous ne demandez pas de l’argent,****Vous répondez à une envie d’engagement!**Vous répondez à un besoin de management,**De positionnement « (FormAction Lyon,2015)* |

 **2.4.1. Quelques conseils : Obtenir un rendez-vous  /Préparer un rendez-vous**

* **Essentiel : obtenir LE rendez-vous**
* **Ne pas envoyer de dossier sans en assurer le suivi**
* Préparer le rendez-vous : construire l’argumentaire
* Ne pas y aller seul

|  |
| --- |
| L’impact**Gagner la conviction**! Qui seront les bénéficiaires de notre action ?Quel est leur profil, dans quel environnement sont--‐ils…?! Qu’est-ce qui va changer pour eux ?Quels seront les résultats de notre action, une fois le projet réalisé?L’argumentaire :Pour mieux faire comprendre l’impact de votre projet, décrire la situation avant et après votre intervention.! Les impacts peuvent être quantitatifs et qualitatifs. |

|  |  |
| --- | --- |
| Les clés d’un bon argumentaire! Faire envie, avec une **vision** **et** **des** **ambitions****fortes** pourl’avenir!Valoriser ce que vous avez d’**unique** !Sélectionner des projets **concrets,** **innovants** **et****impactants** !Veiller à la **cohérence** dans les chiffres, les faits,Les projets !Conjuguer **émotionnel** **et** **rationnel** !Etre convaincu pour être **convaincant**!Afficher de l’**optimisme** **et** **de** **la** **volonté** | **ERREURS à éviter**! Une autre association pourrait signer votreargumentaire = **non** **différenciateur**! On ne comprend pas où vous voulez aller= **absence** **de** **vision (VMV voir fiche 3) lien site ;**! Notre discours reste très global, vague.Intentions présentées mais pas vraiment des actions= **non** **concret** **donc** **non****convaincant**! Nous parlons de nous et non de nos bénéficiaires (communs)= **non** **mobilisateur** ! Nous parlons de besoins et non d’ambitions= **non** **percutant** |

* Retour sur le rendez-vous : remerciements et fidélisation

|  |
| --- |
| Répondre aux éventuelles questions.! Prépare le suivi demandé (éléments financiers, fiscaux …).! Préparer le formulaire de don (particulier) et / ou la convention de mécénat (entreprise).! Préparer la réception du don et l’échéancier pour engagement pluriannuel (relances).! Préparer le reçu fiscal du premier versement.! Mettre en œuvre le programme de reconnaissance! Garder le contact avec le donateur ! |

* Trouver les contre-parties : à négocier avec l’entreprise

|  |
| --- |
| ***Contreparties***L'aide accordée par l'entreprise entraîne des obligations à la charge du parrainé pourfavoriser la **visibilité** de l'entreprise. |
| **SOYONS CRÉATIFS !****Rechercher toutes les opportunités appropriées…** Remerciements directs privés (face à face, téléphone) et/ou lettres personnalisées(par les signataires les + pertinents) Publications spécifiques (newsletters, rapport donateurs) Citation dans des supports de communication plus globaux (site web, rapport d’activité,Dossier presse …)* Logos des donateurs sur documents (banderoles, ….)
* Événements (gala, remise de bourses,…)
* Animation interne dans l’entreprise mécène
* Rencontres privilégiées
* Dons d’ouvrages, de films, …
* Possibilité pour l’entreprise d’utiliser notre image dans sa communication
* Possibilité de venir sur place voir nos travaux (ou même y participer) lors d’une mission
 |

1. **Mallette d’outils : fiches utilitaires et exemples**

**Fiche 1 : rechercher le soutien des élus**

Groupe d’amitiés franco -… site de l’assemblée nationale, liste des groupes d’amitiés franco – pays <http://www2.assemblee-nationale.fr/europe-et-international/activites-parlementaires-internationales/les-groupes-d-amitie-parlementaires#node_42492>

NB : Les élus locaux peuvent nous faire des lettres d’introduction pour les entreprises locales.

**Fiche 2 : remplir un dossier : fonds publics**

Consulter les RéSEAUX RéGIONAUX MULTI ACTEURS (RMMA)

<http://www.diplomatie.gouv.fr/fr/politique-etrangere-de-la-france/action-exterieure-des-collectivites-territoriales/informations-complementaires/liens-utiles/article/reseaux-regionaux-multi-acteurs>

|  |
| --- |
| Définition des réseaux régionaux multi-acteurs pour la coopération internationale et la solidaritéDepuis le milieu des années 90, plusieurs régions françaises ont mis en place des *« dispositifs régionaux d’échange, d’appui et de concertation multi-acteurs de la coopération internationale »*, à l’initiative conjointe de l’État (représenté par la préfecture de Région), de collectivités territoriales et/ou d’associations.Chacun de ces réseaux a une histoire, un statut et un contexte différents mais ils se retrouvent autour de **3 spécificités qui fondent une identité commune** :* 1. Leur action est ancrée dans le territoire régional ;
* 2. Leurs objectifs, dans un esprit de service public, sont d’améliorer la qualité des actions de coopération internationale et de solidarité, et de contribuer à l’ouverture internationale des habitants de leurs territoires ;
* 3. Ils animent un réseau multi-acteurs (associations, collectivités territoriales, établissements d’enseignement, structures d’éducation populaire, établissements publics, acteurs économiques, etc.) dans une dynamique d’échanges, de travail collaboratif, de concertation et de subsidiarité.

Cela se concrétise par la mise en œuvre de **4 activités** :* 1. L’identification des acteurs : constitution de bases de données ;
* 2. L’information : veille informative, production et diffusion d’information ;
* 3. L’appui aux porteurs de projet : formation, conseil et appui méthodologique ;
* 4. L’animation des échanges et de la concertation entre les acteurs : capitalisation d’expériences, mutualisation, organisation de rencontres, création de synergies.
 |

* **Rechercher les possibilités de subventions issues**
* des collectivités territoriales : région, département, communauté de communes, communes = COOPeration DEcentralisée
* Agence de micro-projets : le GREF ne peut pas y prétendre mais peut passer par une association plus petite ( ex Via Sahel pour le Mali)
* PRAOSIM : le projet doit être porté par une Association issue de la diaspora
* SCAC (Service de Coopération et d’Action Culturelle)
* AFD (Agence Française pour le Développement)
* OIF (Organisation Internationale de la Francophonie) et AUF (Agence Universitaire de la Francophonie)
* informations à construire avec fiches partenariat
* site onglet partenariat : <http://www.gref.asso.fr/sp/spip.php?article1840>

fiches partenariats : <http://www.gref.asso.fr/sp/spip.php?article1213>

conventions : écrire une convention <http://www.gref.asso.fr/sp/spip.php?article1214>

OU TROUVER LES DOCUMENTS NECESSAIRES ?

* Pour les collectivités territoriales : CERFA en ligne ;
* Pour le gref : site > [Accueil](http://www.gref.asso.fr/) > [Membres](http://www.gref.asso.fr/spip.php?rubrique29) > [Porte-Documents](http://www.gref.asso.fr/spip.php?rubrique87) > [Doc. institutionnels et règlementaires](http://www.gref.asso.fr/spip.php?rubrique91) > **Documents permanents** <http://www.gref.asso.fr/sp/spip.php?article277>

<http://www.gref.asso.fr/spip.php?article832>

* **sans oublier de communiquer l’information pour conseil, avis et visa du budget par le SAF**

**Fiche 3 : constituer un dossier de présentation aux partenaires :**

* Fiche de projet synthétique : fiche vierge + budget <http://www.gref.asso.fr/spip.php?article1342>

+

<http://www.gref.asso.fr/spip.php?article1210>

* Fiche de présentation du GREF : [Accueil](http://www.gref.asso.fr/) > [Membres](http://www.gref.asso.fr/spip.php?rubrique29) > [Porte-Documents](http://www.gref.asso.fr/spip.php?rubrique87) > [Pôle Communication](http://www.gref.asso.fr/spip.php?rubrique108) > **Communication - Supports de communication**

<http://www.gref.asso.fr/IMG/pdf/plaquettefrancais3p.pdf> (document archivé communication 2017)

Voir aussi

<http://www.gref.asso.fr/sp/IMG/pdf/gref.dossierdepresse.2017-05-30.pdf>

<http://www.gref.asso.fr/sp/IMG/pdf/presentationdugrefversioncourte._2016_.pdf>

<http://www.gref.asso.fr/sp/IMG/pdf/presentationdugrefversionlongue._2016_.pdf>

* Vision, Mission, Valeurs

<http://www.gref.asso.fr/sp/IMG/pdf/grf.vmv.pdf>

**Fiche 4 : solliciter des entreprises ; des fondations**

* S’imprégner des valeurs de l’entreprise
* Adapter les demandes aux valeurs de la fondation
* Attention, **chaque fondation a ses demandes spécifiques : il est impératif de rentrer dans leur cadre de référence**; d’utiliser leur terminologie et non notre jargon GREF

**Fiche 5 : Réussir un financement participatif : voir site lien**