

DONNER CORPS À UNE IDÉE



*** Animafac**

GUIDE DU PORTEUR DE PROJET

LES GUIDES PRATIQUES D'ANIMAFAC



SOMMAIRE

L'IDÉE.....	P.2
LE PLAN D'ACTION.....	P.6
FORMALISER SON PROJET	P.14
FINANCER SON PROJET.....	P.20
COMMUNIQUER.....	P.28
L'HEURE DU BILAN.....	P.34
RESSOURCES.....	P.36
ANNEXES.....	P.46

L'idée

Au départ de toute aventure associative, il y a bien sûr une idée. Il n'est pas rare d'en voir fuser dans les discussions animées. Ça commence par « *Tiens, et si on...* » ou par l'observation d'un manque, qu'on n'avait jusque là pas remarqué et qui paraît dès lors évident. Encore faut-il que cette idée ne se perde pas en cours de route. De « *on pourrait faire* » à « *on aurait pu* », il n'y a souvent qu'un pas.

Parfois, l'idée s'impose et on se dit qu'avec un peu d'effort, elle pourrait bien prendre corps et se réaliser. Le premier mouvement est fait : vous avez décidé d'agir. Mais votre idée est-elle vraiment bonne, capable de fédérer autour d'elle équipes et partenaires ? Avant d'aller plus loin, posez-vous les bonnes questions. Vous pouvez évaluer le bien-fondé de votre projet au regard de quelques critères.

LA PERTINENCE

Si votre idée est dans l'air du temps, en phase avec les préoccupations contemporaines, vous aurez toujours plus facilement l'oreille des financeurs et des médias. C'est le cas par exemple du développement durable. Mais un projet plus décalé, intemporel ou qui



a déjà été fait, a toutes les chances d'aboutir dès lors qu'il est pertinent. Peu importe qu'il existe des ciné-clubs partout en France. S'il n'y en a pas dans votre quartier et que votre projet est bien construit, il sera soutenu. ***Ce qui compte avant tout, c'est d'être attentif au contexte. Votre projet répond-il à un besoin ? Existe-t-il vraiment un public pour l'initiative que vous envisagez ? N'y a-t-il pas déjà des projets trop proches dans l'espace et dans le temps ? N'existe-t-il pas des projets comparables qui ont échoué ?*** (Auquel cas, tâchez de comprendre pourquoi). Cet effort de recherche pourra en outre être mis en avant auprès des partenaires que vous solliciterez, leur donnant un gage de votre sérieux et de la viabilité de votre démarche.

L'IMPLANTATION GÉOGRAPHIQUE

Il est important de déterminer quel va être le « territoire » de votre projet. D'abord parce que vous pourrez vérifier son adéquation avec les caractéristiques sociales, économiques et culturelles locales. Par exemple, si dans le cadre d'un projet de solidarité internationale, l'un de vos objectifs est de former des adolescents à l'informatique, assurez-vous que le(s) village(s) où vous avez prévu d'intervenir a(ont) accès à l'électricité. Ensuite, parce que vous aurez une vision plus précise de vos interlocuteurs sur le terrain et de vos partenaires potentiels.

L'ÉQUIPE PORTEUSE DU PROJET

Quelles sont les compétences que vous pouvez mettre à profit ? Les expériences de chacun des membres de l'équipe se complètent-elles ? Leur conjugaison valorise-t-elle le projet ? Tous les membres ont-ils la même conscience des enjeux, la même motivation ? L'adéquation équipe/projet est importante : **plus le projet découle des compétences et du parcours des membres de l'équipe, plus la réussite de l'entreprise paraîtra évidente aux yeux des partenaires.**

LA FAISABILITÉ

Le degré de faisabilité doit être évalué avec soin. Quels sont les moyens humains, matériels et financiers dont vous aurez besoin pour atteindre vos objectifs ? L'équipe d'organisation est-elle suffisante ? Quelles ressources mobiliser ? Les besoins en termes de financement sont-ils disproportionnés ? Avant de livrer bataille, il faut savoir si la victoire est possible. ■

POURQUOI CE PROJET ?

Une des premières questions qui vous sera posée sera certainement : « Et pourquoi ce projet ? » Si la réponse s'impose, vous devenez crédible. C'est à ce moment que vous pourrez faire valoir les fruits de votre diagnostic (problématique à résoudre, besoin exprimé, contexte propice, territoire pertinent, public bien identifié...). Vous devrez également mettre en avant l'incontournable adéquation homme/projet. Plus elle semblera évidente, plus vos partenaires seront convaincus des chances de réussite de votre initiative. Montrez que votre équipe est en capacité de mettre ses compétences au service du projet.



Le plan d'action



OÙ SE DOCUMENTER ?

L'inventeur de l'eau tiède s'était sûrement appuyé, pour aboutir à sa découverte, sur les travaux de l'inventeur de l'eau froide. Plaisanterie mise à part, vous avancerez plus vite dans la concrétisation de votre projet si vous savez où trouver la bonne information et des conseils avisés en matière de réglementation ou de méthode.

LES INCONTOURNABLES

Si des membres de votre association sont inscrits au sein d'un établissement d'enseignement supérieur, **le service de la vie étudiante, le service d'action culturelle** ou encore la personne en charge du suivi des associations constitueront vos premiers contacts. N'hésitez pas également à solliciter le service culturel de votre **CROUS** (www.cnous.fr). Généralement créées à l'initiative des collectivités locales, des structures telles que **les maisons d'initiatives étudiantes ou les maisons des associations** fleurissent un peu partout. Centres de ressources documentaires, ces lieux de vie vous permettront de rencontrer de nombreux jeunes ou étudiants qui pourront vous conseiller. N'oubliez pas de penser aussi aux **services jeunesse et sports des préfetures**, véritables spécialistes du monde associatif.

LES CENTRES DE RESSOURCES

Il existe des centres de ressources nombreux et divers pour les porteurs de projets. Certains sont payants. On peut en distinguer trois types :

Des réseaux d'information généralistes

✓ **Le réseau Information Jeunesse**

Il comprend un centre national (le **CIDJ**, à Paris), 27 centres régionaux (**CRIJ**), 1565 Bureaux et points d'information (**BIJ/PIJ**). Ces centres de ressources vous proposent notamment un « **kit initiative jeunes** », base de données de partenaires potentiels, de bourses, de subventions et de conseils méthodologiques pour concrétiser votre projet. Vous pouvez le commander en ligne (100 €) ou le consulter sur place.

✚ *Pour trouver une structure IJ près de chez vous : www.crij.org/reseau-ij/france.html et www.cidj.com*

BON PLAN

Vous trouverez également de nombreuses informations sur les sites Internet spécialisés :
www.associationmodeemploi.fr ;
www.loi1901.com ; www.associations.gouv.fr

✓ **La Ligue de l'enseignement**

Mouvement d'éducation populaire, elle invite les citoyens à être acteurs dans leur ville. Organisée en 102 fédérations départementales, elle compte une multitude d'associations nationales et locales affiliées et actives dans des champs très divers. Vous trouverez de nombreuses informations et pourrez, en tant que responsable associatif, bénéficier de son offre de formations et de services. 📌 www.laligue.org

✓ **Animafac**

Animafac est un réseau d'échanges d'expériences et un centre de ressources pour les initiatives étudiantes. Son site Internet vous permet également de disposer de nombreux outils pratiques et vous offre la possibilité d'échanger avec des porteurs de projets investis dans de nombreuses thématiques sur tout le territoire. Des relais associatifs animent le réseau tout au long de l'année et constituent de véritables personnes ressources (retrouvez leurs contacts dans la rubrique « Qui sommes nous ? » du site Internet www.animafac.net).

Des réseaux d'accompagnement et d'expertise

L'expertise peut être économique,

juridique ou financière. Pour les projets importants, comme la création d'une coopérative, sachez par exemple que la Fédération des centres de gestion agréés pourra vous aider dans la gestion de votre entreprise. 📌 www.fcga.fr

Des réseaux de financement

Reportez-vous au chapitre consacré au financement (p.20) qui dresse un panorama des aides publiques et privées.

QUELLE STRUCTURE CRÉER ?

En règle générale, si votre projet n'est pas à but directement lucratif, la forme associative s'impose. Deux formes existent : *l'association de fait*, informelle, qui ne nécessite pas de déclaration officielle, et *l'association loi 1901*. La première, même si elle permet de fonctionner en groupe selon des statuts et un règlement signés par les membres, trouve vite ses limites. Car, contrairement à l'association loi 1901, elle n'a pas d'existence juridique. Elle engage donc la responsabilité de chacun de ses membres et ne permet pas d'ouvrir un compte en banque, de recevoir en son nom des subventions, d'engager des salariés, etc.

JUNIOR ASSOCIATION

Les mineurs n'ont pas la possibilité de gérer ou de représenter une association loi 1901. Pour y remédier s'est développé le dispositif Junior Association, qui leur permet de s'investir dans un projet avant leurs 18 ans. La JA garantit aux jeunes des droits similaires aux associations déposées en préfecture (assurance, ouverture de compte...). Renseignements sur www.juniorassociation.org

CRÉER UNE ASSOCIATION LOI 1901

Pour créer une association loi 1901, il faut être au moins deux, avoir atteint la majorité, et déposer un dossier auprès de sa (sous-)préfecture. Il doit comporter :

✓ **Une déclaration de l'association**, précisant son intitulé, son objet et l'adresse de son siège social, ainsi que les nom, prénom, date et lieu de naissance, nationalité, adresse et profession des personnes membres du bureau.

✓ **Deux exemplaires datés et signés des statuts de l'association**. La rédaction des statuts est libre. En général, il est préférable d'éviter une trop grande précision qui peut rendre les statuts inapplicables en pratique. Soyez notamment attentif à

la mention de l'objet de l'association qui, trop restrictive, risque de vous fermer des portes : la personnalité morale n'existe que dans les limites de cet objet.

📖 *Pour en savoir plus, consultez les fiches pratiques d'Animafac n°1 «Créer son association, mode d'emploi» et n°2 «Rédiger ses statuts associatifs », disponibles sur le site d'Animafac, rubrique «Boîte à outils».*

✓ **Dernière étape : l'insertion de la déclaration dans le Journal officiel** qui, pour la somme de 44 €, signera l'acte de naissance de votre association.

LES PARTICULARITÉS D'UNE ASSOCIATION LOI 1901

L'association n'est pas un lieu d'immunité juridique ! Accepter des responsabilités dans une association vous engage en matière de responsabilité pénale (par exemple en cas de travail non déclaré pour le compte de l'association) et civile (accidents liés à l'activité de l'association).

📖 *Pour en savoir plus, consultez la fiche pratique n° 4: « Quelles sont les responsabilités d'un dirigeant d'association ? ».*

✓ **L'assurance**

Une association étant responsable des dommages qu'elle cause à un tiers ou à ses membres, on ne saurait trop vous

conseiller de vous assurer. Une association peut souscrire différents types d'assurances, en commençant par l'assurance « responsabilité civile » qui couvre les risques d'accidents liés à son activité. Prenez le temps de faire un inventaire complet des besoins de l'association en matière d'assurances (local, matériel, véhicule à moteur, etc.) et faites jouer la concurrence ! Attention aux offres en apparence alléchantes : peut-être n'avez-vous pas bien vu les clauses d'exclusion, écrites en petits caractères à la fin du contrat ?

Il est par ailleurs important de vérifier que le contrat couvre bien tous les membres de l'association et comporte une clause « personnes tiers entre elles » qui indemnise les dommages causés à un membre de l'association par un autre membre.

📖 *Pour en savoir plus, consultez la fiche pratique n°3 : « Les associations et l'assurance ».*

BON PLAN ASSURANCE

A noter : pour éviter qu'un budget trop serré ne vous conduise à négliger la sécurité, la Ligue de l'enseignement propose des contrats d'assurance à prix étudiants et sur mesure pour les associations qui s'affilient au réseau.

Plus de détails sur www.animafac.net rubrique « Boîte à outils ».

✓ La fiscalité

Zoom sur les impôts commerciaux

Les associations sont en principe exonérées des impôts dont doivent s'acquitter les personnes exerçant une activité économique (TVA, impôt sur les sociétés, taxe professionnelle), dans la mesure où elles n'ont pas de but lucratif.

L'appréciation par les services fiscaux de la non-lucrativité porte sur deux critères :

1. La gestion de votre association est-elle désintéressée ?

Pour qu'une gestion soit désintéressée, il faut que les dirigeants ne s'enrichissent pas de l'activité de l'association (plafonnement de la rémunération des dirigeants ; trésorerie transparente ; réinvestissement des bénéfices). Si dès cette étape, la réponse est négative, votre projet sera considéré comme commercial.

2. Votre projet associatif, bien que de gestion désintéressée, fait-il concurrence à une entreprise de type commercial ?

Si c'est le cas, vous pouvez encore vous en sortir, à condition que vos activités s'exercent selon des modalités de gestion différentes de celles des entreprises, conformément à la règle dite des « 4P » (produit, prix, public, publicité). Pour rester « socialement utile », votre



projet doit proposer un produit peu ou mal développé dans le secteur privé (par exemple des cours d'alphabétisation) et viser un public plutôt défavorisé. Les prix pratiqués doivent par ailleurs être inférieurs à ceux du secteur commercial et votre communication doit plus relever de l'information que de la publicité (savant dosage à trouver !).

Remarque : une association peut réaliser des activités lucratives accessoires et être exonérée de tous les impôts commerciaux si le montant des recettes issues de ces activités n'excède pas 60 000 €. Les activités non lucratives doivent évidemment rester significativement prépondérantes.

Les exonérations propres à la TVA

Les services à caractère social, éducatif, culturel ou sportif rendus aux membres d'une association (mise à disposition d'équipements sportifs, organisation de conférences...) de

même que les ventes accessoires (brochures, articles de sport...), dès lors que leur montant n'excède pas 10 % du total des recettes de l'association.

L'organisation, au profit exclusif d'une association, d'un maximum de six manifestations de bienfaisance ou de soutien au cours de l'année civile.

La presse bénéficie également d'exonération ou de réduction pour la vente au numéro et sur abonnement (2,1% sur les recettes de vente), de même que les dons, subventions, cotisations, etc.

🔗 Une instruction fiscale datant de 2006 présente dans un document unique le régime fiscal d'ensemble des organismes sans but lucratif. Vous pouvez le consulter en intégralité sur : www.associations.gouv.fr/25-la-fiscalite-des-associations.html

🔗 Pour en savoir plus, consultez la fiche pratique n°21 : « La fiscalité associative ».

📌 Enfin, chaque direction départementale des services fiscaux dispose d'un « correspondant associations ». N'hésitez pas à lui demander conseil.

ET L'ENTREPRISE ?

Si votre projet induit une création d'activité économique, la forme associative n'est peut-être pas la plus adaptée, car elle ne permet pas, par exemple, de partager les bénéfices. Pourquoi dans ce cas ne pas créer une entreprise ?

Un choix à apprécier selon le nombre de personnes engagées dans le projet, le degré de responsabilité et le capital nécessaire à la constitution. Entreprise individuelle qui engage la responsabilité de l'entrepreneur ? EURL ? SARL ? Société anonyme ?

ENTREPRENDRE AUTREMENT

Une SCOP (Société coopérative ouvrière de production) est une entreprise commerciale au sein de laquelle les salariés sont associés majoritaires : ils participent à ce titre aux choix stratégiques de l'entreprise (désignation des dirigeants, orientations) et décident du partage des bénéfices, selon le principe : « Un homme égale une voix. » Pour plus de renseignements : www.scop.coop

📌 Des sites d'aide à la création d'entreprise peuvent vous permettre d'y voir plus clair parmi les différents statuts juridiques possibles. Par exemple : www.apce.com

📌 Prenez également conseil auprès de votre chambre de commerce et d'industrie. Liste des CCI disponible sur www.cci.fr/web/organisation-du-reseau/annuaire.

QUELLES PROTECTIONS LÉGALES ?

PROTÉGER LE NOM DE SON ASSOCIATION

Assurez-vous que le nom que vous avez choisi n'appartient pas déjà à une autre personne morale. Pour cela, faites une première **recherche sur le site Internet de l'INPI** (Institut national de la propriété industrielle). Elle ne prendra cependant pas en compte les ressemblances phonétiques ou orthographiques. Il est donc recommandé de faire aussi une recherche « d'antériorité » (38 €). L'INPI vérifiera que le nom choisi ne se rapporte pas à une marque ou à un nom commercial. Cette précaution prise, enregistrez-le. Vous pouvez aussi **protéger votre logo**. Pour cela, vous devez le déposer comme marque. Outre la recherche d'antériorité, vous devrez néanmoins compter un minimum de 225 € pour le dépôt. 📌 www.inpi.fr

LES DROITS D'AUTEURS

Si votre projet comporte la diffusion d'œuvres déposées, vous devez prévoir le paiement de droits d'auteurs. Inversement, si votre projet s'axe autour de la création d'une œuvre intellectuelle (production musicale, écrite, audiovisuelle, multimédia), déposez l'ouvrage auprès de la maison d'auteur concernée.

↳ SACEM (Société des auteurs, compositeurs et éditeurs de musique) : www.sacem.fr

↳ SACD (Société des auteurs et compositeurs dramatiques) : www.sacd.fr

LES CONVENTIONS DE PARTENARIAT

Une association peut être amenée, par l'importance de ses projets ou par

recherche d'efficacité, à tisser des partenariats avec d'autres organismes. Pour éviter toute mauvaise surprise, pensez à rédiger une convention qui engagera légalement les parties signataires et pérenniserà le partenariat.

↳ Pour en savoir plus, consultez la fiche pratique d'Animafac n°28 : « Rédiger une convention de partenariat ». ■

NOM DE DOMAINE SUR INTERNET

Si vous prévoyez de créer un site web pour votre association, achetez rapidement un nom de domaine. Cela vous évitera peut-être d'être pris de vitesse et de vous retrouver avec une adresse impossible à retenir.

Rendez-vous sur www.afnic.fr, www.icann.org ou www.internic.net.



© Julian Beger / youthphotos.eu

**Formaliser
son projet**



RÉALISER SON DOSSIER

Votre idée initiale est devenue un projet mûri et partagé. Reste maintenant à le formaliser. Prenez votre plus belle plume pour rédiger ce qui sera votre premier outil de communication : votre dossier de présentation. **Carte de visite de votre association**, il doit permettre de vous introduire auprès de vos partenaires potentiels.

Partons d'un principe simple : les financeurs croulent sous les dossiers de demande de partenariat. Vous devez donc leur présenter un dossier synthétique et cohérent sur le fond, sans faute de goût sur la forme. Comme pour une lettre de motivation, l'imagination n'est pas à bannir de votre dossier de présentation, mais le plan se doit d'être clair et rigoureux.

LA LETTRE D'INTRODUCTION

Soignez-la bien car, bien sûr, tous les partenaires démarchés ne liront pas votre dossier. Une lettre percutante peut les convaincre d'aller plus loin. **En une page, présentez votre projet, ses enjeux et les raisons pour lesquelles ce partenaire devrait s'intéresser à vous.** Pour être complet et clair tout en

étant synthétique, pensez au procédé mnémotechnique des « 3QOCP » : Qui ? Quoi ? Quand ? Où ? Comment ? Pourquoi ?

Par ailleurs, exposez clairement votre demande : une participation ne peut être obtenue que si elle est demandée.

LA PRÉSENTATION DÉTAILLÉE DU PROJET

✓ *Une analyse de votre projet, pour mieux démontrer sa pertinence*

Vous devez détailler ici l'objet de votre projet (*quels sont vos objectifs ? En quoi répondez-vous à un besoin ? Quel est le public visé ? Quels sont vos partenaires ? Quelles sont les actions à mettre en place ?...*) et ce en quoi il peut intéresser votre interlocuteur (*le*

UN PROJET CLAIR POUR TOUS

Un projet naît souvent de discussions entre amis, qui peuvent, chacun dans leur coin, s'en faire une idée différente. Le dossier permet aussi de vérifier que le projet est parfaitement clair pour tous, tant sur les objectifs de la structure que sur les moyens à mettre en œuvre pour y parvenir.

public que vous visez est-il le public de référence du partenaire démarché ? Dans quelle mesure peut-il espérer un retour d'image valorisant en associant son nom à votre démarche ?...).

Le partenaire, à la lecture de ces paragraphes, doit être convaincu que vous avez bien évalué les contraintes liées à votre projet et que vous ne lui avez pas envoyé un dossier au hasard. Cela suppose donc que **vous adaptez votre dossier en fonction de votre interlocuteur** : les arguments que vous mettez en avant ne seront pas les mêmes selon la structure à laquelle vous vous adressez. Une collectivité sera par exemple sensible à l'impact de votre projet sur son territoire. Ainsi, si vous menez un projet international et que vous sollicitez l'aide de votre mairie, proposez d'organiser une exposition à l'Hôtel de Ville à votre retour.

✓ *La présentation de l'association*

Rappelez brièvement vos objectifs et, s'il y a lieu, les antécédents de la structure (exemple : les projets déjà menés). Vous pouvez également dresser un rapide portrait des principaux membres de l'équipe, ce qui donnera une touche plus personnelle à votre démarche.

✓ *Le calendrier prévisionnel*

Le calendrier prévisionnel doit d'abord être **un outil de travail pour le groupe**. Mettez-vous autour d'une table et réfléchissez aux différentes phases de mise en œuvre de votre projet. En établissant une liste exhaustive des tâches à réaliser, vous vous donnerez toutes les chances de les faire dans le bon ordre (si, pour promouvoir votre conférence sur le développement durable, vous



© Alexander Scholle

avez programmé l'impression de flyers sans vous être inquiété de la réservation d'une salle, il est temps de vous affoler...). Percevoir l'étendue des tâches à venir peut aussi être l'occasion de répartir le travail au sein de l'équipe. Le travail réalisé en interne servira dans un second temps à convaincre les financeurs. Rigoureux, **votre calendrier prévisionnel sera un gage supplémentaire de sérieux aux yeux de vos partenaires**, forcément regardant dès lors qu'il s'agit de leur argent.

↳ *Exemple de calendrier en annexe p.48*

✓ **Le budget prévisionnel**

Le budget prévisionnel est un véritable outil de communication auprès de vos partenaires, car il est le principal témoin de la faisabilité et de la viabilité de votre projet. Mais comme le calendrier prévisionnel, il doit d'abord être un outil de travail interne.

Quelques conseils de méthode pour réussir son budget prévisionnel :

✓ **Reportez-vous à la liste des tâches répertoriées** à l'occasion de l'établissement du calendrier prévisionnel.

✓ **Chiffrez chaque opération**. Attention : parmi les postes de dépenses fréquemment oubliés, on trouve le budget

communication et les frais généraux (assurance, photocopies, factures téléphoniques, etc). En attendant les devis, les premiers chiffrages seront forcément approximatifs. Vous pouvez néanmoins solliciter des personnes d'expérience dans d'autres associations, qui sauront vous donner des fourchettes fiables.

✓ **Rapprochez autant que possible un financement à un poste de dépense.**

✓ **Prévoyez, en interne, une version pessimiste du budget afin d'éviter les mauvaises surprises**. En revanche, n'hésitez pas à demander un peu plus que ce dont vous avez réellement besoin à vos financeurs car ils donnent

À SAVOIR

D'un point de vue formel, le budget comprend une colonne recettes et une colonne dépenses. Elles doivent être égales.

Distinguez bien les aides en nature (par exemple, la mise à disposition d'un local) des aides purement financières. Certains chiffres peuvent se permettre de manquer de précision pour laisser une place aux impondérables. En revanche, un budget bancal et oublieux peut nuire gravement à l'appréciation de l'ensemble du dossier.

généralement moins que ce que vous leur demandez. Si vous obtenez la totalité, cela vous permettra de donner une plus grande ampleur au projet.

↳ *Exemple de budget en annexe p.49*

✓ *Le plan de communication (voir la partie « communiquer » p.28)*

Une partie particulièrement importante pour vos partenaires, qui pourront évaluer les retombées de leur participation au regard de votre stratégie de communication (campagnes d'affichage avec leur logo, dossiers de presse, etc.).

✓ *Tout autre témoignage de soutien en votre faveur*

À commencer par des partenariats qui vous seraient déjà acquis. Leur engagement rassurera peut-être d'autres partenaires séduits mais encore hésitants. Vous pouvez également insérer au dos-

sier une revue de presse sur d'éventuelles initiatives passées, des photos, des lettres de soutien... Le goût paraît toujours plus sûr quand il est partagé.

LA FORME

✓ *Adoptez un style journalistique*

Vous devez aller à l'essentiel pour ne pas endormir votre lecteur. Optez pour des phrases et des paragraphes courts, quitte à réfréner vos penchants littéraires.

✓ *Traquez les fautes d'orthographe*

Faites relire votre dossier par plusieurs personnes de votre entourage, surtout si le français n'a jamais été votre point fort. Il n'y a rien de plus exaspérant qu'un texte bourré de fautes.

✓ *Aérez votre présentation.*

Bannissez la police 8 et les tunnels de texte sans fin. Le texte doit être visible : grand interligne, larges marges, idées fortes mises en valeur par des intertitres, etc. N'hésitez pas non plus à insérer des visuels afin d'égayer la page. ■

GRAPHISME

Pour plus de détails, vous pouvez lire la fiche pratique n° 11 : « Réaliser un dossier de présentation ». Vous y trouverez une multitude de conseils et de liens pour faire bonne impression à vos lecteurs, y compris au niveau de l'aspect graphique.



Financer son projet

© Christoph Vincent Heine / youthphotos.eu



L'AUTOFINANCEMENT

Partons d'une évidence : *votre premier financeur, c'est vous !*

Outre les cotisations de vos adhérents et les dons des membres de l'association, vous pourrez dégager des ressources en organisant un certain nombre d'activités : bar, concerts, ventes diverses (cartes de vœux, t-shirts, etc.).

La réglementation en la matière est plutôt souple pour les associations mais ne vous y prenez pas à la dernière minute pour vérifier la légalité de vos démarches. Par exemple, l'ouverture d'une buvette de boissons de 1ère catégorie (boissons non alcoolisées) et de 2e catégorie (vin, bière, cidre, etc.) est possible, sous réserve d'obtenir l'autorisation préalable du maire.

📌 *Pour en savoir plus, consultez la fiche pratique d'Animafac n° 14 « Financer un projet étudiant ».*

📌 *Et en cas de doute : www.legifrance.gouv.fr.*

En dehors de vos ressources propres, point de salut : il vous faudra chercher des financeurs prêts à vous soutenir. Effectuons un petit tour d'horizon des principaux financeurs que vous pourrez solliciter.

LES FONDS D'AIDE JEUNES/ÉTUDIANTS

Tournez-vous prioritairement vers ces dispositifs, dont il est plus facile d'obtenir le financement.

✓ *Le FSDIE des universités*

Le Fonds de solidarité et de développement des initiatives étudiantes est alimenté par une partie des droits d'inscription acquittés par les étudiants. L'enveloppe totale est en principe intégralement dédiée à l'aide aux projets étudiants. Chaque université a cependant ses critères d'attribution propres. Pour connaître ces critères, ainsi que les démarches à accomplir et les dates de commission, renseignez-vous sur le site Internet de votre établissement ou auprès du service de la vie étudiante ou du service culturel.

📌 *Pour en savoir plus, consultez la fiche pratique d'Animafac n° 16 « Obtenir des financements du FSDIE ».*

✓ *Le dispositif Culture- ActionS du CROUS*

Il se divise en deux fonds. L'un concerne spécifiquement les actions artistiques et culturelles, l'autre porte sur les thèmes de l'engagement (notion en réalité assez large

allant de l'environnement à la solidarité internationale en passant par le sport). Particularité de cette aide : elle est conditionnée au co-financement du projet. Vous devrez donc vous assurer, avant de déposer un dossier, du soutien d'un partenaire public ou privé. Prenez contact avec votre CROUS pour connaître le calendrier des réunions de la commission régionale qui sélectionne les projets.

📌 *Pour obtenir les coordonnées de votre CROUS : www.cnous.fr/_cnous_dossier_3.1766.htm*

📌 *Pour en savoir plus , consultez la fiche pratique n°17 : «Financer ses projets avec Culture-ActionS».*

✓ *Envie d'agir*

Premier dispositif national d'aide publique aux projets des 11-30 ans, Envie d'agir finance des initiatives dans tous les domaines. Deux programmes coexistent :

✓ **Projets jeunes** : dispositif départemental destiné aux 11-30 ans, soutenant des projets d'intérêt général.

✓ **Défi jeunes** : dispositif régional destiné aux 18-30 ans, soutenant les projets qui présentent un caractère de défi personnel ou professionnalisant.

Attention cependant, fortement menacé

en 2010, le programme Envie d'agir a été reconduit en 2011 mais reste susceptible de disparaître à terme. N'hésitez pas à vous rapprocher de votre DRJSCS pour obtenir confirmation de son maintien.

📌 *Pour en savoir plus, rendez-vous sur le site Envie d'agir : www.enviedagir.fr*

LES AIDES PUBLIQUES

✓ *Les collectivités locales*

Généralement attentifs à l'animation de leur territoire, les communes, conseils généraux et régionaux sont assez friands de projets étudiants. Sachez jouer sur la corde sensible. Par exemple, une ville sera d'autant plus intéressée par votre projet de solidarité internationale au Sénégal qu'elle agit également dans cette zone géographique, à travers des actions de jumelage ou de coopération décentralisée.

À SAVOIR

La boîte à outils du site d'Animafac vous permet d'accéder à des annuaires de partenaires potentiels et d'appels à projets. Vous pourrez y trouver les structures ou les dispositifs qui vous intéressent en fonction de critères géographiques ou thématiques .

✓ *Les services déconcentrés de l'Etat (préfectures)*

Malgré la décentralisation, l'Etat reste un acteur majeur des actions locales. Au sein des préfectures, des services Jeunesse et Sports assument le rôle de services spécialistes du monde associatif et soutiennent à ce titre les initiatives des jeunes, à travers le dispositif Envie d'agir. D'autres services peuvent également soutenir vos projets en fonction de vos thématiques. Il existe ainsi des services dédiés à la culture, à l'environnement, à l'égalité des chances ou encore à la santé.

↳ *Retrouvez la liste complète des contacts utiles sur www.inet.jeunesse-sports.gouv.fr/sdJ*

✓ *L'Union européenne*

Si la patience et la rigueur ne sont pas vos points forts, passez directement au paragraphe suivant ! Autrement, bienvenue dans le monde merveilleux de l'UE, hydre bureaucratique dont la réputation n'est plus à faire.

Plaisanterie mise à part, l'UE possède un gisement de subventions très large et les sommes allouées peuvent être importantes. Soyez rigoureux pour trouver le programme correspondant précisément à votre projet, qui doit, faut-il le rappeler, avoir une réelle valeur ajoutée européenne. Ainsi, certains programmes requièrent des conditions de transnationalité ou un partenariat avec d'autres associations de pays



© Maria Merry / youthphotos.eu

membres de l'Union. Si votre projet n'est que national, évaluez sa pertinence au regard des objectifs communautaires, et lancez-vous !

📌 Vous pourrez trouver la liste des subventions et fonds européens par activité sur le site www.eurodesk.org/edesk/Welcomedo

📌 Vous pouvez également solliciter l'Agence française du programme européen jeunesse en action : www.jeunesseenaction.fr

📌 Enfin, consultez également la fiche pratique n°18 : «Monter un projet européen».

LES AIDES PRIVÉES

✓ Le mécénat

Le mécénat est le soutien sans contrepartie d'une entreprise à un projet associatif. Autrement dit, l'entreprise ne peut pas attendre un retour d'images de l'association à qui elle apporte une aide, même si le mécénat valorise de fait son image institutionnelle.

De plus en plus d'entreprises se sont lancées dans le mécénat, soit directement, soit par l'intermédiaire d'une fondation. **L'Admical**, qui promeut le mécénat d'entreprise en France, édite chaque année un répertoire des entreprises mécènes. Accessible

en ligne gratuitement, vous y trouverez les coordonnées et noms des responsables pour chaque entreprise, ainsi que les critères de sélection des dossiers, les budgets alloués, etc.

📌 Pour en savoir plus : www.admical.org

Autre centre de ressources incontournable en matière de mécénat : **la Fondation de France**, qui pourra

À PROPOS DES DONs

Faire un don à une association ouvre droit à des déductions fiscales.

Pour les entreprises assujetties à l'impôt sur le revenu ou à l'impôt sur les sociétés, la déduction fiscale est égale à 60 % du montant du don dans la limite de 5 ‰ (cinq pour mille) du chiffre d'affaires annuel.

Pour un particulier, la déduction fiscale est égale à 66 % du montant du don dans la limite de 20 % du revenu imposable.



© Moritz Sirowata

financer elle-même votre projet s'il entre dans ses objectifs, mais qui, le plus souvent, vous mettra en contact avec l'une des nombreuses fondations qu'elle accueille (plus de 650 en 2008). 📌 *Pour en savoir plus : www.fdf.org*

IMS-Entreprendre pour la Cité. C'est une association-réseau d'entreprises qui les accompagne et les conseille sur les questions d'engagement sociétal et de mécénat. Elle met à votre disposition un site Internet complet.

📌 *Pour en savoir plus : www.imsentreprendre.com*

Mecenova.org. Plate-forme de rencontre entre associations et entreprises, il permet aux premières de poster leurs demandes et aux secondes de poster leurs propositions de mises à disposition, pour qu'un matching entre les deux puisse se faire.

📌 *Pour en savoir plus : www.mecenova.org*

✓ *Le sponsoring*

Au contraire du mécénat, **le sponsoring est un acte publicitaire** : l'association devient un outil de communication pour le sponsor, dont la démarche est clairement commerciale.

Les publics que vous touchez par vos activités peuvent intéresser bon

nombre d'entreprises qui trouveront là un moyen facile de faire leur promotion. Selon les caractéristiques de votre projet, consultez les annuaires professionnels. Pensez aussi aux commerçants et petites entreprises de proximité, forcément intéressés par une clientèle environnante.

Soyez cependant vigilants sur deux points : **il doit s'agir d'un partenariat gagnant-gagnant**. Aussi réfléchissez en amont à ce que vous pourrez offrir à l'entreprise en termes de visibilité. À l'inverse, relisez attentivement les termes de l'accord. Certaines entreprises, sous couvert d'atteinte à leur image de marque, peuvent s'immiscer d'un peu trop près dans les affaires de l'association.

📌 *Pour en savoir plus, consultez la fiche pratique n° 15 « Rechercher et gérer des partenariats privés ».*

Dans tous les cas, n'oubliez pas que **l'aide d'une entreprise ne se réduit pas forcément à un chèque**. Plus facile à débloquer que de l'argent, l'aide en nature peut vous être tout aussi utile : prêt de matériel informatique, gratuité des communications téléphoniques, mise à disposition des compétences de salariés de l'entreprise, mise en réseau, etc. Profitez des potentialités de chaque interlo-

cuteur en termes de ressources techniques et matérielles.

LES APPELS À PROJETS

Outre vos demandes de subventions et d'aides spontanées, gardez l'œil ouvert sur les concours que lancent régulièrement les collectivités, les fondations ou les entreprises. Furetez sur le web et prenez le temps d'éplucher quelques magazines étudiants qui relaient parfois les appels à projets.

✦ *N'hésitez pas à vous servir également de l'annuaire des appels à projets du site d'Animafac, disponible dans la rubrique «Boîte à outils».*

QUELQUES CONSEILS DE MÉTHODE

Quel que soit l'organisme que vous sollicitez, vous devez lui présenter un projet

sérieux, solide et clair dans ses objectifs. Comme un entretien d'embauche, un entretien avec un bailleur potentiel se prépare. Sachez construire une stratégie de contact :

✓ *Prenez le temps de vous renseigner sur les différents interlocuteurs auxquels vous pouvez vous adresser.* Quelles sont leurs spécificités ? Quels projets ont-ils soutenus par le passé ? Adaptez votre dossier en fonction, jusqu'aux termes employés. Si vous recherchez un sponsor, parlez-lui du « retour d'image » que son soutien à votre association pourrait lui apporter, plutôt que de « l'intérêt général » de votre projet.

✓ *Repérez au sein de chaque structure des interlocuteurs précis.* Pour un projet de ciné-club, vous privilégiez le responsable du service culturel plutôt que le maire ou le président du Conseil général.

✓ *Commencez par solliciter les financeurs les plus à même de soutenir*



© Sami Glienero

vosre projet. Leur soutien pourra convaincre d'autres bailleurs de vous suivre.

✓ **Attention aux délais !** Les procédures de décision pour les attributions d'aides financières peuvent être longues, et il n'y a dans certains cas qu'une seule réunion par an d'examen des demandes. Aussi, calquez bien votre calendrier.

Enfin, restez patients : obtenir des financements peut être long. Frappez à toutes les portes et restez déterminés.

APRÈS L'OBTENTION DES FINANCEMENTS

✓ *Gérer son budget*

Un maître mot : l'anticipation. Soignez particulièrement **vosre plan de trésorerie, qui permet de prévoir l'ensemble des recettes et dépenses sur l'année à venir.** Mois par mois, enregistrez les dépenses et recettes prévues ou probables pour faire apparaître un solde mensuel. Vous saurez ainsi si vous avez de quoi payer vos factures en fonction de leur date d'échéance et de vos rentrées financières. Exemple typique : vous avez obtenu une subvention mais celle-ci ne vous sera versée que dans cinq mois. Anticiper ce problème de trésorerie vous permettra de négocier en amont avec



©Bernhard Frei

vosre banque une autorisation de découvert ou, dans ce cas précis, une avance sur subventions.

✚ *Exemple de plan de trésorerie en annexe p.47*

✓ *Le suivi des relations avec les partenaires*

Le but du jeu n'est pas de se faire oublier une fois les financements obtenus. D'ailleurs, sachez que certains partenaires pointilleux peuvent conditionner le versement d'une partie de la subvention à la production de factures. Aussi, prenez les devants et **associez au maximum vos partenaires.** Ne vous contentez pas de faire apparaître leur logo sur vos documents de communication : informez les de vos activités, invitez-les aux événements que vous organisez, envoyez leur un bilan. Cela jouera en votre faveur au moment de la préparation du budget de l'année suivante... ■

Communiquer



La communication n'est pas toujours une démarche naturelle pour une association. Développée en interne, elle est pourtant le gage de la cohésion de ses membres ; en externe, elle est un moyen de se faire connaître et de développer son activité.

COMMUNICATION INTERNE

Le premier effort de communication doit d'abord être destiné aux membres de l'association. Ces derniers ne doivent cependant pas être de simples réceptacles de l'information. Il n'y a rien de plus frustrant que d'être mis devant le fait accompli ou de ne pas comprendre certains arbitrages. Tous doivent pouvoir s'exprimer et se retrouver dans les décisions qui sont prises. La communication consiste donc aussi dans l'art d'animer une équipe. Un seul maître mot : le partage.

✓ Des réunions réussies

Animer une réunion est un exercice difficile. Mal préparée, elle peut susciter l'assoupissement général ou virer au pugilat. Aussi, l'ordre du jour et tout document utile doivent-ils être diffusés en amont aux participants. Pendant la réunion, *l'animateur doit susciter les*

débats en veillant à ce que chacun puisse s'exprimer, à éviter les dispersément et à favoriser la prise de décision.

Pour cela, deux choix sont possibles : faire voter les participants ou décider en dernier ressort.

Sachez conclure ! Une bonne réunion ne doit pas durer plus de deux heures. Au-delà, plus rien de positif ne sort. À l'issue de la réunion, n'oubliez pas d'en faire un compte-rendu écrit. Il permettra de s'assurer que tous les participants se sont bien compris et d'informer les autres membres de l'équipe.

✓ Fédérer les énergies autour du projet

Le bon fonctionnement d'une association repose d'abord sur la bonne entente entre ses membres. Pour créer une cohésion au sein de l'équipe, apprenez à vous connaître. Quelles sont les motivations, les disponibilités et les compétences de chacun ? Au-delà des rendez-vous incontournables que constituent les assemblées générales et les conseils d'administration, sachez profiter de tous les instants pour créer du lien (rencontres informelles, pot d'accueil des nouveaux adhérents, etc.)

Animer une équipe, c'est aussi responsabiliser les bénévoles : répartir les tâches (y compris les plus gratifiantes !) est le meilleur moyen d'évi-

ter les frustrations et les conflits. Sachez déléguer, remercier et valoriser le travail réalisé. Votre projet en sera le premier bénéficiaire.

📌 *Pour en savoir plus, consultez la fiche pratique n°7 « Animer une association ».*

COMMUNICATION EXTERNE

✓ *Trouver son public*

Avant d'inonder tous les lieux publics de tracts et d'affiches, réfléchissez à votre cible. Quelle zone géographique ? Quelle catégorie de personnes ? Concentrez votre action sur les lieux stratégiques pour atteindre le public visé : universités et bars pour les étudiants ; sortie de cinéma pour les cinéphiles, etc. Vous ferez des économies et votre action aura plus d'impact. N'hésitez pas non plus à utiliser vos réseaux via une mailing list.

✓ *Se faire entendre par les médias*

Profitez de chaque occasion pour faire parler de vous dans les médias. Au-delà du public que vous cherchez à atteindre, vos manifestations médiatiques seront aux yeux de vos partenaires la preuve de votre crédibilité. Ne visez pas forcé-

ment à toucher les médias nationaux ou généralistes ; les médias locaux ou spécialisés, plus accessibles, seront de bien meilleurs porte-paroles : journaux municipaux, services de la vie étudiante des universités, ou encore les nombreuses Radios Campus qui réalisent des chroniques sur les initiatives étudiantes. Manifestez-vous !

Pour contacter les médias, soyez méthodiques : **créez votre propre fichier presse**. Recensez l'ensemble des médias qui peuvent s'intéresser à vos actions pour des raisons géographiques (presse locale) ou d'affinités thématiques ; repérez les noms des journalistes concernés par votre domaine d'activité. Notez toutes ces informations dans un fichier informatique, en mentionnant les contacts que vous avez pu avoir avec un journaliste (date d'envoi

BON PLAN

Ne négligez pas votre charte graphique : un nom, des couleurs, un logo inspirés doivent vous permettre de vous identifier rapidement. Si vous n'avez pas la chance de compter des graphistes parmi vos connaissances, pensez aux étudiants en arts appliqués qui, à des prix très raisonnables, vous fourniront un travail de haut niveau.

d'un communiqué, articles parus sur votre asso, etc.). Cela vous donnera des repères et vous permettra de construire des relations fiables avec lui.

🔗 *Pour en savoir plus, consultez la fiche pratique n°25 « Construire son fichier presse ».*

Très sollicités, **les journalistes ne sont pas là pour faire votre publicité gratuitement. Il faut les intéresser.** Une résonance avec l'actualité peut être un bon point d'accroche. Tous les documents et informations que vous leur envoyez doivent aller à l'essentiel.

Ce n'est pas parce que vous utiliserez du papier glacé qu'un journaliste décidera de reprendre les informations contenues dans votre communiqué de presse. Un communiqué doit être concis (une page recto maximum) et

répondre aux questions : Qui ? Quoi ? Quand ? Où ? Pourquoi ? Pour retenir l'attention, soignez le titre.

Attention aux délais : un communiqué est envoyé quinze à huit jours avant le lancement du projet. Dans tous les cas, votre envoi peut être suivi d'un coup de téléphone pour « s'assurer de sa bonne réception » et tenter de mesurer l'intérêt qui lui est porté.

MEDIASIG

Le Mediasig recense toutes les coordonnées des organes de presse et des membres de la rédaction. Mis à jour tous les ans, vous pouvez le commander à la documentation française sur www.ladocumentationfrancaise.fr/mediasig/index.shtml. Coût : 45 €



© Stasi Albert



N'hésitez pas à relancer quelques jours avant le jour J.

📖 *Pour en savoir plus, consultez la fiche pratique n°12 « Communiquer sur son événement auprès des médias et du public ».*

✓ *Sur le web*

Le web est devenu incontournable pour se faire connaître. Vous pouvez ainsi commencer par inscrire votre association sur des annuaires en ligne, à l'instar de celui d'Animafac.

Mais vous pouvez aussi créer votre propre outil de communication, à condition de savoir précisément ce que vous voulez en faire et à qui il

s'adresse. Internet offre en effet toutes les options : outil de travail collaboratif pour l'équipe, vitrine pour vos partenaires etc.

✓ *Blog ou site Internet ?*

Autre question à trancher : faut-il opter pour un blog ou un site Internet ? Chacune de ces solutions a ses avantages et ses inconvénients. À vous de voir celle qui vous convient le mieux, en fonction de vos possibilités et de vos priorités. La création de blog ne nécessite aucune connaissance informatique, ce qui veut dire qu'une fois créé, chaque membre de l'association peut l'utiliser facilement. Vous aurez ensuite pour principal défi d'intégrer et de profiter du vaste réseau de la « blogosphère ».

Pour vous faire connaître et reconnaître, soyez actifs sur votre blog (mise à jour régulière) mais aussi sur celui des autres (postez des commentaires). Petit à petit, vous verrez que d'autres blogs pointeront vers le vôtre. Un conseil : ne sous-estimez pas le temps que cela requiert !

Principal inconvénient des blogs : leur arborescence souvent très basique. Si vous souhaitez privilégier l'esthétique et une présentation exhaustive de votre association et de ses activités, il vaut donc mieux opter pour le site Internet. Peut-être aurez-vous la chance de trouver, dans le vivier de vos adhérents, un passionné de programmation web qui sera heureux de travailler sur un projet valorisant ?

Attention cependant : ne vous reposez pas sur une seule personne, qui peut se désengager de l'association à tout moment. Une fois le site programmé, il est important de former plusieurs adhérents pour qu'ils sachent comment alimenter le site de manière autonome.

📌 *Pour en savoir plus, consultez les fiches pratiques d'Animafac n°24 « Faire connaître son asso sur Internet », n° 13 « Créer un blog pour son association » et n° 31 « Optimiser son site web ».*

✓ Une adresse et un hébergeur

Vous avez opté pour un blog ? Votre site est réalisé et n'attend plus que sa publication ? De nombreuses sociétés assurent l'hébergement de sites ou de blogs. Des comparatifs existent pour vous aider à trouver l'hébergeur qui vous satisfera le mieux. Un conseil : réaliser des tests sur plusieurs plateformes avant de vous décider.

📌 *Pour en savoir plus sur les blogs, vous pouvez aller faire un tour sur <http://blog.nicolargo.com/2007/05/pourquoaicomment-creeer-son-blog.html>*

Ensuite, c'est à vous de jouer ! Mettez régulièrement à jour votre site et/ou blog et soignez-en le contenu pour donner envie aux internautes de revenir et de faire votre promotion. ■

RÉUSSIR SON RÉFÉRENCIEMENT

Il ne sert à rien d'avoir un superbe site si personne ne sait qu'il existe. Le site www.webrankinfo.com/dossiers/conseils propose quelques astuces pour réussir votre référencement auprès des moteurs de recherche.

L'heure du bilan



Credit photo : Meinhardt Branig / jouthphotos.eu

Après la conception puis la mise en œuvre du projet, voici venu le temps du bilan. Les objectifs ont-ils été atteints ? Qu'est-ce qui a marché ? Quelles ont été les difficultés rencontrées ? L'évaluation revêt une importance particulière à plusieurs titres.

Au niveau interne, ce travail de vérité sur les points forts et les faiblesses d'un projet doit permettre à l'équipe d'améliorer son fonctionnement et donc ses futurs résultats.

Vous pouvez aussi **utiliser votre bilan auprès de vos partenaires**. Communiquez une synthèse de l'évaluation aux participants du projet pour les remercier et... préparer la suite : un rapport d'activité bien ficelé et aux résultats probants est un atout dans la recherche de financements, qu'il vous faudra renouveler chaque année. En fonction de la dimension du projet, n'hésitez pas non plus à contacter la presse.

PRÉPARER VOTRE SUCCESSION

Vous pensez avoir surmonté tous les obstacles pour concrétiser votre projet, obtenir des financements, vous faire connaître ? Reste encore ce qui est sans doute le plus difficile pour toute association étudiante : assurer sa pérennité. Parce qu'une association doit survivre au renouvellement de

son bureau, anticipez très tôt votre départ. Les associations se créent souvent autour d'un groupe d'amis. Attention cependant à ne pas vous enfermer dans une tour d'ivoire ! La pérennité de votre association dépendra de votre capacité à recruter régulièrement de nouveaux membres, et surtout à les impliquer dans la vie du groupe. Autrement, votre association risque de prendre fin en même temps que votre statut d'étudiant. Quelques conseils :

✓ **Instaurez une dynamique de recrutement et d'accueil des nouveaux adhérents** tout au long de votre mandat (participation au forum des associations, mise en place de stands lors d'événements, campagnes d'affichage...).

✓ **Repérez parmi vos adhérents, ceux qui, par leurs qualités et leur motivation, peuvent vous succéder**. N'hésitez pas à les solliciter !

✓ **Facilitez la reprise en main de l'association par un archivage clair** des pièces importantes liées à la vie de l'association (éléments de trésorerie, rapports d'activité...)

✓ **Rencontrez votre successeur pour lui faire part de votre expérience** et répondre à ses interrogations. Une fois la passation effective, restez disponible, sans être envahissant !

📖 *Pour en savoir plus, consultez la fiche pratique n°26 : « Passer le relais ».* ■

Ressources

Credit photo : Anni Kaartinen / youthphotos.eu



ACCUEIL DES ÉTUDIANTS INTERNATIONAUX

CampusFrance

www.campusfrance.org

Agence nationale pour la promotion de l'enseignement supérieur français à l'étranger, CampusFrance a pour but de promouvoir les formations supérieures françaises dans le monde. L'Agence vise à offrir aux étudiants étrangers un parcours de réussite dans l'accès aux études supérieures en France, de la première information jusqu'au séjour sur notre territoire et au retour dans le pays d'origine.

CNOUS

www.cnous.fr

Placé sous la tutelle du ministère de l'Enseignement supérieur et de la recherche, le Centre national des œuvres universitaires et scolaires pilote le réseau des CROUS. Son objectif est de donner à tous les étudiants les mêmes chances d'accès et de réussite dans l'enseignement supérieur en accompagnant leur vie quotidienne.

Erasmus Student Network (ESN)

www.ixesn.fr

Premier réseau de mobilité étudiante en Europe, l'ESN est une association

étudiante internationale forte de plus de 300 associations locales. L'ESN France représente, coordonne et soutient les actions des sections françaises. Elle améliore le séjour des étudiants étrangers, les accompagne dans leurs démarches administratives et organise de nombreux événements interculturels.

ACTION CULTURELLE

COFAC

www.cofac.asso.fr

Organisation interdisciplinaire qui permet aux acteurs associatifs d'agir de manière concertée sur la place des associations, des amateurs et des bénévoles dans la co-construction des politiques culturelles.

ARTS PLASTIQUES

Centre National des Arts Plastiques

www.cnap.fr

Le CNAP a pour mission de soutenir et promouvoir la création contemporaine dans tous les domaines liés aux arts visuels - peinture, sculpture, photographie, installation, vidéo, multimédia, design, etc. Retrouvez en ligne un annuaire commenté des principales structures de l'art contemporain.

CINÉMA

Centre National de la Cinématographie

www.cnc.fr

Le CNC contribue au financement du court métrage sous des formes diverses aux différents stades de l'écriture, de la production, de la promotion et de la diffusion des films courts.

MUSIQUE

IRMA

www.irma.asso.fr

Centre d'information et de ressources pour les musiques actuelles, l'Irma propose une base de données en ligne et de nombreuses fiches pratiques (différents statuts, subventions, dispositifs d'aide, tarifs...).

Médiathèque de la Cité de la musique

www.mediatheque.cite-musique.fr

La médiathèque réunit une bibliothèque musicale, un service d'informations musicales, la documentation du Musée de la musique et le patrimoine audiovisuel de la Cité de la musique. Un site incontournable.

SPECTACLE VIVANT

Centre national de la danse

www.cnd.fr

Lieu d'information et de formation à Pantin, vous pouvez retrouver des ressources en ligne sur l'éducation artistique et culturelle (monter un projet en milieu scolaire).

Centre national du théâtre

www.cnt.asso.fr

Centre d'information et de documentation sur le théâtre. Base de données des lieux de création et de diffusion en ligne et permanence juridique téléphonique.



Fédération nationale des compagnies de théâtre amateur et d'animation (FNCTA)

www.fncta.fr

Seule fédération entièrement dédiée au théâtre amateur, la FNCTA anime notamment un réseau de relais jeunes présents dans chaque région et chargés de favoriser le développement de troupes de jeunes comédiens amateurs.

Hors les murs

www.horslesmurs.fr

Centre de ressources pour le développement des arts de la rue et des arts du cirque, l'association dispose de nombreuses ressources en ligne : base de données contacts, fiches pratiques.... Elle propose également un fonds documentaire complet.

CITOYENNETE

CIDEM

www.cidem.org

Civisme et Démocratie est un collectif d'associations qui souhaite promouvoir l'éducation à la citoyenneté. Le site Internet du CIDEM propose des ressources sur les notions de civisme et de citoyenneté, des dossiers, des informations concrètes.

Unis-Cité

www.uniscite.fr

Unis-cité propose aux jeunes de 18 à 25 ans d'effectuer un service civil volontaire de 6 ou 9 mois au service des acteurs de l'intérêt général sur le territoire français. Vous bénéficierez en outre d'un accompagnement pour construire votre projet professionnel.

ENVIRONNEMENT

Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie (ADEME)

www.ademe.fr

L'ADEME participe à la mise en œuvre des politiques publiques dans les domaines de l'environnement, de l'énergie et du développement durable. Les délégations régionales de l'ADEME peuvent mettre à votre disposition un panel d'outils de sensibilisation : guides, expositions, jeux...

Réseau français des étudiants pour le développement durable (REFEDD)

www.refedd.org

Le REFEDD est une structure nationale de coordination et de promotion des initiatives étudiantes pour le développement durable et de représentation de la voix étudiante française sur ces thématiques.



obtenir des informations pratiques, vous impliquer dans des programmes européens, organiser des animations... Contactez les !

Forum européen de la jeunesse

www.youthforum.org

Il rassemble les comités et conseils nationaux de la jeunesse ainsi que des organisations internationales représentant et défendant les intérêts des jeunes auprès des institutions européennes. Cette structure vous sera utile pour trouver des partenaires à l'échelon européen.

EUROPE

Eurodesk

www.eurodesk.org

Ce réseau européen regroupe des centres d'information sur l'Europe destinés aux jeunes et à ceux qui travaillent auprès des jeunes. Les partenaires Eurodesk proposent plusieurs services destinés à faciliter l'accès aux informations sur l'Europe : conseils personnalisés, documentations sur les programmes européens, publications...

Fédération française des maisons de l'Europe

www.maisons-europe.eu

Vous souhaitez connaître l'Europe,

Parlement européen des jeunes - France

www.pejfrance.org

Le PEJ s'est donné pour mission de sensibiliser les jeunes à la citoyenneté européenne. Pour cela, de nombreux comités régionaux composé de jeunes se mobilisent tout au long de l'année et organisent notamment plusieurs temps de rencontres (forums, conférences-débat...).

Toute l'Europe

www.touteleurope.eu

Un portail d'information sur les questions européennes, idéal pour tout savoir sur les instances de l'UE, connaître les différents États membres, comprendre son fonctionnement et son histoire.

INSERTION PROFESSIONNELLE/ ENTREPRENEURIAT

Agence pour la création d'entreprise

www.apce.com

Le site de référence pour tout savoir sur la création d'entreprise. Retrouvez le dossier en ligne « Créer quand on est jeune », consacré aux jeunes entrepreneurs : enjeux et réalités, témoignages, dispositifs d'aide, réseaux d'accompagnement... Très clair et complet.

AIESEC

www.aiesecfrance.org

Avec plus de 60 ans d'existence et 35 000 membres, l'association se définit comme une plateforme internationale visant à permettre aux jeunes de découvrir et de développer leur potentiel. Elle les aide notamment à partir en stage à l'international.

Association des clubs d'entrepreneurs étudiants au Québec (ACEE)

www.acee.qc.ca

Si vous souhaitez sensibiliser les jeunes à l'entrepreneuriat, plusieurs outils sont proposés aux membres du réseau pour créer leur club d'entrepreneurs : guide pratique, infos-clubs, communauté virtuelle...



Confédération nationale des juniors entreprises

www.junior-entreprises.com

Promeut le label « Junior Entreprise » qui permet aux étudiants de réaliser des études pour des entreprises, comme dans un cabinet de conseil.

LUTTE CONTRE LES DISCRIMINATIONS ET LES INEGALITES

Agence nationale pour la cohésion sociale et l'égalité des chances (Acsé)

www.lacse.fr

L'Acsé contribue à mettre en place et soutenir des actions en faveur des personnes rencontrant des difficultés d'insertion sociale ou professionnelle.

Elle intervient principalement dans les domaines de l'intégration, de la lutte contre les discriminations et de la prévention de la délinquance.

Le Défenseur des droits

www.halde.fr

Le Défenseur des droits est une autorité constitutionnelle indépendante qui veille au respect des droits et libertés par toute personne, publique ou privée. Elle est notamment chargée de lutter contre les discriminations et de promouvoir l'égalité..

SOLIDARITÉ INTERNATIONALE

CLONG-Volontariat

www.clong-volontariat.org

Pour tout savoir sur le Volontariat de



© Alessandro Bollino

Solidarité Internationale (VSI) et sur les autres volontariats : chantiers de bénévoles internationaux, Service Volontaire Européen (SVE), Volontariat International en Administration ou en Entreprise (VIA/VIE).

Coordination SUD

www.coordinationsud.org

Coordination SUD regroupe les cent principales ONG françaises d'aide au développement et d'action humanitaire. Lieu d'échange d'informations, Coordination SUD organise la concertation entre les ONG et les pouvoirs publics. Le site est une mine d'informations.

Étudiants et développement

www.etudiantsetdeveloppement.org

Réseau d'associations étudiantes de solidarité internationale, E&D propose des formations, des outils pratiques et organise des commissions d'appui aux projets, qui permettent de bénéficier de conseils personnalisés.

RITIMO

www.ritimo.org

Réseau de centres de documentation et d'information pour le développement et la solidarité internationale. 70 lieux ouverts au public, où vous trouverez un fond documentaire et des conseils pour vos projets. Ritimo publie chaque

année l'annuaire des acteurs de la solidarité internationale et une collection de guides pratiques sur le tourisme solidaire, le don, le volontariat...

Solidarité laïque

www.solidarite-laique.asso.fr

Association humanitaire de solidarité internationale reconnue d'utilité publique. Retrouvez sur le site Internet un espace «Eduquer à la solidarité» dédié à tous les acteurs de l'éducation qui veulent sensibiliser aux thématiques du développement et des relations Nord-Sud.

SOLIDARITÉ DE PROXIMITÉ

Association de la fondation des étudiants pour la ville (AFEV)

www.afev.org

L'AFEV peut vous renseigner sur ce qui concerne l'accompagnement scolaire et l'action de solidarité dans la ville.

Croix-Rouge

www.croix-rouge.fr

Fondé en 1864, cet organisme humanitaire intervient dans de nombreux domaines de la lutte contre les précarités, ainsi que dans le secourisme, la solidarité, la santé...

GENEPI

www.genepi.fr

Le GENEPI est une association rassemblant 1300 étudiants bénévoles qui interviennent chaque semaine dans les lieux de détention. L'association mène une réflexion sur la prison et sur la justice. Elle communique sur le sujet dans le cadre de l'information et de la sensibilisation du public à la réinsertion des personnes incarcérées et aux thématiques carcérales.

Secours catholique

www.secours-catholique.asso.fr

Service d'Eglise, le Secours Catholique lutte contre toutes les formes de pauvreté et d'exclusion et cherche à promouvoir la justice sociale.

Secours populaire français

www.secourspopulaire.fr

Créé en 1995, le SPF concentre ses actions sur les problèmes d'exclusion de l'enfance et des familles défavorisées.

PRÉVENTION DES RISQUES, SANTÉ

CRIPS

www.lecrips.net

Le réseau Crips est un réseau national de compétences pour le traitement de l'information et de la documenta-



tion sur le VIH/sida, les hépatites, les usages de drogues et les conduites à risque des jeunes. Il a pour objectif d'aider à l'élaboration de outils adaptés en matière de prévention et à la mise en œuvre d'actions efficaces.

Institut national de prévention et d'éducation pour la santé

www.inpes.sante.fr

Cet établissement public a pour mission d'aider la population à adopter des comportements favorables à la santé. Il met en œuvre des programmes nationaux de prévention et de communication et propose de nombreuses ressources utiles.

Prévention routière

www.preventionroutiere.asso.fr

Avec ses 130 000 adhérents et donateurs, l'association Prévention routière

conduit ses actions dans les domaines de l'éducation routière des enfants et adolescents. Elle intervient régulièrement auprès des pouvoirs publics pour faire des propositions visant à améliorer la sécurité routière.

Service inter-universitaires de médecine préventive (SIUMPS)

Présentes dans chaque université française, les équipes de médecine préventive sont à disposition des étudiants et des élèves de l'enseignement supérieur et les oriente dans leur démarche en matière de santé et de prévention des risques.

📌 *Retrouvez les coordonnées de votre médecine préventive sur le site de votre université.*



MÉDIAS

European Youth Press

www.youthpress.org

Réseau européenne des associations de médias réalisés par les jeunes, Youth Press souhaite favoriser les échanges et la coopération entre les structures et leurs adhérents. Le réseau a également pour objectif d'assurer la promotion de la presse jeune au niveau européen.

Jets d'encre

www.jetsdencre.asso.fr

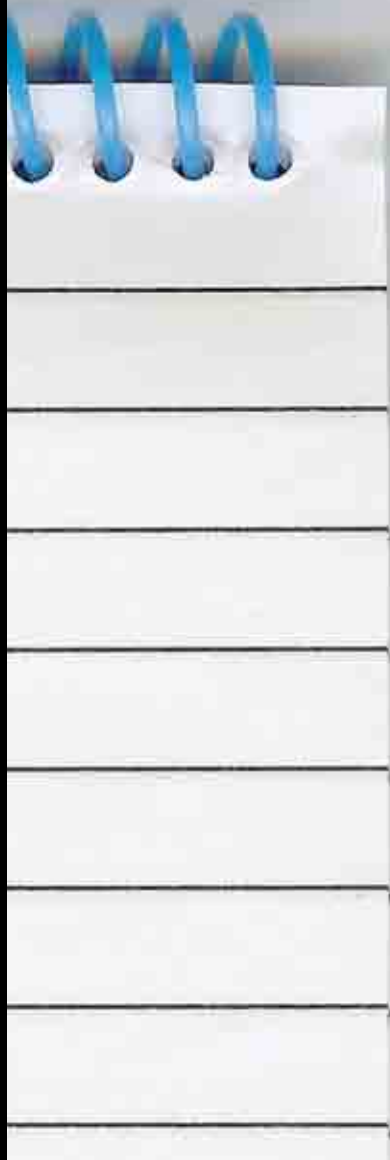
Association pour la promotion et la défense de la presse d'initiative jeune, Jets d'encre se fixe pour objectif de fédérer, de valoriser, de développer et de défendre les expériences de presse écrite réalisées par les jeunes, qu'elles aient pour origine le cadre scolaire (collège, lycée) ou non.

Radio Campus France

www.radio-campus.org

Fédération des radios campus du territoire, Radio Campus France est un acteur incontournable si vous voulez créer une radio étudiante. Cette structure vous sera également très utile si vous souhaitez faire médiatiser votre projet.

Annexes



EXEMPLE - PLAN DE TRÉSORERIE

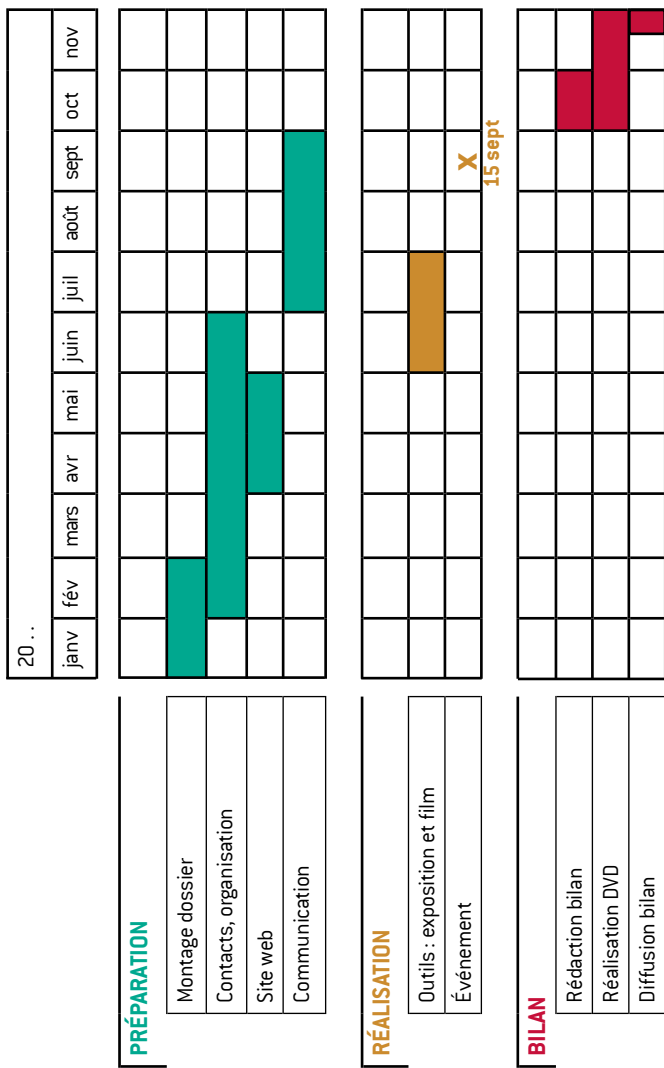
20..						
janvier	février	mars	avril	mai	juin	juillet
						...

ENCAISSEMENTS (1)	100	0	200	100	3500	2300	1000
Produit des activités annexes	100		200	100		300	
Subventions					3500	2000	1000

DECAISSEMENTS (2)	1000	300	700	1000	4150	200	100
Achat de matériel		200		1000	2000		
Déplacement	1000	100	200		150	200	100
Publicité (impression...)			500		2000		

SOLDE							
Solde du mois (1)-(2)=(3)	- 900	- 300	- 500	- 900	- 650	2100	900
Solde de trésorerie début de mois (4)	1000	100	- 200	- 700	- 1600	- 2250	- 150
Solde de trésorerie fin de mois (3)+(4)	100	- 200	- 700	- 1600	- 2250	- 150	750

EXEMPLE - PLANNING PRÉVISIONNEL DU PROJET X



EXEMPLE - BUDGET PRÉVISIONNEL DU PROJET X

CHARGES		PRODUITS	
ACHATS	3000	RESSOURCES PROPRES	1636
- Prestations de services		- Prestation de services	536
- Achat de fournitures	3000	- Vente de produits	1000
SERVICES EXTÉRIEURS	5500	SUVBENTIONS DEMANDÉES	12464
- Locations (amplis, spots...)	5000	- Région IDF	3000
- Entretien		- Mairie de Paris	4000
- Assurances	500	- FSDIE Paris 7	4000
		- ASP (emplois aidés)	1464
AUTRES SERVICES EXTÉRIEURS	7000	MÉCÉNAT, SPONSORING	5500
- Honoraires		- Fondation X	3000
- Publicité, publications	2000	- Entreprise X	2500
- Déplacement, réceptions	5000		
CHARGES DE PERSONNEL	4000		
- Salaires et charges*	3000		
FRAIS GÉNÉRAUX	1000		
- Electricité, téléphone...	1000		
AIDE EN NATURE	4500	AIDE EN NATURE	4500
- Mise à disposition de biens (prêt de salle)	3000	- Prestation en nature (salle)	3000
- Personnel bénévole	1500	- Bénévolat	1500
TOTAL DES CHARGES	24000	TOTAL DES PRODUITS	24000

* 1 mois de salaire

D'un point de vue formel, le budget comprend une colonne recettes et une colonne dépenses. Elles doivent être égales. Distinguez bien les aides en nature (par exemple, la mise à disposition d'un local) des aides purement financières. Certains chiffres peuvent se permettre de manquer de précision pour laisser une place aux impondérables. En revanche, un budget bancal et oublié peut nuire gravement à l'appréciation de l'ensemble du dossier.

NOTES

Ce guide fait partie d'une collection à l'attention des porteurs de projets étudiants. Ont déjà été publiés :

Agir pour l'insertion professionnelle

**Associations engagées : l'art au service d'une cause
organiser un festival culturel**

**Associations responsables : comment réduire les risques lors
d'événements festifs ?**

**Associations durables : comment éco-responsabiliser ses
pratiques associatives ?**

Agir pour l'environnement

Agir pour le commerce équitable

L'accueil des étudiants étrangers

L'économie sociale à portée de main

DONNER CORPS À UNE IDÉE (4ème édition) - Juillet 2011

Directeur de publication : Fransez Poisson **Rédaction :** Coline Vanneroy

Conception graphique : www.passemoillesel.com

PAO et iconographie : Marie Picard, Leslie Huet

Imprimé par Imprimerie Baudelaire, 1 ter rue Charles Baudelaire, 75012 Paris

23, rue Dagorno - 75012 Paris
Tel. 01 42 22 15 15 - Fax 01 42 22 53 15
info@animafac.net
www.animafac.net

GUIDE DU PORTEUR DE PROJET

Édité par Animafac, le présent guide se veut, comme toute la collection des guides pratiques d'Animafac, un outil d'aide à l'engagement étudiant.

Porteur de projet, passionné de musique ou de théâtre, sensible au développement durable ou engagé dans des actions citoyennes, seul ou à plusieurs, ce guide est fait pour vous. Vous y trouverez toutes les infos utiles pour démarrer et concrétiser votre projet.

Des conseils pour chacune des étapes de votre projet vous seront proposés ainsi que de nombreuses ressources. Vous n'aurez plus de raisons de ne pas agir !

