

RÉALISER UN DOSSIER DE PRÉSENTATION



Le dossier de présentation, c'est la carte de visite de votre association. Au sens figuré bien sûr, car même résumé, le bilan de vos activités ne saurait tenir sur un bristol de cinq centimètres sur huit ! Il n'en reste pas moins que ces quelques pages vous permettront de vous introduire auprès de potentiels partenaires institutionnels et financiers. Disons-le autrement : pas de dossier de présentation, pas de financements. Pas de financements, pas de projets. Pas de projets, pas d'association. Si vous n'avez pas encore eu l'occasion de vous lancer dans ce périlleux exercice, cette fiche pratique est faite pour vous. Si vous en possédez un, mais que personne ne vous rappelle jamais, ces quelques lignes vous sont également destinées.

1. PREMIÈRE ÉTAPE : LA RÉDACTION

QUELQUES QUESTIONS PRÉLIMINAIRES...

Les projets de votre association, personne ne les connaît mieux que vous. En effet, combien de nuits avez-vous déjà passé à refaire le monde autour d'un verre avec vos amis ? Malheureusement, même si ces discussions forment votre motivation, les restituer telles quelles dans un dossier destiné à la Mairie ou à une entreprise n'a pas de sens.

Avant de réaliser votre dossier de présentation, prenez donc un temps avec les membres de l'association pour discuter de la manière dont vous souhaitez vous présenter et expliquer vos projets : quels points doivent être mis en exergue ? Quels arguments peuvent être avancés pour expliquer le bien-fondé de votre démarche ? À qui s'adresse votre dossier ?

LE PLAN DU DOSSIER

L'imagination, la fantaisie, l'originalité ou encore l'humour ont leur place dans un dossier de présentation... A condition de s'intégrer dans un plan clair et rigoureux, voire légèrement psychorigide, dont nous allons vous présenter les principaux éléments.

Attention cependant : « plan psychorigide » ne signifie pas « absence de souplesse ». Nous vous livrons ici quelques billes, mais le dossier unique et parfait n'existe pas. À vous d'adapter vos arguments à la sensibilité de votre interlocuteur. Vous ne vanterez pas les mêmes qualités selon que vous vous adressez à une collectivité territoriale ou à un magazine culturel.

✓ Une couverture

La couverture doit donner quelques informations essentielles : le nom de votre association et/ou projet, sa date et son lieu de réalisation. Elle doit également vous identifier visuellement : logo, photo, identité graphique de l'association, etc. Enfin, vous pouvez ajouter les logos de vos partenaires (après leur avoir demandé leur avis, bien entendu) et les prix ou labels que vous avez pu obtenir pour vos actions.

✓ Un sommaire

Un dossier de présentation sans sommaire, c'est un peu comme un film tchèque sans sous-titres : impossible à déchiffrer. Reprenez les grandes parties de votre plan et indiquez clairement le numéro de la page correspondante. Inutile cependant de faire apparaître les sous-sous-parties de vos sous-parties. Cela nuit à la lisibilité du sommaire.



✓ Une introduction

L'introduction doit expliquer synthétiquement votre projet, ses enjeux et la démarche de votre association, le tout en une page. Au risque de briser vos illusions, sachez que beaucoup de vos interlocuteurs arrêteront là leur lecture. Ce préliminaire doit donc répondre aux questions essentielles, les fameux 5W (who, what, when, where, why) auxquels on peut ajouter une sixième question qui, bien que ne commençant pas par W, n'en reste pas moins pertinente : how (traduction pour les non-anglophones : qui, quoi, quand, où, pourquoi et comment !).

✓ Une présentation détaillée de votre projet

Séduit par votre introduction, le futur partenaire potentiel a décidé de poursuivre sa lecture pour en savoir plus sur votre projet. C'est déjà bien. Pour achever de le convaincre, proposez :

Une analyse détaillée de l'opération prouvant que votre projet est viable et pertinent : présentation du territoire, moyens mis en œuvre, retour sur des projets similaires, etc. Votre interlocuteur doit avoir compris tout l'intérêt qu'il a à financer votre projet : c'est le seul moyen pour qu'il ne referme pas illico le dossier en arrivant sur la page qui suit...

Le budget prévisionnel. Un budget contient une colonne dépenses et une colonne recettes. Quoi qu'il arrive et en toutes circonstances, les totaux de ces deux colonnes doivent être égaux. Si ça n'est pas le cas, soit votre calcul est faux, soit votre projet est mal barré. Enfin, n'hésitez pas à booster votre budget et à demander un peu plus : les partenaires donnent généralement moins que ce que vous leur demandez.

Le calendrier prévisionnel, histoire de prouver que, oui, votre projet verra le jour.

Un plan de communication. Cette partie est très importante puisqu'elle permet à vos futurs partenaires de voir comment leur participation sera valorisée (dossier de presse, flyers et affiches portant leur logo, etc.). Si vous souhaitez faire financer un projet développé hors du territoire dudit partenaire

(action de solidarité internationale, par exemple), expliquez comment vous comptez en rendre compte après la réalisation du projet, sur le territoire du financeur : exposition, débat, etc.

✓ Une présentation de vos partenaires

Dire que d'autres vous ont fait confiance a toujours le don de motiver les foules, selon ce vieil adage qui veut que l'on ne prête qu'aux riches.

✓ Une présentation des porteurs du projet

De nombreux éléments concernant votre association, sa démarche et ses valeurs ont déjà été abordés dans l'introduction. Vous pouvez néanmoins profiter de cette partie pour enfoncer le clou et rappeler brièvement l'historique et l'objectif de votre structure. Même si un peu d'idéalisme ne fait pas de mal, évitez les arguments type « sauver l'humanité » (trop Miss Monde). Préférez des buts moins ambitieux, mais concrets et réalisables. Proposez également de (très) rapides portraits des principaux membres de l'équipe, histoire de personnaliser votre structure et de permettre à vos futurs partenaires d'identifier leurs contacts.

✓ Des annexes

Proposez des photos, des coupures de presses d'événements passés, des tableaux prévisionnels... Mais n'écrivez pas une encyclopédie sous prétexte de prouver que vous avez de la matière. Une annexe sert à apporter un éclairage sur un point du dossier : si ça n'est pas le cas, elle est inutile. Pour que le lecteur aille lire ces éléments complémentaires, prévoyez des renvois dans votre texte.

QUELQUES RECOMMANDATIONS STYLISTIQUES...

✓ L'orthographe

Un docier bourrés de faute d'orthographe peu s'avéré trait vites exaspèrent et difficile à lire. Lisez et relisez votre dossier, faites-le corriger par les membres de l'association, vos amis, votre famille et toute personne maîtrisant un tant soit peu les règles orthographiques et grammaticales. Lorsque votre dossier part à l'impression, vous devez être absolument certain qu'aucune coquille n'a pu échapper à votre vigilance... (oups !)

✓ Style et vocabulaire

Ne vous lancez pas dans de grands effets de style : préférez des phrases courtes et sobres, qui permettront au lecteur de ne pas s'arracher les cheveux par poignées en tentant de comprendre ce que vous avez voulu dire. Comme pour le contenu, tentez d'adapter votre style et votre ton aux codes du partenaire visé : allez faire un tour sur son site Internet, lisez ses documents de communication afin de vous imprégner de son vocabulaire. Une entreprise comme une collectivité vous écouteront plus facilement si vous parlez leur langue.

Enfin, souvenez-vous que si votre but est d'obtenir des sous, vous ne faites pas non plus l'aumône : inutile de supplier. Si votre projet est bien ficelé et vos arguments finement avancés, vous convaincrez sans avoir besoin d'apitoyer votre interlocuteur.



2. DEUXIÈME ÉTAPE : LA MISE EN FORME

De même qu'on ne rencontre pas un partenaire en espadrilles trouées, on n'adresse pas un dossier de présentation à la mise en forme peu soignée. L'aspect de ce document de communication forgera la première image que votre interlocuteur se fera de votre association.

LA PRÉSENTATION

✓ *Le choix de la police*

On distingue généralement les polices basiques, dont la principale qualité réside dans leur lisibilité, et les polices plus travaillées et originales qui véhiculent une identité, voire un message. Afin de ne pas entraver la lecture, le corps de votre texte doit impérativement être écrit dans une police basique : times, arial, helvetica, trebuchet... vous avez l'embarras du choix. Évitez tout de même le style « comi », trop enfantin, qui risque de nuire à votre crédibilité. Pour les grands titres, vous pouvez opter pour une police un peu plus originale : le site www.dafont.com propose des milliers de « fonts » (« polices ») gratuites et téléchargeables sur Mac comme sur PC. Privilégiez toujours la lisibilité à l'esthétisme et souvenez-vous que, du gothique au graffiti, le choix d'une police n'est pas anodin. Dernière règle, valable pour tout support de communication : jamais plus de trois polices (parties, titres et corps du texte) dans un même document.

✓ *La mise en page*

Rien de plus rébarbatif qu'une page tartinée de caractères dont la simple vision vous inspire une seule pensée : dormir. Pour que votre document soit clair et donne envie de s'y plonger, commencez par une règle simple : une partie = une page. L'intitulé de la partie doit être mis en valeur. Espacez bien les titres en sautant des lignes avant et après afin que le lecteur puisse repérer immédiatement votre plan. Faites des paragraphes et sautez des lignes entre chaque idée. Choisissez des interlignages aérés et laissez des marges conséquentes en haut, en bas et sur les côtés du document, sans oublier de justifier votre texte. Enfin, le corps de la police ne doit ni être trop petit (10 minimum), ni trop grand (12 maximum). Et si tout cela doit vous obliger à couper du texte, tant pis !

LE GRAPHISME

✓ *Créer votre identité visuelle*

Le bon dossier de présentation, c'est celui que l'on repère dans la pile, dont on se souvient et qu'on a envie d'ouvrir. À défaut d'être

un artiste dans l'âme, tâchez au moins de créer un univers visuel qui permette d'identifier votre association : une ou deux couleurs phares, une police de prédilection, un logo et quelques éléments graphiques qui permettront de « signer » la page.

Pour décliner cet univers graphique sur votre dossier de présentation, une règle à retenir : sobriété. Un dossier de présentation, nous ne le répèterons jamais assez, doit être lisible. La couverture doit révéler votre univers sans paraître surchargée.

DÉCOUVRIR LA PAO

Pour les profanes, PAO signifie « Publication assistée par ordinateur » et recouvre tout un tas de logiciels (soi-disant intuitifs) permettant de réaliser (soi-disant facilement) de magnifiques documents. Un certain nombre d'éditions libres de droits existent aujourd'hui sur le marché :

- The Gimp est l'équivalent de Photoshop : il vous permettra de travailler des images. www.gimpfr.org/news.php
- Inkscape est une version libre d'Illustrator, logiciel utilisé pour réaliser des logos et des éléments graphiques. <http://inkscape.org/?lang=fr>
- Scribus enfin, sert à mettre en page vos documents à l'instar d'Indesign ou Quark Xpress. www.scribus.net. Si la simplicité de l'outil ne vous paraît pas évidente, vous pouvez évidemment vous rabattre sur Word ou sa version Openoffice : moins d'options, mais quelques heures de prise de tête évitées !

✓ *Illustrer le tout*

Afin d'égayer votre dossier, n'hésitez pas à distiller ici et là quelques illustrations. Pour cela, le mieux est de piocher dans le stock de photos que vous avez très intelligemment pensé à archiver lors de vos précédents événements. Si vous avez omis de garder quelques traces de vos exploits passés, ou que votre association n'a pas encore réalisé d'événements (ce dont on ne saurait vous tenir rigueur), vous pouvez toujours ajouter des images « prétextes » (ainsi nommées car elles sont plutôt là pour faire joli que pour apporter une information) : les sites www.sxc.hu ou www.gettyimages.com proposent des photographies libres de droits. Le site www.youthmedia.eu recense les photos de jeunes artistes européens : gratuits, ces clichés sont sous label « creative commons », ce qui signifie que vous devez impérativement signaler le nom du photographe et que vous n'avez pas le droit d'en faire un usage commercial (la demande de subvention, rassurez-vous, n'est pas considérée comme tel).

LA FABRICATION

La fabrication comprend toutes les étapes qui vont permettre à votre dossier de présentation de passer de la mémoire de votre ordinateur à un document fin prêt à être envoyé à vos futurs partenaires.

✓ Version numérique

En bon écologiste (ou comptable économe) que vous êtes, vous souhaitez éviter la case «impression papier». C'est possible... à condition que votre fichier ne pèse pas dix mégas. Les formats texte (Word, OpenOffice) variant selon les parcs informatiques, adressez toujours un fichier PDF : les logiciels de PAO et OpenOffice permettent d'exporter directement vos fichiers en format PDF. Choisissez la définition la plus basse possible afin d'obtenir un document léger. Vérifiez bien que le résultat est lisible (c'est-à-dire non pixellisé) et qu'aucun élément n'a « sauté » : il arrive souvent que des polices mal téléchargées, des images ou des logos disparaissent dans la transformation.

✓ Version papier

Il peut être plus judicieux, parfois même incontournable, d'éditer une version papier. Dans ce cas, quelques règles sont à retenir :

Noir&blanc ou couleur ? La version couleur est souvent plus appréciée des lecteurs... Mais nettement moins de la comptabilité de l'association. Si possible, imprimez la couverture en couleur, vous obtiendrez ainsi l'effet désiré sans vous ruiner. Évitez par ailleurs d'imprimer en noir et blanc un document en couleur : vos grisés seront moins pleins et le rendu moins harmonieux.

Imprimeur ou imprimante ? À partir d'un certain nombre d'exemplaires (200 environ), faire appel à un imprimeur peut s'avérer très rentable. N'hésitez pas à demander différents devis afin d'obtenir le meilleur prix possible. Plusieurs éléments permettent de faire baisser la facture : la qualité et l'épaisseur du papier, le type de reliure... Un fichier PDF haute définition évitera par ailleurs les frais de calage.

La reliure. Pas question d'envoyer des feuilles mal agrafées ou tenant uniquement grâce à un trombone. Au minimum, posez une reliure en spirale : artisanale, certes, mais propre et efficace. Chez un imprimeur, la reliure la plus économique est la « piqûre », soit deux agrafes posées à la verticale au milieu du dossier. Si vous n'avez pas trop de pages, ce « façonnage » peut même être réalisé sur une simple imprimante d'entreprise.

3. TROISIÈME ÉTAPE : L'ENVOI DU DOSSIER

Ne nous arrêtons pas en si bon chemin. Il serait dommage qu'un beau dossier comme le vôtre reste dans les cartons. Voici donc quelques conseils pour démarcher vos futurs partenaires.

LA RECHERCHE DE STRUCTURES PARTENAIRES

Un dossier de présentation ne s'envoie pas au petit bonheur la chance, à des partenaires trouvés au hasard de vos pérégrinations dans les Pages Jaunes. Bien en amont, effectuez un travail de veille sur les sujets en rapport avec votre projet : quelles politiques publiques sont mises en place ? Qui s'intéresse à ces

questions ? Lorsque la presse parle de ces thématiques, qui intervient ? Toutes ces recherches vous permettront de repérer les institutions, entreprises ou encore fondations qui peuvent être intéressées. Soyez réactif, voire opportuniste : les journaux font leur Une sur le déclin de la politique culturelle de votre ville ? C'est le moment de proposer à votre Mairie de redorer son blason en finançant votre festival de théâtre ! Avant de solliciter une aide, renseignez-vous également sur les différents types de financements existants.

Les subventions sont accordées par des institutions publiques (ministères, collectivités, etc.) à des associations dont les projets correspondent à leur politique, dont vous trouverez le plus souvent les grandes lignes sur leur site Internet.

Les bourses et prix fonctionnent sur un système de concours, récompensant les meilleurs dossiers. Les dates sont généralement fixes. Afin de ne pas manquer ces rendez-vous fort lucratifs, pensez à consulter l'annuaire des appels à projet sur le site internet d'Animafac. Le site Studyrama, les Maisons des Etudiants et les services jeunesse des collectivités pourront également vous être d'un précieux secours.

Le sponsoring est une aide financière ou en nature accordée en contrepartie d'un retour d'image : on vous donne de l'argent, vous faites parler de ce généreux donateur.

Le mécénat est la version altruiste du sponsoring : le généreux donateur ne doit pas exiger de vous une quelconque contre-partie (même si, dans les faits, l'apposition du logo reste de rigueur).

LA RECHERCHE D'INTERLOCUTEURS

Une fois la structure identifiée, reste à savoir qui est le bon interlocuteur, la personne qui saura prendre soin de votre dossier. La plupart des entreprises proposant des financements disposent généralement d'un « chargé de partenariats ». Du côté des collectivités, tournez-vous dans la mesure du possible vers le service concerné (vie associative ou secteur concerné). Si ça n'est pas le cas (et même si ça l'est), n'hésitez pas à passer un coup de fil pour demander à parler à la personne adéquate : ce sera également l'occasion d'amorcer une première prise de contact.

Par ailleurs, la pureté de votre cause justifie que vous usiez de quelque roubardise, par exemple en allant faire un tour sur l'organigramme du partenaire et en repérant quelques affinités avec ses dignitaires : études similaires, passions partagées...

LA LETTRE D'ACCOMPAGNEMENT ET LA RELANCE

Un dossier s'accompagne toujours d'une lettre « résumé » d'une dizaine de lignes. En une page, vous devez expliquer la genèse du projet, présenter votre association et vos compétences pour mener cette opération, le contenu dudit projet et le montant de la somme que vous souhaitez obtenir. Enfin et surtout, proposez de rencontrer votre interlocuteur. Une dizaine de jours après l'envoi, relancez-le pour savoir s'il a bien reçu votre dossier, et lui proposer à nouveau une entrevue... Nous l'avons déjà dit, le dossier de présentation n'est jamais qu'une carte de visite permettant de vous introduire auprès de potentiels partenaires. C'est au cours d'une rencontre de visu que vous pourrez obtenir définitivement les financements que vous attendez.