



Rédiger une proposition de financement

PRESENTATION

Résumé

Cette boîte à outils se penche sur la planification et sur la recherche d'une proposition de financement avant de l'écrire ; comment rédiger la proposition ; et le suivi nécessaire une fois la proposition rédigée et envoyée. Nous vous donnons également un exemple de proposition de financement pour vous guider. Vous trouverez des conseils sur ce que vous devez savoir des donateurs, et ce que vous devez savoir de votre projet ou organisation avant de rédiger une proposition de financement. Vous trouverez également des directives sur ce que vous pouvez intégrer à votre proposition et comment la rédiger, ainsi que des références à d'autres boîtes à outils CIVICUS qui pourraient vous aider.

Pourquoi une boîte à outils ?

L'objet de la boîte à outils est de vous aider à produire des propositions de financement efficaces. Si vous l'utilisez seule, vous devriez être capable de produire une proposition de financement utile pour demander un soutien pour votre projet et pour votre organisation. Si vous l'utilisez avec d'autres boîtes à outils CIVICUS, tel que nous vous le recommandons, cela augmentera la capacité de votre organisation à planifier et à collecter des fonds de manière efficace.

A qui se destine cette boîte à outils ?

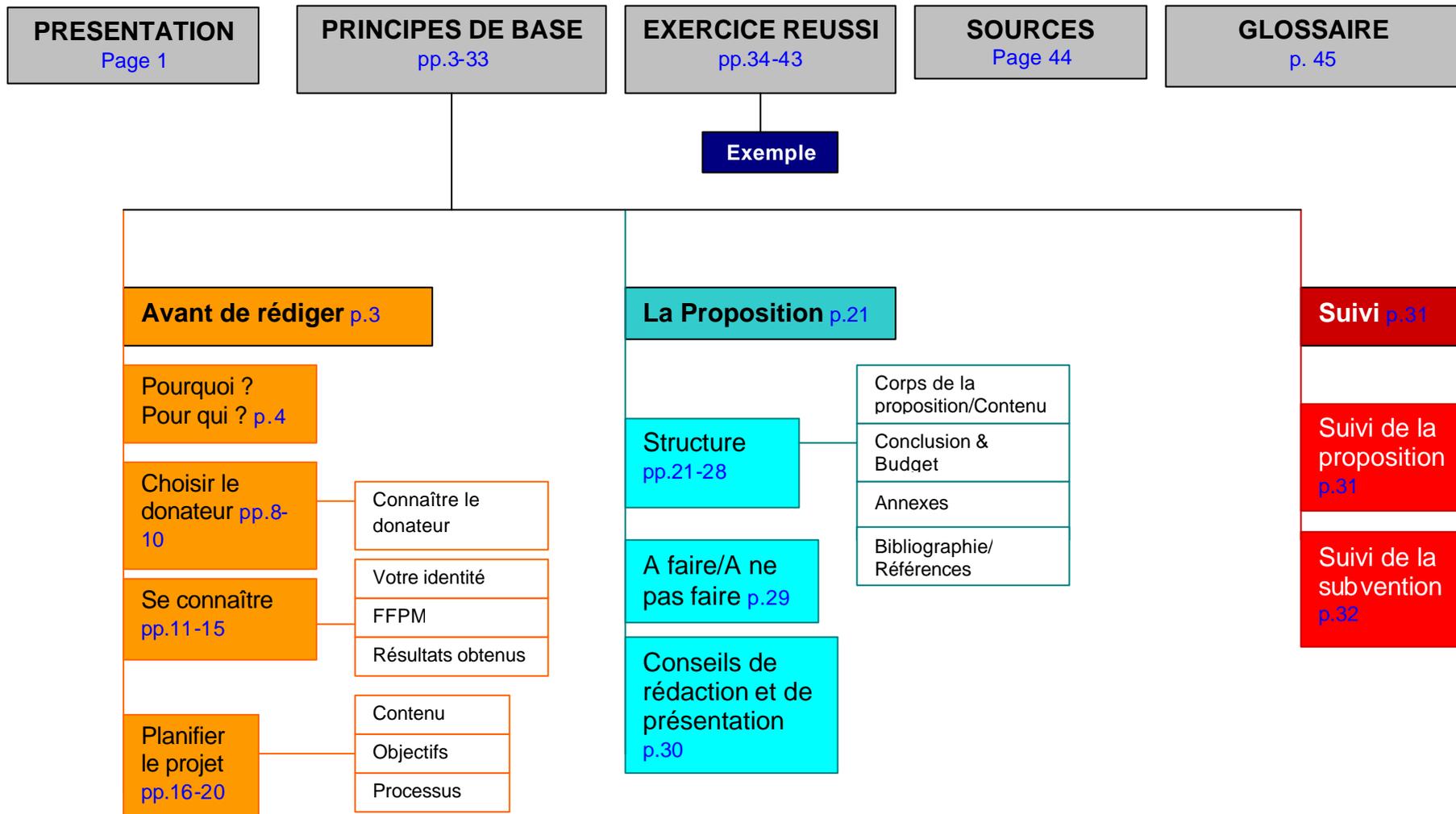
Cette boîte à outils est spécifiquement destinée à ceux qui ne se sentent pas assez confiants pour rédiger une proposition de financement et qui pourraient ne pas avoir une grande expérience dans ce domaine. Elle peut être utilisée par le directeur de projet ou par une équipe souhaitant augmenter la capacité de l'organisation pour collecter de l'argent. Souvent, les meilleures propositions de financement sont rédigées par de petites équipes. Même lorsqu'une proposition est rédigée par une seule personne, il ou elle doit demander l'avis des autres membres de l'équipe sur la proposition et réaliser les ajustements nécessaires en fonction des commentaires reçus.

A quel moment cette boîte à outils sera-t-elle utile ?

- ✍ Lorsque la stratégie financière de votre organisation consiste entre autres à collecter des fonds de donateurs (consulter la boîte à outils consacrée au Développement d'une Stratégie Financière).
- ✍ Lorsque vous avez une idée de projet nécessitant le financement d'un donateur.
- ✍ Lorsqu'un donateur vous demande de lui présenter une proposition de financement pour un projet.

Le plan de cette boîte à outils que vous trouverez à la page suivante vous aidera à vous repérer dans cette boîte à outils.

Rédiger une proposition de financement





Rédiger une proposition de financement

PRINCIPES DE BASE

Avant de rédiger

Le meilleur conseil que nous puissions vous donner est le suivant :

Ne commencez pas à rédiger une proposition de financement avant d'avoir réalisé les recherches, les réflexions et la planification nécessaires !

Pourquoi pensez-vous cela ?

La proposition de financement constitue la base de votre relation avec un donateur. Si le donateur s'aperçoit qu'elle est rédigée hâtivement, sans que vous y ayez correctement réfléchi et sans avoir planifié correctement, il se peut que cette relation soit de courte durée. Donnez plutôt l'impression, et cela doit être un fait, que vous travaillez de manière approfondie, prudente et que vous êtes dévoués à votre tâche, dès le début.

Dans ce chapitre, nous nous penchons sur les outils dont vous avez besoin avant de commencer à rédiger votre proposition.

Commencez à préparer au moins un mois à l'avance si possible avant de remettre une proposition de financement. Comme vous pourrez le voir, il y a beaucoup de choses à faire et vous aurez besoin de temps pour que ce soit fait correctement.

Avant de commencer à rédiger, vous devez :

- ✍ Etre clair sur les raisons pour lesquelles vous rédigez la proposition et à qui elle s'adresse.
- ✍ Comprendre le donateur pour lequel vous la préparez (Reportez-vous aux chapitres Choisir le Donateur et Connaître le Donateur).
- ✍ Connaissez-vous vous-même, ce qui signifie que vous devez être clairs sur votre identité, connaître vos forces et vos faiblesses (consultez le chapitre consacré à l'Analyse FFPM), et être capable de présenter des résultats crédibles dans des domaines tels que la gestion financière, l'impact de vos projets, les compétences techniques et les capacités générales de gestion.
- ✍ Enfin, vous devez planifier le projet, ce qui signifie comprendre le contexte dans lequel vous allez opérer, établir des objectifs, et mettre en place un processus

Tous ces éléments font l'objet d'une étude plus approfondie dans les pages qui suivent.



Rédiger une proposition de financement

Pourquoi ? Pour qui ?

La première question que vous devez vous poser est la suivante : *Pourquoi rédigez-vous une proposition de financement ?*

La réponse la plus simple à cela est la suivante :

Vous rédigez une proposition de financement pour persuader quelqu'un de donner de l'argent à votre organisation ou à votre projet. L'objectif principal d'une proposition de financement est de persuader, et NON de décrire. Alors s'il est vrai que vous devez décrire le projet proposé, vous devez le faire de manière à convaincre un donateur de vous donner de l'argent.

Il y a plusieurs raisons pour lesquelles vous pouvez avoir décidé que le meilleur moyen pour collecter des fonds pour votre projet était de le « vendre » à un donateur. Ces raisons sont souvent les suivantes :

- ✍ Vous avez besoin d'importantes sommes d'argent ;
- ✍ Vous avez décidé qu'il était important de « diversifier » votre base de financement – qu'un ou plusieurs donateurs soutiennent votre organisation ;
- ✍ Le projet proposé entre dans un cadre plus large de développement régional ou national pour lequel un certain nombre de donateurs sont déjà impliqués.

Avant de vous lancer, assurez-vous que les fonds demandés à un donateur sont la solution appropriée à ce projet. Il y a des solutions alternatives, comme :

- ✍ Organiser une collecte de fonds dans la communauté qui va bénéficier de ce projet ;
- ✍ Utiliser l'argent que l'organisation a généré grâce à ses investissements ou aux revenus qu'elle a touchés.

(Si vous souhaitez connaître davantage d'alternatives à la collecte de fonds, nous vous conseillons de consulter la boîte à outils intitulée Développer une Stratégie Financière.)

Pour qui rédigez-vous cette proposition ?

On peut répondre à cette question à deux niveaux :

- ✍ «Qui» signifiant quel type d'agence de capitalisation avez-vous à l'esprit ?
- ✍ «Qui » signifiant quelles personnes sont susceptibles de lire votre proposition ?

Différents types d'agence de capitalisation :

(Plus loin dans cette boîte à outils vous trouverez un tableau des différents types d'agences présentant les avantages et les désavantages de chaque type.)

Pourquoi est-il utile de réfléchir aux différents types d'agences de capitalisation ?

Parce que cela vous permettra de mettre en relation le projet que vous avez à l'esprit avec les intérêts et les préoccupations de chaque agence, et avec les sommes d'argent dont

Rédiger une proposition de financement

chaque agence est susceptible de disposer. Cela vous permettra également d'anticiper certains des problèmes qui pourraient surgir.

Si vous ne bénéficiez pas de beaucoup d'expérience, il peut être utile de discuter avec d'autres organisations de la société civile de leurs expériences avec les différents types d'agences.

Type d'agence	Avantages	Désavantages
Gouvernement	<ul style="list-style-type: none"> ✍ Ont souvent beaucoup d'argent. ✍ Peuvent être utiles pour les questions de politiques, accès, etc. ✍ Si le projet correspond à la stratégie du gouvernement, vos chances d'avoir un impact significatif augmentent. 	<ul style="list-style-type: none"> ✍ Le traitement des propositions est souvent bureaucratique et prend longtemps. ✍ Les paiements sont souvent retardés et il n'y a que très peu de flexibilité. ✍ Les exigences relatives aux propositions peuvent être complexes.
Eglises	<ul style="list-style-type: none"> ✍ Partagent souvent les mêmes agendas que les organisations progressives de la société civile en matière de développement et d'éthique. ✍ Sont généralement flexibles quand à ce qu'elles financent et à comment elles financent. 	<ul style="list-style-type: none"> ✍ Comptent habituellement sur leur propre circonscription pour collecter des fonds, ce qui signifie que leurs fonds peuvent être limités et/ou sujets à des fluctuations. ✍ Obtiennent parfois des allocations du gouvernement et sont sujettes aux changements dans les politiques du gouvernement.
Grandes fondations familiales	<ul style="list-style-type: none"> ✍ Disposent de larges sommes d'argent à donner. ✍ Le personnel est professionnel, comprend les problèmes et les inquiétudes propres à la société civile. ✍ Donnent des directives sur ce qu'elles financent et elles indiquent habituellement la marche à suivre pour obtenir un financement. ✍ Souhaitent faire partager leur expérience internationale. 	<ul style="list-style-type: none"> ✍ Le traitement des propositions peut traîner en longueur. ✍ Les exigences relatives aux propositions peuvent s'avérer complexes. ✍ Leurs priorités peuvent changer.
Petites fondations familiales	<ul style="list-style-type: none"> ✍ Entretiennent souvent des rapports étroits avec l'organisation et font souvent preuve d'un engagement très personnel 	<ul style="list-style-type: none"> ✍ Le personnel n'est pas toujours aussi professionnel que celui des grandes fondations. ✍ Peuvent ne pas disposer de

Rédiger une proposition de financement

	<ul style="list-style-type: none"> envers une organisation. ✍ Plus flexibles quant au format des propositions et à la manière dont elles sont traitées. ✍ Plus flexible quant à ce qu'elles financent. 	<ul style="list-style-type: none"> beaucoup d'argent. ✍ Les contacts personnels sont très importants (peut aussi être un avantage).
Principales entreprises de financement	<ul style="list-style-type: none"> ✍ Disposent d'importantes sommes d'argent à donner. ✍ Leur personnel est souvent professionnel et accessible. ✍ Sont généralement claires quand à ce qu'elles attendent de l'arrangement passé. Pas d'intentions non déclarées. 	<ul style="list-style-type: none"> ✍ Leurs priorités changent relativement souvent. ✍ Veulent parfois une représentation directe au conseil d'administration. ✍ Sont souvent très sensibles à tout ce qui pourrait aliéner les autres parties prenantes.
Petites entreprises de financement	<ul style="list-style-type: none"> ✍ Approche informelle. ✍ Intéressées par les projets locaux. ✍ Connexions personnelles très utiles. ✍ Intentions habituellement claires. 	<ul style="list-style-type: none"> ✍ N'ont pas vraiment beaucoup d'argent. ✍ Leurs intérêts sont limités. ✍ Sans connexions personnelles, pas de financement !



Rédiger une proposition de financement

Qui sont les personnes susceptibles de lire votre proposition ?

Souvenez-vous de ce que nous avons déjà dit – que vous rédigez une proposition pour *persuader* quelqu'un de vous donner de l'argent pour votre projet.

Mais qui est le "quelqu'un" ?

Habituellement, deux types de personnes sont susceptibles de lire votre proposition :

- ✍ Le décideur qui va prendre la décision finale, sur la base de votre proposition. Parfois il se peut qu'il y ait plus d'un décideur, l'un à un niveau de responsable de projet et qui décide dans un premier temps de soutenir la proposition, et l'autre étant une personne plus élevée dans la hiérarchie, ou un membre d'une commission, chargé de rendre la décision finale.
- ✍ Un expert technique qui évaluera les compétences techniques de la proposition et écrira un rapport à l'intention du ou des décideurs mais sans prendre de décision.

Cela vous suggère que votre proposition doit être :

- ✍ Persuasive ;
- ✍ Détaillée et correcte d'un point de vue technique.

Dans le chapitre intitulé La Proposition, nous vous suggérons, afin de faire en sorte que le corps de la proposition soit d'une longueur raisonnable, d'intégrer les détails techniques en annexe.



Rédiger une proposition de financement

Choisir le donateur

Nous avons déjà discuté des différents types de donateurs (dans le chapitre Pourquoi ? et Pour qui ?). Si vous vous intéressez aux donateurs locaux, vous devrez faire des recherches pour voir qui dans votre région attribue des fonds au type de projet que vous « vendez ».

Pour choisir de manière éclairée le bon donateur à qui envoyer votre proposition, vous devez en savoir un peu sur les donateurs possibles. Différents donateurs ont différents intérêts. Si vous approchez le mauvais donateur avec une demande, vous gaspillez à la fois son temps et le vôtre.

Afin de préparer une bonne proposition, c'est-à-dire une proposition qui vous permette d'obtenir les résultats que vous désirez, vous devez en savoir encore plus.

Connaître le donateur

Il y a deux aspects pour ce que vous avez besoin de savoir sur un donateur :

- ✍ Vous devez savoir ce que le donateur désire en termes d'objectifs, missions, préoccupations ;
- ✍ Vous devez connaître les détails pratiques liés au format, au calendrier, etc.

Souvenez-vous que la rédaction d'une proposition de financement est un processus de « vente ». Comme toute personne travaillant dans la vente vous le dira, lorsque vous vendez quelque chose, vous devez savoir ce que l'acheteur potentiel veut. Les donateurs sont les « acheteurs », ils ont des intentions et ont parfaitement le droit d'avoir des intentions.

Qu'est ce que veulent les donateurs ?

La plupart des donateurs veulent plusieurs choses. Il s'agit, entre autres :

- ✍ De réaliser un impact ou une différence – il veulent que leur argent compte pour quelque chose, que le travail qu'ils financent soit une réussite, ils veulent être perçus comme ayant du succès.
- ✍ D'acquérir des connaissances, une compréhension, des informations.
- ✍ De partager les connaissances, les compréhensions, les informations, et, par cela, d'ajouter de la valeur aux interventions qu'ils choisissent de financer.
- ✍ D'augmenter leur influence en résolvant ce qu'ils considèrent être les problèmes propres au monde, à la région, au pays, ou à une zone donnée.

Qu'est-ce que cela signifie pour vous lorsque vous vous préparez à rédiger une proposition ?

Cela signifie premièrement, et c'est très important, que votre intention générale ne peut pas être trop différente de celle du donateur. Si votre organisation soutient la légalisation de l'avortement, il serait illogique d'envoyer une proposition de financement à un groupe religieux anti-avortement.



Rédiger une proposition de financement

Cela signifie également que votre proposition doit convaincre le donateur que le fait de soutenir votre projet est susceptible de mener à une intervention réussie, dans laquelle quelqu'un peut être fier d'affirmer avoir participé, une intervention avec laquelle le donateur, ceux que le donateur veut influencer, pourra s'identifier. Les individus s'identifient aux individus. Cela signifie que lorsque vous rédigez votre proposition, elle doit avoir une dimension humaine. Il ne faut pas qu'il s'agisse d'un simple résumé.

La plupart des donateurs voudront aussi avoir le sentiment qu'ils peuvent y ajouter de la valeur en vous faisant partager les leçons qu'ils ont tirées d'autres projets et interventions dans lesquels ils ont été impliqués. Cela signifie plus ou moins qu'ils vont « se spécialiser » et qu'ils voudront financer un projet correspondant à leur spécialisation.

Plus vous en savez sur un donateur, mieux vous serez à même de choisir les meilleurs donateurs pour votre cas particulier, et plus vous serez capable de présenter votre proposition de manière à ce que le donateur veuille apporter sa contribution à votre projet.

La présentation

Quelles que soient les attentes du donateur, il veut que ce soit bien présenté. Cela signifie que la présentation aussi doit être bonne. Une fois que vous avez décidé si vos objectifs et vos préoccupations concordent avec celles du donateur, alors il vous faut savoir ce que veut le donateur en termes de présentation. Vous devez donc savoir à quel format il souhaite que vous rédigiez votre présentation, quels détails il veut y voir figurer, s'il faut que vous utilisiez un format de planification spécifique comme une analyse de graphiques (voir Glossaire), quelle doit être la longueur de la proposition, etc.

En résumé, voici ce que vous avez besoin de savoir au sujet d'un donateur :

- ✍ Nom, adresse, numéros de téléphone et de télécopie, nom et titre de la personne avec laquelle vous devriez établir un contact. Il s'agit des informations préliminaires que vous pouvez obtenir à partir du standard, de la page Web du donateur, d'un annuaire, ou par des collègues travaillant dans d'autres organisations de la société civile.
- ✍ Les objectifs, la mission et les préoccupations du donateurs, ainsi que ses domaines de prédilection, s'il finance seulement des projets dans certaines zones géographiques, quels sont ses critères généraux de financement, ce qu'il finance d'autre. Vous pouvez obtenir ces informations à partir d'une page Web, d'une brochure ou d'un rapport annuel, ou de vos collègues qui travaillent dans d'autres organisations de la société civile.
- ✍ Quel est le montant des subventions données par le donateur.
- ✍ Quel est le processus décisionnel du donateur et combien de temps lui faut-il pour prendre sa décision une fois la proposition soumise.
- ✍ Les dates auxquelles les propositions sont considérées et les dates/échéances pour soumettre des propositions à la considération du donateur.



Rédiger une proposition de financement

- ✍ Si le donateur dispose d'un format que vous devriez utiliser pour votre proposition, ou des directives que vous devriez suivre, ou si vous pouvez utiliser le vôtre. Il se peut que certains donateurs veuillent une proposition préliminaire avant de vous demander de rédiger une proposition complète. Cela leur permet de juger dans un premier temps s'ils souhaitent ou non s'impliquer dans des négociations plus poussées avec vous.

Pour obtenir toutes ces informations, le plus simple est de consulter le responsable de bureau ou le responsable de projet. Pour cela, il vous faudra le nom de la personne à qui vous pouvez parler, soit par téléphone, soit au cours d'un premier entretien. Ce premier contact est très important. Il peut être déterminant pour la suite de votre relation.

Le contact personnel

Il est toujours important de garder à l'esprit que « le donateur » est représenté par des individus : le responsable de bureau, le responsable de projet, le directeur régional – toutes ces personnes ont des préoccupations, des intérêts et leur attention et leur temps sont souvent requis.

Qu'est-ce que cela signifie pour vous ?

Cela signifie que :

- ✍ Vous devez communiquer de manière professionnelle avec les représentants du donateur. Faites cela avec un objectif précis et ne gaspillez pas leur temps.
- ✍ Vous devez faire preuve d'honnêteté et d'ouverture lorsque vous communiquez. Soyez prêts à écouter et à partager informations et idées.
- ✍ Vous devez projeter l'aspect humain de votre travail afin que le donateur puisse s'identifier aux individus à un niveau humain.

En résumé, la séquence temporelle est la suivante :

- ✍ Enquêtez de manière générale sur les donateurs appropriés.
- ✍ Faites suivre ce travail en établissant un premier contact avec le responsable de projet ou de bureau.
- ✍ Commencez à travailler à la phase de planification de votre proposition.

Il reste cependant un aspect important que nous n'avons pas encore abordé et que vous devrez entreprendre avant même d'établir un premier contact avec le responsable de projets ou de bureau. Vous devez vous assurer que vous vous connaissez vous-même. C'est la question que nous traitons dans le chapitre suivant.

Pourquoi pensez-vous qu'il est important de se connaître et d'être confiant pour pouvoir projeter une bonne image de votre organisation avant même de parler au responsable de projet ou de bureau ?

Parce que l'acheteur doit croire en le vendeur !



Rédiger une proposition de financement

Se connaître

Que veut dire « se connaître » avant de rédiger une proposition de financement ?

Cela veut dire que vous ne pouvez pas espérer « vendre » ou promouvoir un projet si vous ne connaissez pas votre organisation et si vous ne pouvez présenter votre organisation comme « un risque qui en vaut la peine ».

De nombreuses organisations et projets demandent de l'argent à des donateurs. Le travail du donateur est, d'une certaine manière, de distribuer de l'argent ou, en d'autres mots, d'investir dans le développement ou dans une aide d'un certain type. Lorsqu'un donateur réalise ce genre d'investissement, il recherche un « risque qui en vaille la peine », un projet ou une organisation qui soit susceptible de changer les choses, et de rendre durables les effets d'une intervention.

Se connaître de manière à pouvoir projeter une image crédible aux donateurs possibles n'est pas quelque chose qui se fait en une nuit. Cela fait partie de la construction permanente de la capacité de votre organisation.

Lorsque vous vous asseyez pour rédiger votre proposition de financement, vous devez déjà savoir et vous devez avoir écrit :

- ✍ Qui vous êtes, quelle est votre identité.
- ✍ Quelles sont vos forces et vos faiblesses, quelles possibilités et menaces vous attendent (en d'autres mots, il faut que vous ayez réalisé une Analyse FFPM, nous vous en donnons un format pour vous y aider à la page suivante).
- ✍ Les résultats que vous avez obtenus jusqu'à présent (quelles sont vos réussites et que pouvez-vous montrer de votre travail passé qui puisse donner au donateur suffisamment de confiance pour estimer que vous présentez « un risque qui en vaut la peine »).

Nous étudions tous ces points dans le prochain chapitre de cette boîte à outils.

Identité de l'organisation

Pour présenter l'identité de votre organisation, il vous faut :

- ✍ La mission et l'objectif général de l'organisation – pourquoi elle existe, à qui veut-elle bénéficier, comment est-elle liée à la communauté bénéficiaire visée, et qu'est ce qui est engagé pour que le travail de l'organisation soit un succès. (Vous trouverez plus d'informations à ce sujet dans les boîtes à outils consacrées à la Planification).
- ✍ Il est utile que l'identité de l'organisation soit *visible* et *reconnaissable*, grâce à un logo, mais ce n'est pas essentiel.
- ✍ Un conseil ou un conseil d'administration qui apporte à l'organisation une structure de gouvernance crédible. Cela signifie que vous avez besoin d'une courte biographie de chaque personne, mettant par exemple en avant des facteurs tels que l'expérience, les liens avec la communauté, les différents genres représentés et un mélange racial approprié. Certaines organisations ont également des présidents d'honneurs. Ce sont généralement des personnes très respectées et célèbres qui, bien qu'elles n'aient pas le



Rédiger une proposition de financement

temps de participer à la gouvernance régulière de l'organisation, sont prêtes à apporter leur soutien et leur nom à la cause de l'organisation.

- ✉ Des personnels ou des volontaires clés qui sont là pour faire de l'organisation ce qu'elle est, et, par conséquent, pour faire en sorte que le projet fonctionne. Ici aussi vous devrez présenter de courtes biographies des personnes qui seront centrales au projet, en montrant pourquoi ce sont les personnes qu'il vous faut pour ce projet.

En résumé, vous devez vous présenter comme étant une organisation saine et responsable, disposant des compétences nécessaires pour atteindre ses objectifs.



Rédiger une proposition de financement

Réaliser une Analyse FFPM

Une Analyse FFPM est un outil de planification simple qui vous aidera à identifier les forces et les faiblesses de votre organisations, ainsi que les possibilités et les menaces qui se présentent à elle. Une fois que vous avez procédé à cette analyse, vous serez capable, au moment de rédiger votre proposition, de montrer comment vous pourrez construire à partir de vos forces, résoudre vos faiblesses, utiliser les possibilités qui s'offrent à vous et affronter les menaces, tout cela au travers du projet proposé. De la sorte, vous montrerez au donateur éventuel que vous pouvez dresser un tableau réaliste et précis de votre organisation, et que vous disposez de la clairvoyance et de la détermination nécessaire au développement de ses capacités pour que les effets du projet soient durables.

Gardez à l'esprit que les forces et les faiblesses font référence à des *facteurs internes* alors que les possibilités et les menaces font référence à des *facteurs externes*. Par exemple :

Une force pourrait être : Un personnel expérimenté et dévoué

Une faiblesse pourrait être : Les compétences du personnel en matière de technologie sont insuffisantes

Une possibilité pourrait être : Une politique gouvernementale qui soutient le type de travail réalisé par l'organisation

Une menace pourrait être : Les donateurs actuels ne s'intéressent plus aux mêmes choses

Un tableau comme celui qui suit peut s'avérer utile :

Forces	Faiblesses
Possibilités	Menaces

Travailler à ces questions avec les membres de votre personnel leur donnera également suffisamment de confiance pour pouvoir promouvoir l'organisation et le projet.



Rédiger une proposition de financement

Connaître et archiver les résultats obtenus

Souvenez-vous que, si un donateur décide de soutenir votre projet, il prend un risque, il faut donc que vous soyez capable de prouver qu'il s'agit d'un risque qui en vaut la peine.

Vous devriez pouvoir prouver ceci en fournissant les informations suivantes :

- ✍ Résultats obtenus précédemment et impacts.
- ✍ Bonnes compétences en matière de gestion, par rapport aux projets et aux individus.
- ✍ Bonnes compétences en matière de gestion des finances et en matière de développement de stratégies financières.
- ✍ Compétences techniques dans votre domaine d'activité particulier.

(Pour plus d'informations sur les compétences en matière de gestion financière, consultez la boîte à outils sur le Contrôle et la Responsabilité Financières. Pour plus d'informations sur les stratégies de financement, consultez la boîte à outils sur le Développement d'une Stratégie Financière.)

D'où cette preuve doit-elle venir et où sera-t-elle archivée ?

Cette information peut être archivée dans le rapport annuel de l'organisation. Ce rapport contient habituellement les détails des projets qui se sont déroulés ou sont encore en cours durant l'année, les détails concernant les membres du conseil d'administration et du personnel, et des commentaires sur l'impact des plans qui ont été mis en place. Concernant les informations financières, une copie des états financiers vérifiés les plus récents peut être utiles. Ce type de document peut être inséré en annexe. Des détails plus spécifiques peuvent être inclus dans la proposition.

Si votre organisation est une nouvelle organisation, il sera un peu plus difficile de prouver que le risque en vaut la peine.

Mais vous pouvez quand même le faire en :

- ✍ Rassemblant dans une liste des sortes de bibliographies attestant de la crédibilité des compétences des membres et des présidents d'honneur en matière de gouvernance.
- ✍ Demandant à un comptable réputé de vous préparer une lettre attestant de votre bon système de gestion financière, en y insérant ses vérifications et les soldes.
- ✍ Fournissant des informations sur les membres ou les volontaires qui composent votre personnel qui reflètent les résultats qu'ils ont obtenu par le passé pour des projets similaires.

En résumé, avant même de passer aux détails du projet, le donateur veut connaître de vous tout ce qui suit :

- ✍ Votre nom et votre position dans l'organisation ou le projet.
- ✍ Le nom et les numéros et adresses de votre organisation.
- ✍ Quelle est la communauté que vous servez et quels sont vos liens avec cette communauté.
- ✍ La mission, les objectifs et la stratégie de l'organisation.
- ✍ Quels sont vos structures de gouvernance et qui en fait partie ?



Rédiger une proposition de financement

- ✍ Le niveau d'expertise de votre personnel et/ou des volontaires participant au projet.
- ✍ Quelles sont vos forces spécifiques en tant qu'organisation dans le contexte dans lequel vous œuvrez.
- ✍ Les résultats que vous avez pu obtenir en termes d'impact, de compétences, de projets et de gestion financière.

Il reste encore une chose très importante à faire avant de vous préparer à rédiger votre proposition – vous devez planifier le projet en détail. Nous étudions cette question dans le prochain chapitre de cette boîte à outils.



Rédiger une proposition de financement

Planifier le projet

La première étape lorsque vous planifiez un projet est d'établir un lien solide entre la mission et la stratégie de votre organisation et le projet spécifique. Ce serait une grosse erreur que de commencer par : "Pour quoi pouvons-nous obtenir de l'argent ?"

Une organisation est un soit une réponse à un problème ou une possibilité qui existe dans l'environnement. C'est de là que découlent la mission et la stratégie de l'organisation. C'est ce que le développement du plan stratégique devrait s'attacher à déterminer. Le projet que vous planifiez et les fonds que vous demandez devraient faire partie intégrante de votre stratégie, et ne pas être simplement un moyen pour collecter des fonds. Dans votre plan doivent se refléter :

- ✍ Votre compréhension du contexte et comment cela se reflète dans la mission et la stratégie de l'organisation ;
- ✍ Les circonstances particulières du contexte qui créent le problème que le projet doit résoudre, et ce qu'est ce problème ;
- ✍ Les objectifs du projet ;
- ✍ Le processus que vous allez mettre en place pour atteindre ces objectifs.

(Pour plus d'informations à ce sujet, consultez les boîtes à outils Eléments de la Planification, Planification Stratégique et Développement d'un Programme d'Action.)

Connaître le contexte

Pourquoi est-il important de présenter le contexte ?

De nombreuses demandes sont adressées aux donateurs pour bénéficier de leurs ressources. Ils doivent décider comment les utiliser au mieux, en termes de zone géographique, de région, de problème ou de défi. Cela signifie que vous devez contextualiser votre projet de manière à montrer que le problème que vous essayez de résoudre ou la possibilité que vous voulez exploiter correspond aux préoccupations du donateur, que le fait de s'attaquer au problème ou d'exploiter la possibilité qui s'offre à vous dans une zone ou des zones définies dans le projet est quelque chose d'important, et que les leçons potentielles à en tirer sont d'une importance significative.

Voici quelques uns des éléments à connaître sur le contexte, en fonction du projet ou de la proposition :

- ✍ Les détails concernant le pays, la région, la zone (situation dans une région, gouvernement, population, etc.) ;
- ✍ Les informations relatives à la pauvreté, avec les informations sur l'état de l'économie du pays, les niveaux de chômage ;
- ✍ Les questions relatives au genre ;
- ✍ La situation par rapport au VIH/Sida ;
- ✍ La santé et l'éducation.



Rédiger une proposition de financement

Si votre organisation est spécialisée dans un domaine spécifique, vous pourriez faire figurer d'autres informations plus précises, comme par exemple le nombre de personne ayant accès au téléphone.

Admettons par exemple que l'objectif général de votre projet soit le suivant :

Le niveau de vie des habitants des zones rurales de XYZ va augmenter d'ici à 2005 en conséquence du développement de meilleures pratiques agricoles.

Quelles sont les informations relatives au contexte qu'il faudrait selon vous que le donateur connaisse ?

Vous pourriez donner des informations comparant le niveau de vie en zone rurale et en zone urbaine, ou des informations sur les pratiques agricoles les plus couramment utilisées en indiquant pourquoi elles ne fonctionnent pas, ou encore quels sont les types de partenariats publics-privés qui existent.

Souvenez-vous que vous n'êtes pas en train de rédiger une thèse. Votre intention est d'apporter des informations utiles qui constitueront un aperçu intéressant de la situation pour le lecteur, mais vous ne pouvez pas le ou la submerger de détails inutiles. Lorsque cela s'avère nécessaire, vous devrez citer les sources de votre information, donc rappelez-vous de les noter lorsque vous préparez votre proposition et que vous effectuez les recherches nécessaires.

D'ici au moment où vous établirez le premier contact avec le donateur, vous devriez disposer de toutes les informations nécessaires sur le contexte propre à votre projet.

Vous devriez également être clairs quant aux objectifs de votre projet. Ce que nous voyons dans la prochaine section et qui est détaillé dans la boîte à outils sur la Planification Stratégique.

Objectifs

A ce niveau, vous devez définir les objectifs de votre projet de manière claire pour que vous sachiez précisément ce que vous avez l'intention de faire. Un bon objectif indique généralement :

- ✍ Ce à quoi vous voulez arriver (vos fins) ;
- ✍ Comment vous voulez y arriver (vos moyens) ;
- ✍ Qui en seront les principaux bénéficiaires.

Par "principaux bénéficiaire", nous entendons les "bénéficiaires finaux". Donc dans un projet qui par exemple vise à améliorer la situation des prisonniers dans les prisons d'un pays en formant les gardiens, les bénéficiaires finaux sont les prisonniers, pas les gardiens.

Mais regardez les deux exemples d'objectif suivant :



Rédiger une proposition de financement

1. Le niveau de vie des habitants des zones rurales de XYZ va augmenter d'ici à 2005 en conséquence du développement de meilleures pratiques agricoles.

2. Les femmes chefs de ménage qui vivent dans la région ABC de XYZ vont améliorer leur niveau de vie d'ici à la fin de 2003 grâce au développement de compétences agricoles appropriées pour leur permettre de pratiquer une agriculture durable écologiquement, et viable à un niveau commercial.

Quelle est la différence entre ces deux objectifs ?

Pouvez-vous voir que l'un est très général et que l'autre est très spécifique ?

L'objectif 1 est un objectif général ou objectif global (que l'on appelle parfois un « but »).

L'objectif 2 est un objectif spécifique (que l'on appelle parfois « objet du projet »).

Tous les projets ont besoin de ces deux types d'objectifs.

Il est utile de savoir quelle est la terminologie utilisée par le donateur pour lequel vous rédigez votre proposition, afin que vous puissiez utiliser les mêmes termes que ceux utilisés par le donateur. Vous pouvez trouver quels sont les termes utilisés par le donateur en lisant les informations qu'il diffuse au sujet des propositions de financement, ou en posant la question au responsable de bureau ou de projet, ou en vous rendant sur son site web.

Il se peut que les donateurs qui s'attendent à ce que vous utilisiez une analyse de cadre logique dans votre proposition souhaitent que vous exprimiez vos objectifs de manière spécifique. Vous trouverez davantage d'explications sur les analyses de cadres logiques dans le Glossaire et dans la boîte à outils intitulée *Éléments de Planification*.

A propos de l'objectif général

L'objectif général énonce le développement ou l'aide générale à laquelle l'objet plus spécifique de votre projet devrait contribuer. Ce qu'il faut garder à l'esprit au sujet de l'objectif général ou du but est que :

- ✍ Vous ne pouvez pas atteindre l'objectif général ou le but par vous-même en tant que projet ou organisation. Votre projet sera une contribution à l'atteinte de cet objectif.
- ✍ L'objectif général ou le but constitue un repère par rapport auquel vous pouvez mesurer le succès de votre projet et de ceux d'autres organisations ayant un même objet.
- ✍ L'objectif général ou le but doit être compatible avec le mandat de votre organisation et avec la mission du donateur à qui vous demandez des fonds.
- ✍ Il faut habituellement plus longtemps pour atteindre l'objectif général ou le but que pour atteindre l'objet spécifique du projet.

A propos de l'objectif spécifique

L'objet ou l'objectif spécifique du projet est habituellement quelque chose que votre projet peut atteindre par les activités qui y sont développées. C'est un résultat qui devrait être



Rédiger une proposition de financement

possible dans la durée impartie, et c'est la stratégie que l'organisation et le projet estime être la meilleure pour résoudre un problème dans une zone particulière, contribuant par là même à l'atteinte de l'objectif général ou du but. Il se peut qu'un projet dispose de plus d'un objectif spécifique mais il vaut mieux que dans votre proposition, vous vous concentriez sur le plus important. Les choses importantes à garder à l'esprit à propos de l'objet du projet ou de l'objectif spécifique sont :

- ✍ Plus l'objet du projet est spécifique, plus il sera facile de développer un processus pour l'atteindre.
- ✍ Essayez d'y intégrer des cibles spécifiques, par exemple combien de femmes chefs de ménage vont améliorer leur niveau de vie et dans quelle mesure elles vont l'améliorer ? En procédant de la sorte, vous intégrez des indicateurs grâce auxquels vous pouvez mesurer votre progression. (Voir le Glossaire pour une explication des indicateurs)
- ✍ L'atteinte de l'objet du projet est le résultat sur lequel le projet sera jugé, il faut donc que ce soit un objectif réalisable. Ne promettez pas l'impossible en surestimant vos compétences ou votre capacité.

Pourquoi pensez-vous qu'il est important d'être clair par rapport à vos objectifs avant de rédiger votre proposition de financement ?

Vos objectifs indiquent directement au donateur :

- ✍ Si le projet correspond à ses priorités :
- ✍ Dans quelle mesure vous êtes clairs dans ce que vous essayez de faire ;
- ✍ Si vous êtes réaliste et, si vous l'êtes, si le projet est susceptible d'avoir un impact significatif.

En résumé :

- ✍ Les objectifs vous aident à clarifier votre but et votre stratégie pour atteindre ce but.
- ✍ Les objectifs apportent une structure pour la préparation du projet.
- ✍ Les objectifs permettent de voir si vous êtes réaliste, ceci permettant au donateur d'évaluer vos chances de réussite.
- ✍ Les objectifs lient le projet à la mission et aux objectifs de l'organisation ainsi qu'à la mission du donateur proposé.
- ✍ L'objectif général constitue un objectif à long terme, cumulatif.
- ✍ L'objet du projet constitue un objectif à plus court terme, immédiat.

Une fois la question des objectifs clarifiée, la prochaine étape est la conception du projet.

Processus

Concevoir le processus, c'est planifier comment vous aller faire pour atteindre l'objet du projet.



Rédiger une proposition de financement

Le processus est l'avancée pas à pas qui vous conduira jusqu'à l'objet du projet. Concevoir le processus veut dire que vous devez répondre à des questions telles que celles qui suivent :

- ✍ Qu'allez-vous faire ? (Actions)
- ✍ Où allez-vous faire cela ?
- ✍ Comment allez-vous vous y prendre ?
- ✍ Qui va participer ?
- ✍ Quels résultats (voir Glossaire) attendez-vous ?
- ✍ A quel moment auront lieu les différentes activités et pourrez-vous observer leurs résultats ?
- ✍ Comment la progression sera-t-elle suivie ? (Consultez la boîte à outils sur le Suivi et l'Evaluation)
- ✍ Comment le projet sera-t-il évalué ? (Consultez la boîte à outils sur le Suivi et l'Evaluation)
- ✍ Quelles seront les ressources nécessaires pour permettre le déroulement des activités ? (Consultez la boîte à outils sur la Budgétisation)

Il faut que vous puissiez répondre à ces questions avant de pouvoir commencer à rédiger votre proposition.

Nous en sommes maintenant à la fin de la partie consacrée à ce qui doit être fait avant de rédiger la proposition.

Pourquoi pensez-vous qu'il est important de faire tout cela avant de rédiger la proposition ?

Plus vous avez réfléchi à la personne pour qui vous rédigez cette proposition, à qui vous êtes et à ce que vous voulez faire, meilleure sera votre proposition. Il y a plus de chances pour que votre proposition soit cohérente, logique, appropriée et qu'elle réussisse.

Vous êtes maintenant prêts à continuer et à poursuivre avec la proposition en elle-même.



Rédiger une proposition de financement

La Proposition

Structure

Nous voici arrivés à la proposition en elle-même. Dans ce chapitre, nous allons étudier les éléments suivants :

- ✍ La table des matières et le résumé qui se trouve au début de la proposition.
- ✍ La rédaction du corps de la proposition, et la table des matières détaillée.
- ✍ La rédaction des conclusions et du budget.
- ✍ Décider de quelles annexes vous allez insérer.

Si vous avez réalisé tout le travail préliminaire, alors la partie rédaction de la proposition devrait se dérouler sans problèmes. La proposition est un document très important, et ce pour diverses raisons.

Pourquoi le document que constitue la proposition est-il si important ?

Il est évident que l'une des raisons est que c'est ce document qui va constituer la base de la décision du donateur, à savoir si oui ou non il va financer votre projet. Mais il y a une autre raison que vous devriez garder à l'esprit. Une fois que la proposition a été rédigée et a été acceptée par le donateur, elle devient la structure du projet, la place dans laquelle le cycle du projet est défini, et la base à partir de laquelle il sera possible d'évaluer le succès ou l'échec du projet. En rédigeant votre proposition, vous vous engagez dans un projet avec des buts et des objectifs spécifiques, d'une forme et d'un processus spécifiques.

La manière dont vous rédigez votre proposition dépend, dans une certaine mesure, des exigences du donateur. Il y a différentes possibilités :

- ✍ Un document d'une page, résumant ce que vous espérez réaliser et comment, en tant qu'étape préliminaire pour le donateur, décider s'il serait intéressant d'obtenir davantage d'informations ou non. Vous vous concentrerez ici sur les objectifs et sur un résumé du processus envisagé.
- ✍ Un format standard établi par le donateur. Celui-ci devrait recouvrir grossièrement les mêmes questions que celles dont nous avons déjà discuté, ainsi que celle discutées dans ce chapitre. Il faudra que vous intégrez ce que vous avez à dire sous la série de titres qui vous seront fournis.
- ✍ Un formulaire standard dans lequel vous devez intégrer les détails nécessaires. Ceci est bien plus restrictif qu'un format standard, mais il devrait toujours être possible de montrer votre raisonnement et la manière dont vous planifiez à votre avantage.
- ✍ A votre propre format. Ceci vous permettra de présenter votre plan et votre raisonnement sous leur meilleur jour. Cela vous surprendra peut-être, mais il s'agit probablement de la proposition la plus difficile à rédiger. C'est à vous de décider ce que vous voulez dire, comment vous voulez le dire, dans quel ordre vous voulez le présenter, la longueur de ce que vous avez à dire, etc. Dans ce chapitre, c'est sur ce type de proposition que nous nous concentrons pour vous aider à structurer et à rédiger votre proposition du mieux que possible.



Rédiger une proposition de financement

Nous vous présentons à la page suivante une suggestion de configuration pour une proposition. Plus loin dans ce chapitre, nous vous donnons davantage d'idées sur la manière dont vous devriez remplir la structure lorsque vous rédigez.

Rédiger une proposition de financement

STRUCTURE POSSIBLE POUR UNE PROPOSITION DE FINANCEMENT

Chapitre	Contenu	Commentaires
Page de couverture	<ul style="list-style-type: none"> ✍ Titre de la proposition. ✍ Nom de l'agence à qui la proposition est soumise. ✍ Nom et adresse de votre organisation, si possible accompagnés d'un logo. ✍ Nom de la personne à contacter qui sera la plus apte à discuter de la proposition. ✍ Date. 	Le titre devrait capturer l'essence du projet en une courte phrase. Il ne faudrait pas qu'il soit trop long.
Page de résumé	Résumé de la proposition – en environ 300 mots.	Capture l'essence du projet en indiquant brièvement : <ul style="list-style-type: none"> ✍ quel est le contexte ou la situation actuelle ✍ ce que votre organisation estime être le meilleur moyen de résoudre les problèmes en utilisant son expertise ✍ pourquoi c'est une bonne méthode ✍ quel sera l'impact ✍ qui seront les principaux bénéficiaires ✍ la tranche de temps envisagée ✍ le coût total
Table des matières	Liste des principaux titres et numéros de pages.	Ceci aidera le lecteur à s'y retrouver dans la proposition.
Proposition-corps de la proposition	<ul style="list-style-type: none"> ✍ contexte (environ une page) ✍ possibilités spécifiques/pertinentes et/ou problèmes pour l'organisation et pour le donateur (environ une demi-page) ✍ objectifs (environ une demi-page – accompagnés des éléments d'explication au sujet des bénéficiaire) ✍ le processus que vous avez l'intention de suivre (environ trois ou quatre pages) 	<ul style="list-style-type: none"> ✍ Décrivez brièvement le contexte, en indiquant les chiffres pertinents ✍ Comment vous avez identifié le problème ou la possibilité qui vous préoccupe tout particulièrement ✍ Expliquez pourquoi votre organisation est qualifiée pour résoudre de tels problèmes ✍ Énoncez les objectifs généraux et spécifiques du projet ✍ Résumé du processus que vous avez l'intention de suivre. <p>Vous pouvez faire référence aux annexes pour plus de détails. Si votre proposition comporte un élément particulier comme le genre, mettez-le en avant. Si le projet comporte certains risques, mentionnez brièvement comment vous envisagez de les résoudre, et indiquez quel degré de flexibilité sera attendu de la part du donateur. Discutez de la durabilité du projet et/ou de l'impact.</p>
Conclusions et budgétisation	Expliquez brièvement ce que vous demandez à l'agence et pourquoi. Insérez un résumé rapide de votre budget.	Le budget détaillé devrait être donné en annexe. Ici, vous vous contentez de donner les principaux éléments du budget et les totaux sur la totalité de la durée du projet. C'est ici également qu'il faudrait résumer le plan financier du projet, c'est à dire à qui d'autre

Rédiger une proposition de financement

		allez-vous demander de l'argent ?
Annexes	Une description technique détaillée du projet, les méthodes, le calendrier, le budget détaillé, les états financiers vérifiés, etc.	C'est ici que vous pouvez donner des détails sans alourdir le corps de la proposition. Si vous prévoyez d'utiliser un cadre stratégique, alors c'est ici que vous en présenterez la matrice. (Voir Glossaire et la boîte à outils intitulée Eléments de Planification.)
Bibliographie /références	Faites la liste des références que vous avez utilisées, dans l'ordre où vous les mentionnez dans le texte.	Faites principalement une liste de sources que le donateur reconnaîtra comme crédibles, par exemple les documents du Programme des Nations Unies pour le Développement.

Corps de la proposition - Contenu

C'est dans le corps de la proposition que « vous vous vendez » vraiment. C'est là que vous persuadez le donateur que votre projet est nécessaire et qu'il en vaut la peine.

Les points essentiels que vous devez couvrir ici (un travail que vous avez déjà réalisé dans votre travail préparatoire) sont :

- ✍ Le contexte (environ une page) ;
- ✍ Les possibilités spécifiques/pertinentes et/ou les problèmes pour l'organisation et pour le donateur (environ une demi-page) ;
- ✍ Les objectifs (environ une demi-page) accompagnés des éléments d'explication au sujet des bénéficiaires ;
- ✍ Le processus que vous avez l'intention de suivre (environ trois ou quatre pages).

Une manière de garder ceci en mémoire est l'acronyme CPOP :

C	=	Contexte
R	=	Pertinence (du contexte pour vous et pour le donateur)
O	=	Objectifs
P	=	Processus.

Comment le CPOP peut-il vous aider ?

Il peut vous aider en vous assurant que vous avez couvert les quatre points principaux qui doivent constituer le corps de votre proposition.

- ✍ Vous vous êtes déjà penchés sur le contexte du projet. Ici, il est important de localiser le projet dans un contexte local, régional, et si nécessaire, international. Le donateur voudra savoir si le projet comporte des implications à ces différentes échelles. Par exemple, un projet visant à créer un centre communautaire pour les orphelins du sida dans un bidonville d'une grande ville pourrait enseigner des leçons à un niveau international. Si le donateur finance des projets sur le VIH/Sida dans d'autres lieux, cela pourrait être un « bon argument de vente ». C'est là que le fait de disposer d'informations sur le donateur peut vous aider à décider ce sur quoi vous devez mettre l'accent.



Rédiger une proposition de financement

- ✍ Il ne suffit pas de décrire le contexte. Vous devez établir des liens entre le contexte, les intérêts et les réussites de votre organisation, ainsi qu'avec la mission du donateur. En d'autres termes, vous devez répondre à la question : Et alors ? par rapport au contexte. Oui, l'incidence de VIH/Sida est plus élevée en Afrique subsaharienne que n'importe où ailleurs ; oui, le nombre d'orphelins du sida s'élève désormais dans des proportions dramatiques : mais pourquoi cette information est-elle pertinente pour votre organisation et pourquoi l'est-elle pour le donateur ?
- ✍ Les objectifs sont les énoncés de ce que vous espérez pouvoir réaliser avec ce projet, et de l'impact qu'aura le projet. S'ils sont bien rédigés, ils devraient également laisser voir au donateur quelle est votre principale stratégie et qui seront les principaux bénéficiaires du projet. C'est également ici qu'il faudrait mentionner l'impact potentiel en termes de répliquabilité (voir Glossaire) et de durabilité (voir Glossaire). Il est ici utile de montrer que vous avez déjà réfléchi à la manière dont votre organisation se retirera du projet tout en faisant en sorte que les bénéfices créés soient maintenus.
- ✍ Nous avons déjà parlé du processus. Dans votre proposition, vous devrez probablement présenter le détail de la marche à suivre que vous avez choisi, et ce de deux manières :
 - Un plan détaillé, expliquant les processus techniques, les activités spécifiques, les limites de temps spécifiques, les résultats de chaque étapes, et les ressources nécessaires pour chaque étape. Ceci devrait être inséré en annexe.
 - Un résumé, indiquant les principaux types d'activités (par exemple mettre en place des ateliers, creuser des puits), les résultats (par exemple des foyers de garderie pour les orphelins du Sida, des posters sur comment purifier l'eau), les types de ressources (par exemple un personnel supplémentaire formé au travail des jeunes, des consultants en ingénierie). Ceci devra être intégré au corps du texte.

Pourquoi un plan détaillé et un résumé sont-ils nécessaires ?

Le résumé sert à susciter un intérêt chez le lecteur sans le submerger de détails. Le résumé est destiné au décideur et l'annexe au conseiller technique.

Avant de passer aux conclusions et au budget, remémorez-vous une fois de plus ce que signifie CPOP :

C	=	Contexte
P	=	Pertinence (du contexte pour vous et pour le donateur)
O	=	Objectifs
P	=	Processus.



Rédiger une proposition de financement

Conclusion et budgétisation

Pourquoi ce chapitre est-il nécessaire ?

Vous devez rassembler les pensées du lecteur pour qu'il puisse répondre à ce que vous dites et à ce que vous demandez. La conclusion vous y aidera, et, en intégrant un résumé du budget, vous donnez une idée précise au lecteur de l'échelle et de la substance de votre demande.

Votre conclusion devrait donc rassembler vos arguments et résumer brièvement (une demi-page) et sans répétitions :

- ✍ Pourquoi le projet est nécessaire ;
- ✍ Pourquoi votre organisation est la bonne organisation pour entreprendre ce projet ;
- ✍ Pourquoi le donateur devrait considérer la proposition, de son propre point de vue ;
- ✍ Quels seront les résultats.

La budgétisation demande d'utiliser un outil qui lui est propre. Veuillez vous référer à la boîte à outils correspondante. Il y a cependant des règles à respecter au sujet du budget et du résumé du budget :

- ✍ Soyez spécifique. Annoncez dès le début ce que vous aimeriez que le donateur finance, que ce soit la totalité du projet ou juste une partie.
- ✍ Soyez réaliste. Si vous avez fait votre travail de préparation correctement, vous aurez une idée du montant des subventions habituellement versées par ce donateur pour ce type de travail.
- ✍ Ne faites pas figurer les sous-catégories dans le corps de la proposition. Concentrez-vous plutôt sur les totaux annuels, par catégorie, comme par exemple le développement des capacités, plutôt que par chaque atelier de formation.
- ✍ Dressez le tableau de votre stratégie de financement pour le projet, c'est à dire qui d'autre vous avez approché, si vous avez déjà reçu de l'argent ou un soutien, et si oui, combien et sous quelle forme. Si votre intention est de lever des fonds chez les bénéficiaires que vous visez, expliquez le raisonnement derrière cette idée, et les mécanismes que vous envisagez de mettre en place pour rendre cela possible.
- ✍ Répondez à la question du rapport coût-bénéfice, en justifiant le coût en termes de bénéfices.

Le budget détaillé sera inséré en annexe. Nous en discutons davantage dans la prochaine section.

Annexes

Pourquoi devez-vous insérer des annexes ?

Arrivé à ce stade, vous devriez connaître la réponse à cette question. Les annexes vous permettent de ne pas surcharger le corps du texte tout en vous assurant que les lecteurs intéressés et curieux peuvent obtenir plus de détails. C'est également là que vous pouvez



Rédiger une proposition de financement

insérer des documents supplémentaires qui apporteront des informations nécessaires sans avoir à réécrire de larges portions de ces documents.

Voici certaines idées d'annexes utiles :

- ✍ le Rapport Annuel
- ✍ la matrice du cadre stratégique (voir Glossaire et la boîte à outils Eléments de la Planification)
- ✍ le budget détaillé (voir la boîte à outils sur la Budgétisation)
- ✍ les états financiers vérifiés les plus récents
- ✍ des photographies illustrant le contexte et/ou le projet.
- ✍ une description technique détaillée du projet
- ✍ un calendrier détaillé (voir la boîte à outils sur les Programmes d'Action)
- ✍ les rapports d'évaluation pertinents
- ✍ des informations supplémentaires sur les personnes impliquées lorsqu'elles ne sont pas suffisantes dans le Rapport Annuel.

Numérotez vos annexes afin qu'elles soient faciles d'accès. Faites-en la liste dans la table des matières.

Enfin, insérez un court chapitre consacré à la bibliographie/aux références. C'est ce que nous étudions dans la prochaine section.

Bibliographie/références

Ce chapitre devrait être très court. Souvenez-vous que vous n'êtes pas en train de rédiger une thèse ou d'écrire un livre.

Alors pourquoi insérer ce chapitre ?

La principale raison est qu'il faut que le lecteur puisse s'assurer que les faits que vous avez énoncés sont tirés de sources crédibles.

Ne vous inquiétez pas de savoir si le format que vous utilisez pour vos références respecte les règles académiques ou non. Vous devriez vous concentrer à être :

- ✍ clair ;
- ✍ constant.

Faites figurer :

- ✍ Le nom de l'auteur (des auteurs) et/ou le nom de l'organisation produisant la publication ;
- ✍ Le nom de la publication ;
- ✍ La date de publication
- ✍ L'éditeur.



Rédiger une proposition de financement

Votre intention devrait être que le donateur puisse utiliser vos références si nécessaire.

En résumé, la proposition doit donc contenir les parties suivantes :

- ✍ Une table des matières pour faciliter l'accès aux chapitres spécifiques
- ✍ Une page de résumé pour que le représentant du donateur sache à quoi s'attendre
- ✍ Le corps ou le contenu de la proposition, structuré en CPOP (voir Glossaire)
- ✍ Une conclusion et le résumé du budget
- ✍ Des annexes pour apporter les détails nécessaires
- ✍ Une section bibliographie/références pour étayer les faits que vous énoncez.

Rédiger une proposition de financement

A FAIRE ET A NE PAS FAIRE

Vous savez maintenant ce que vous devez mettre dans la proposition. Mais parfois, les comment sont plus importants que les quoi. Dans ce chapitre, nous nous penchons sur ce qu'il faut faire et de qu'il ne faut pas faire sur la manière dont vous rédigez votre proposition de financement.

A faire	A ne pas faire
<ul style="list-style-type: none"> ✍ Prenez contact avec une "véritable personne" et adressez-lui ensuite la proposition. ✍ Planifiez à l'avance afin que votre proposition ne soit pas faite à la va-vite ou engendrée par une crise. ✍ Montrez que vous savez qui d'autre travail dans le même domaine que vous que vous savez ce qu'ils font. ✍ Impliquez les autres dans la révision de la proposition. ✍ Expliquez les acronymes. ✍ Faites en sorte que la proposition soit courte – pas plus de 10 pages pour le corps de la proposition et moins si possible. ✍ Montrez que vous vous intéressez au travail – faites preuve de passion. ✍ Donnez le ton de manière appropriée – soyez humain plutôt qu'académique, laissez l'histoire transparaître, mais ne vous laissez pas envahir par les émotions. 	<ul style="list-style-type: none"> ✍ Adopter une approche "une proposition peut servir de modèle à toutes les autres" – si vous avez réalisé les recherches nécessaires sur l'agence de capitalisation, utilisez ce que vous savez pour que la proposition corresponde aux attentes de l'agence. ✍ "Rembourrer" votre budget en y insérant des éléments qui n'ont rien à voir avec le projet. ✍ Dissimuler des informations auxquelles il faudrait que le donateur ait accès. ✍ Envoyer tellement de documents que le lecteur abandonne avant même d'avoir commencé. ✍ Assumer que le donateur sait tout de vous donc que ce n'est pas la peine de vraiment vous présenter. ✍ Utiliser un jargon qu'il n'est pas nécessaire d'utiliser. ✍ Faire en sorte que le projet réponde aux critères du donateur aux dépens de ce qui doit être fait de votre point de vue.

Enfin, rédigez de manière concise, claire et simple et faites en sorte que votre proposition ait l'air lisible. Vous trouverez des conseils de rédaction et de présentation au chapitre suivant. (Consultez également la boîte à outils intitulée Rédiger Efficacement.)

Rédiger une proposition de financement

Conseils au sujet de la rédaction et de la présentation

Conseils de rédaction	Conseils de présentation
<ul style="list-style-type: none"> ✍ Rédigez avec simplicité et en évitant tout jargon. ✍ Utilisez des phrases courtes. ✍ Utilisez la voix active plutôt que la voix passive lorsque vous le pouvez (par exemple "un personnel spécifiquement formé va prendre en charge tous les cours de formation", plutôt que "tous les cours de formation vont être pris en charge par un personnel spécifiquement formé"). ✍ Vérifiez les erreurs d'orthographe et de grammaire – si nécessaire, demandez à quelqu'un d'autre de vous relire et de faire les corrections nécessaires. ✍ Révissez et réécrivez si nécessaire. ✍ N'exagérez pas. ✍ Rédigez en vous adressant à un lecteur non-technique. 	<ul style="list-style-type: none"> ✍ Utilisez des titres et des sous-titres, mais soyez consistants par rapport à cela, c'est à dire que tous les titres doivent être écrits avec la même police ou taille, et tous les sous-titre avec une police et une taille différente. ✍ Numérotez vos pages. ✍ Reliez ou agrafez le document dans le bon ordre. ✍ Utilisez des espaces – et des marges importantes. ✍ Ne surchargez pas le texte. ✍ Utilisez une police qui soit facile à lire.

Pourquoi pensez-vous qu'il soit important de bien présenter votre proposition ?

Votre proposition doit inviter à la lecture. Le lecteur ne devrait pas râler et essayer d'éviter de lire la proposition. Il ou elle devrait avoir envie de découvrir de quoi il s'agit, la trouver simple et intéressante à lire, et se sentir fier de financer votre projet.



Rédiger une proposition de financement

Suivi

Il y a deux types de suivis en liens avec la rédaction de propositions de financement. Premièrement, il y a le suivi de type « que se passe-t-il ? », une fois que vous avez soumis votre proposition et que vous attendez une réponse depuis un certain temps. Deuxièmement, si vous avez la chance d'obtenir une réponse positive à votre demande, il y a le suivi qui aide à établir des liens forts et de support entre le projet/l'organisation et le donateur.

Suivi de la proposition

Vous avez donc rédigé une proposition qui répond aux critères du donateur, et vous l'avez rendue en temps voulu. Il se peut que vous obteniez rapidement une réponse. Il se peut que non. Le temps passe et vous ne savez pas très bien à quoi vous en tenir.

Quelle est la manière appropriée pour un projet ou une organisation de gérer une telle situation ?

Assurez-vous que votre proposition est bien arrivée et que le donateur l'a reçue. Puis vous devez attendre. Après une période de temps raisonnable (ce qui est déterminé par les informations que vous a fourni le représentant du donateur quant au temps qu'il fallait avant de recevoir une réponse ou, si vous n'êtes pas certain de la date à laquelle vous devriez espérer une réponse, après un mois ou six semaines), vous devriez suivre la proposition. Ce que vous pouvez faire soit :

- ✍ En téléphonant au représentant du donateur pour le demander ce qui se passe avec votre proposition et à quel moment vous devriez recevoir une réponse ;
- ✍ En suivant en écrivant pour demander ce qu'il en est de votre proposition, et à quel moment vous devriez recevoir une réponse.

Ces suivis devraient être :

- ✍ Formulés de manière polie et plaisante ;
- ✍ Persuasifs plutôt qu'agressifs.

Souvenez-vous que le donateur ne vous doit rien. Vous pouvez espérer que les représentants du donateur coopéreront et vous traiteront avec respect, mais vous n'en avez aucune garantie. Néanmoins, vous ne pouvez pas vous permettre de vous créer une mauvaise réputation et réclamant ou en considérant les allocations du donateur comme un dû. Une telle réputation circule vite dans le milieu des donateurs et il se peut qu'à cause de cette réputation, vos demandes futures aient moins de chances d'avoir des réponses positives. Vous ne voulez pas aliéner la communauté des donateurs.

Même si la réponse est "non" à la fin du processus, cela ne signifie pas que votre relation avec le donateur s'arrête là. Il y a souvent de bonnes raisons pour qu'une réponse soit négative, et vous avez le droit de demander pourquoi votre proposition a été rejetée. Voici une liste de certains des motifs de refus :



Rédiger une proposition de financement

- ✍ Les critères d'attribution d'allocations du donateur ne sont pas remplis par votre proposition ;
- ✍ La proposition n'est pas perçue comme portant sur un domaine prioritaire pour le donateur (priorité en terme géographique ou en terme de problème) ;
- ✍ La proposition n'impressionne pas, pour une raison quelconque, le représentant qui l'a passé en revue au départ ;
- ✍ Le donateur ne dispose pas de suffisamment de fonds pour soutenir la proposition.

Plus vous en savez sur les raisons qui ont conduit à un refus, moins il y a de chances pour que vous fassiez la même erreur la fois suivante. Souvenez-vous qu'il est important de faire ses recherches. Envoyer une proposition inappropriée est une perte de temps pour tout le monde.

Suivi de la subvention

Vous venez de recevoir la nouvelle que votre proposition avait été reçue avec succès. Le donateur est satisfait de votre proposition. Vous avez fait du bon travail. Félicitations !

Est-ce la fin du processus ?

Non. En fait ce n'en est que le commencement.

A partir de maintenant, vous devez chercher à développer une relation solide avec le donateur afin que, le moment venu, vous ayez une chance de lui envoyer de nouvelles propositions qui seront bien reçues et de pouvoir poursuivre une relation avec le donateur qui puisse bénéficier à chaque partie.

Voici quelques-unes de choses dont vous avez besoin pour établir une relation solide avec un nouveau donateur :

- ✍ Remercier le donateur de sa réponse favorable. En approuvant votre proposition, le donateur vous a prouvé que votre travail avait de la valeur. Vous devez répondre en montrant votre appréciation de l'engagement et de soutien du donateur.
- ✍ Gardez le donateur informé des progrès du projet et/ou de l'organisation. Pour cela, vous devez lui envoyer régulièrement des comptes-rendus et des informations qu'il pourrait trouver utiles ou intéressantes. Si vous avez bien fait vos recherches, vous devriez être capable de personnaliser ce processus consistant à garder le donateur informé.
- ✍ Invitez les donateurs aux événements que vous organisez – même si vous pensez qu'ils ne pourront pas venir.
- ✍ Répondez aux exigences du donateur concernant les rapports. Ce qui veut dire lui faire part des bonnes informations (narratives et financières), présentées au bon format, en temps voulu. Dès que vous avez signé un contrat avec un donateur, notez



Rédiger une proposition de financement

dans un agenda la date à laquelle vous devez lui remettre vos rapports. Faites un rappel dans votre agenda un mois avant la date de soumission de vos rapports, afin qu'ils soient prêts à temps. Mettez en place des mécanismes pour collecter l'information dont vous aurez besoin. Vous avez besoin d'un système de suivi et d'évaluation (Consultez la boîte à outils consacrée au Suivi et à l'Évaluation). Conservez les documents dont vous aurez besoin.

- ✍️ Soyez disponibles pour rencontrer les représentants des donateurs. Soyez prêts à répondre à leurs questions, organisez des excursions sur le terrain, et/ou expliquez les détails. Dans la mesure du possible, emmenez les représentants du donateur sur le terrain où ils pourront rencontrer les personnes que le donateur aide par sa contribution.
- ✍️ Faites en sorte que la communication soit toujours faite de manière ouverte.
- ✍️ Assurez-vous que vous savez ce que le donateur espère tirer de cette relation, et faites en sorte qu'il ait ce qu'il veut. Si vous avez bien fait votre travail de recherche, alors vous saurez ce qui intéresse le donateur. Vous pouvez également demander : « Que pouvons-nous faire ou que pouvons-nous vous apporter qui puisse vous aider dans votre travail ? » il se peut que ce soit des informations, que ce soit une participation à des conférences, ou simplement le partage de vos expériences. C'est ainsi que la relation donateur/projet devient un véritable partenariat.

SOUVENEZ-VOUS QU'EN RENDANT SERVICE A VOS DONATEURS, VOUS CREEZ UN POTENTIAL POUR DES RELATIONS A LONG TERME.



Rédiger une proposition de financement

EXERCICE REUSSI : EXEMPLE DE PROPOSITION

Voici un exemple de ce à quoi ressemblerait une bonne proposition. Souvenez-vous cependant que chaque proposition est différente.

Proposition de Financement

POUR LA FONDATION MERVIS

Soumise par :

The Agency Supporting Our Children (ASOC)

ASOC

234 Amilcar Avenue
3456 Ville principale
PAYS EN DEVELOPPEMENT

Téléphone : +78 23 789-6543
Fax : +78 23 789-6542
Email : asoc@connect.org.dc

Personne à contacter : Amina Tehani

TITRE DU PROJET :

Les Communautés pour Soutenir les Orphelins du Sida :

Un projet pour former les communautés des zones urbaines et péri-urbaines à s'occuper des orphelins du Sida sans diviser les familles ou placer les enfants dans des institutions.

Mars 2003



Rédiger une proposition de financement

RESUME DE LA PROPOSITION

L'Agency Supporting Our Children (ASOC) établit un projet visant à préparer les communautés à prendre soin des orphelins du Sida dans un contexte communautaire, sur la base du foyer. Le projet se déroulera dans deux circonscriptions pilotes, l'un en zone urbaine et l'autre en zone péri-urbaine, pour une période de deux ans. Le projet consistera en :

- ✍ Un soutien matériel (administré par l'ASOC et fournit par les Gouvernements Locaux) ;
- ✍ La formation de professionnels au niveau communautaire pour leur permettre d'apporter le soutien professionnel dont les orphelins du Sida ont besoin dans leurs circonscriptions ;
- ✍ La coordination d'activités de projets basés dans la communauté.

Le projet devrait concerner de 150 à 300 professionnels et 10 000 orphelins du Sida.

Le projet, qui est considéré comme un projet pilote, insistera sur les éléments suivants :

- ✍ Permettre aux enfants de se développer au maximum de leur potentiel en leur apportant un soutien psychologique, matériel et social ;
- ✍ Faire en sorte que les familles ne soient pas séparées dans le contexte de la communauté ;
- ✍ Etablir des projets basés dans la communauté et coordonner des structures pour assurer la durabilité de ces projets ;
- ✍ Un suivi, une évaluation et un archivage soigné afin de faciliter la répliquabilité du projet.

ASOC couvrira tous les frais administratifs au moyen des donations des congrégations de ses membres. Nous avons demandé le soutien de la Fondation Mervis pour nous aider à couvrir le coût de la formation et de la coordination.



Rédiger une proposition de financement

TABLE DES MATIERES

	Page
RESUME DE LA PROPOSITION	1
TABLE DES MATIERES	2
CHAPITRE 1 : LE CONTEXTE	3
1.1 Historique de l'épidémie de VIH/Sida dans le Pays en Développement	3
1.2 Historique de l'engagement de l'Agency Supporting Our Children (ASOC) dans le travail avec les orphelins du Sida	3
CHAPITRE 2 : OBJECTIFS DE L'ASOC LE PROJET DES COMMUNAUTES POUR LE SOUTIEN DES ORPHELINS DU SIDA	5
CHAPITRE 3 : PROCESSUS ENVISAGE	6
3.1 Vue d'ensemble	6
3.2 Résultats	7
CHAPITRE 4 : CONCLUSION	8
CHAPITRE 5 : RESUME DU BUDGET	9
ANNEXES :	
1 Liste des Membres du Conseil d'Administration de l'ASOC	
2 Rapport Annuel 2001 de l'ASOC	
3 Membres clés du personne – biographies rapides	
4 Budget détaillé	
5 Lettres de soutien des Gouvernements Locaux	
6 Bibliographie	



Rédiger une proposition de financement

CHAPITRE 1 : LE CONTEXTE

1.1 Historique de l'épidémie de VIH/Sida dans le Pays en Développement

Au cours des 20 dernières années, l'épidémie de VIH/Sida a connu une flambée dans notre pays. Selon le rapport (2001) de l'Organisation Mondiale de la Santé (OMS), il y a actuellement 6 millions de personnes infectées qui vivent dans le pays, soit une personne sur trois. Au cours des dix dernières années, le Sida est devenue la principale cause de mortalité dans le pays, et au cours des trois dernières années, quasiment un million de personnes sont décédées de maladies liées au sida (OMS 2001). Le rapport de l'OMS estime qu'il y a au moins 250 000 orphelins du sida dans le pays. Pour l'aspect encourageant des choses, le taux de nouvelles infections a diminué au cours des trois dernières années. Alors qu'en 1998, l'augmentation annuelle du taux d'infection des adultes était de 10%, il a diminué pour atteindre 5% en 2001 (Rapport 2001 du ministère de la Santé). La majeure partie des spécialistes de la santé attribue cette réduction du taux d'infection à l'excellente campagne d'éducation qui est menée par des agences non-gouvernementales et gouvernementales dans le pays depuis cinq ans. De plus, le fait que les anti-rétroviraux soient désormais disponibles dans toutes les cliniques publiques du pays signifie que le taux de mortalité lié au Sida est susceptible de chuter dans les quelques années qui suivent.

Cependant, la population constituée par les orphelins du sida est déjà considérable. Les recherches menées dans d'autres pays en développement ont montré que, lorsque le problème des orphelins du Sida n'était pas résolu, les taux d'infection commençaient à remonter une fois que ces enfants atteignaient l'âge adulte. Les enfants qui grandissent sans le soutien de leurs parents ou de la communauté sont plus susceptibles de contracter le virus que ceux qui bénéficient d'un tel soutien (Rapport du PNUD, 2000).

Notre pays dispose de très peu d'infrastructures ou de services pour résoudre la question des orphelins du Sida. Les seules ressources qui existent sont les institutions. Non seulement ces institutions ne peuvent s'occuper que de très peu d'enfants, mais des études ont aussi montré que les enfants qui grandissent dans des institutions sont plus vulnérables au VIH que ce qui ont été élevés dans la communauté. La prise en charge dans les institutions peut conduire à l'éclatement de jeunes familles, déjà dévastées par la perte de leur dernier contact avec leur système de soutien familial.

La prise en charge dans les institutions s'est également révélée très coûteuse. Dans des études réalisées dans d'autres pays en développement (PNUD, 2000), le coût du soutien à un orphelin du Sida dans la communauté revient à moins d'un tiers de la prise en charge de l'enfant par une institution. Ce soutien peut prendre la forme, par exemple, d'allocations attribuées au ménages dirigées par des membres de la famille encore adolescents, de centres de soins spécialisés dans des lieux comme les écoles et les cliniques, où de telles familles peuvent bénéficier de conseils et de soutien, et bénéficier des bourses habituellement versées aux grands-parents.

1.2 Historique de l'implication de l'Agency Supporting Our Children (ASOC) dans le travail avec les orphelins du Sida



Rédiger une proposition de financement

ASOC a été établie en 1995 par un consortium d'organisations religieuses, ne correspondant à aucune dénomination ou courant religieux particulier. Les membres actuels de notre Conseil d'administration sont entre autres constitués de personnages importants des communautés musulmanes et chrétiennes (consultez la liste des membres du conseil d'administration en Annexe 1). Au cours des six dernières années, nous nous sommes concentrés au soutien des orphelins du Sida à travers les structures de nos communautés religieuses. Voici une présentation des services que nous fournissons :

- ✍ un service pour trouver des foyers d'accueil pour ces orphelins, service grâce auquel 1 250 orphelins ont été placés ;
- ✍ un projet d'éducation et de soutien dans les institutions existantes ;
- ✍ un projet éducationnel à l'échelle du pays destiné aux professeurs pour les aider à faire face au défi que constitue le fait d'avoir des orphelins du sida dans les écoles et dans les classes.

Vous trouverez le détail de ces activités dans notre rapport annuel 2002 (voir Annexe 2).

Jusqu'à présent, nos activités ont été financées par les contributions de nos congrégations. Nous pensons cependant qu'un effort plus concerté est nécessaire pour préparer les communautés à faire face aux défis qui lui sont imposés. Nous proposons donc une approche d'éducation étendue qui, nous pensons, stimulera aussi les activités basées dans les communautés pour faire face au problème. Pour un tel projet, nous avons besoin de plus amples ressources que ce que nous pouvons espérer collecter dans nos congrégations, la plupart d'entre elles étant pauvres elles-mêmes. Nous avons connaissance de l'excellent travail réalisé avec le soutien de la Fondation Mervis dans les pays voisins. Nous avons en particulier été inspirés par le travail de l'AIDS Orphans Support Consortium dans le Pays en Développement Voisin 1. Comme le projet que nous avons à l'esprit est très similaire à celui de l'AOSC Community-based Orphan Support Project, nous vous envoyons cette proposition dans l'espoir que vous pourrez soutenir notre travail.



Rédiger une proposition de financement

SECTION 2: OBJECTIFS DU PROJET ASOC DES COMMUNAUTES AU SOUTIEN DES ORPHELINS DU SIDA

La vision générale de l'ASOC est résumée dans la déclaration suivante :

ASOC travaille pour créer une société dans laquelle chaque enfant est célébré comme unique et comme étant une création précieuse de Dieu, et est encouragé à développer tout son potentiel.

Ce que nous faisons en :

- ✍ Impliquant nos communautés et nos congrégations au soutien des orphelins ;
- ✍ Menant des campagnes d'éducation parmi les professionnels pour les préparer à faire face aux nouveaux défis ;
- ✍ Pilotant des approches d'un bon rapport qualité-prix et favorables à la conservation des familles pour apporter soutien et soin aux orphelins.

L'objectif du projet des Communautés au Soutien des Orphelins du Sida peut être énoncé de la manière suivante :

Dans les prochaines cinq années, chaque enfant orphelin à cause de l'épidémie de VIH/Sida de ce pays vivra dans un contexte familial, sera soutenu par la communauté et pourra profiter d'un niveau acceptable de soutien social, psychologique et matériel.

Pour être plus précis, l'objectif du projet est le suivant :

Au cours des deux prochaines années, les orphelins du VIH/Sida vivant dans le district A (péri-urbain) et dans le district Z (urbain) recevront un soutien et un encadrement au sein même de la communauté, en mettant l'accent sur l'importance que les familles restent réunies et en s'assurant que l'encadrement social, psychologique et matériel qui est fourni est adapté aux orphelins.



Rédiger une proposition de financement

CHAPITRE 3 : PROCESSUS ENVISAGE

3.1 Vue d'ensemble

Nous avons l'intention d'utiliser les Districts A et Z (où le nombre d'orphelins, selon le rapport de l'OMS cité plus haut, est le plus élevé) pour piloter notre approche. Environ 5 000 orphelins vivent dans chaque District. L'intervention sera suivie et évaluée avec soin (des études de base ont déjà été réalisées) et archivée afin qu'elle soit répliquable dans d'autres districts et par d'autres agences.

Afin de réussir les pilotes, nous avons constitué un partenariat avec les Gouvernements de ces Districts qui ont accepté de nous allouer des fonds pour couvrir les besoins matériels des orphelins pour une durée de cinq ans. Ces allocations seront administrées par un bureau central de l'ASOC situé dans chaque district. Les fonds de l'ASOC, collectés parmi les membres des congrégations, seront utilisés pour couvrir les frais administratifs. Les bureaux de district de l'ASOC auront la responsabilité de localiser les orphelins et de s'assurer que les fonds alloués sont correctement utilisés. Des rapports détaillés seront soumis aux Gouvernements des Districts. Pour que tout cela soit possible, l'ASOC embauchera environ dix animateurs socio-culturels dans chaque district, qui seront formés au préalable. Le coût de ces animateurs sera couvert par le fond réservé à l'administration de l'ASOC.

Cependant, nous estimons que pour que le projet réussisse, il est nécessaire de former la communauté dans une plus grande mesure en procédant à des interventions régulières avec les spécialistes suivants :

- ✍ des éducateurs ;
- ✍ des leaders religieux de la communauté (du clergé et convers) ;
- ✍ des professionnels de la santé ;
- ✍ des travailleurs sociaux ;
- ✍ des fonctionnaires du gouvernement du district appartenant à d'autres catégories.

C'est pour ce travail que nous demandons le soutien de la Fondation Mervis, étant donné que nous connaissons votre attachement à l'éducation et à la formation.

La formation, qui demandera à la fois un travail théorique et un travail pratique, sera faite de manière spécifique pour chaque groupe, et couvrira :

- ✍ L'identification des orphelins du Sida dans la communauté ;
- ✍ Le VIH/Sida – causes et impacts de l'épidémie ;
- ✍ Les besoins des enfants à risque et les soins nécessaires ;
- ✍ Le conseil pour les enfants à risque – conseils psychologique, social et sanitaire ;
- ✍ La fourniture d'un soutien aux ménages dirigés par des adolescents ;
- ✍ La mise en place et le déroulement des projets.

Chaque groupe sera constitué d'un minimum de 15 participants et d'un maximum de 30 participants. La formation aura lieu dans chaque district. L'intention, par là même, est de toucher de 150 à 300 professionnels dans les deux districts réunis. En raison de



Rédiger une proposition de financement

l'importance de faire participer à la fois des hommes et des femmes à ce travail, nous souhaiterions que 50% des participants appartiennent à l'une ou l'autre des catégories (homme/femme).

La formation se déroulera en quatre sessions de trois jours tous les ans sur une période de deux ans, ce qui fait un total de 24 jours de formation par groupe dans chaque district. L'Institut Technique National (ITN) a accepté de valider la formation par un certificat. Cela signifie que l'ITN approuvera le programme de la formation et son contenu et procédera à un contrôle qualité lors de la formation. Les qualifications pour le certificat seront évaluées à la fin des deux ans en évaluant l'implication dans le projet. Le personnel de l'ASOC se chargera de cela, avec l'aide d'un contrôle qualité réalisé par l'ITN.

De plus, nous avons l'intention de tenir des sessions de coordination trimestrielles au cours desquelles les représentants de chaque groupe identifié de chaque district pourront partager leurs expériences et mettre en place des moyens de coordonner les activités.

Nous envisageons ceci comme un processus sur deux ans, à la fin duquel nous pensons que les communautés de chaque district seront capables de rendre durables leurs efforts sans avoir besoin de notre soutien direct. Toutes les interventions lors de la formation auront pour but de créer une indépendance et une coopération des communautés de chaque district. L'ASOC continuera cependant à administrer les allocations matérielles pour une durée supplémentaire d'au moins trois ans, comme nous en avons convenu avec les Gouvernements des Districts.

La formation sera encadrée par des animateurs socioculturels bénéficiant d'importantes connaissances et d'expérience, sur la base d'un programme développé pour le projet par des experts en la matière. Nous avons l'intention de nous inspirer des programmes d'autres pays et de faire en sorte que les contenus de ces programmes soient mis à la disposition du grand public sur Internet. Nous apprécierions toutes suggestions de part de la Fondation Mervis par rapport à tout ce qui pourrait nous aider à accéder à des programmes qui existeraient déjà et pour faire en sorte que nos programmes soient mis à la disposition du public.

3.2 Résultats

Les résultats planifiés pour la fin de la période des deux ans sont les suivants :

- ✍ Cinq cours, chacun consistant de huit modules ;
- ✍ Les livres de travail des participants et les guides des facilitateurs pour chaque module ;
- ✍ Un total de 80 modules de trois jours (40 dans chaque district, huit pour chacun des cinq groupes) ;
- ✍ Entre 150 et 300 personnes seront diplômées à la suite du programme ;
- ✍ Au moins cinq projets fonctionnant de manière efficace dans chaque district ;
- ✍ Des Comités de Coordination de District Indépendants dans chacune des deux districts pour former une base à la durabilité ;
- ✍ Un rapport présentant les expériences et l'impact du projet sur une base de répliquabilité.



Rédiger une proposition de financement

4 CHAPITRE 4 : CONCLUSION

En résumé :

- ✍ Nous demandons à la Fondation Mervis de nous soutenir pour nous permettre d'intégrer l'élément formation à notre Projet des Communautés au Soutien des Orphelins du Sida.
- ✍ L'objectif de ce projet est d'assurer que chaque orphelin de ce pays reçoit le soutien social, psychologique et matériel dont il a besoin pour se développer au maximum de son potentiel.
- ✍ Nous pensons que le contexte dans lequel nous opérons fait de ce projet un impératif. Nous avons l'intention de piloter le projet dans deux districts, qui pourra ensuite être utilisé comme modèle répliquable par d'autres agences.
- ✍ L'accent qui est mis sur le développement de ces deux districts et des projets communautaires font que ce projet est susceptible d'être durable au niveau de la communauté.
- ✍ Nous avons déjà obtenu une aide substantielle de la part des deux Gouvernements des deux Districts participant au projet, avec lesquels nous avons aussi formé un partenariat, pour apporter une aide matérielle aux orphelins des communautés de ces deux districts, sans avoir recours aux placements en institutions.
- ✍ Nous pensons que notre expérience et nos compétences financières et en matière de gestion (consultez l'Annexe 2, vous y trouverez, vous étayer ces propos, une copie de notre rapport annuel le plus récent), nous place en excellente position pour faire de ce projet un succès. Le personnel de notre siège social qui participera à ce projet dispose d'excellentes qualifications et bénéficient d'une grande expérience (des biographies rapides des deux membres clés du personnel sont insérés en Annexe 3).



Rédiger une proposition de financement

CHAPITRE 5 : RESUME DU BUDGET

Un budget complet, parfaitement détaillé, est inséré en Annexe 4. En résumé, nous demandons à la Fondation Mervis de nous financer à hauteur de 70 000\$ US lors de la 1ère Année, et de 100 000\$ lors de la 2ème Année. Ceci nous permettra de couvrir ce qui suit :

	1ère Année	2 ^{ème} Année
Développement et production de programmes	US\$ 20 000	US\$15 000
Ateliers de coordination	US\$ 15 000	US\$ 20 000
Sessions de formations - logistique	US\$ 30 000	US\$ 45 000
Frais de personnel supplémentaires	US\$ 5 000	US\$ 20 000

Ce qui fait en moyenne entre 1 133 \$ et 567\$ par professionnel, et 17\$ par orphelins du Sida soutenu. Le ratio bénéfice : coût sera augmenté de manière substantielle si le projet prouve qu'il est répliquable, comme nous l'espérons.

Nous avons également demandé des financements à la Fondation Steinhobel et à la Fondation Backbrunberger, pour couvrir respectivement les frais de formation du personnel et les conseils au personnel, et les coûts de soutien des projets communautaires (capitaux d'amorçage).

Tous les frais liés à l'administration seront à la charge de l'ASOC, grâce aux donations des congrégations membres. Les Gouvernements de Districts ont accepté de couvrir les allocations pour le soutien matériel direct. Une lettre de chacun des Gouvernements de District confirmant ce qui précède est insérée en Annexe 5.

Si vous estimiez que cette somme est plus élevée que la contribution que vous pourriez faire, nous vous demandons de réfléchir à la possibilité de financer l'un des deux districts proposés, à la moitié du coût du total demandé.

Dans l'attente de votre réponse et en espérant que nous pourrions travailler ensemble dans le futur.

ASOC
20 mars 2003



Rédiger une proposition de financement

SOURCES

Proposals that Make a Difference: How to write effective grant proposals, Oxford Learning Space, oxis@fahamu.org.uk



Rédiger une proposition de financement

GLOSSAIRE

CPOP

C = Contexte
P = Pertinence (du contexte, pour vous et pour le donateur)
O = Objectifs
P = Processus.

Indicateurs

Les indicateurs sont des signes ou des jalons par rapport auxquels vous pouvez évaluer vos progrès ; par exemple, « 75% des femmes chefs de ménage dans la région ABC sont capable de se nourrir et de nourrir leur famille, au niveau que l'OMS a identifié comme étant « sain ».

Analyse du cadre logique

L'ACL est un format particulier utilisé pour planifier un projet.

Résultats obtenus

Les résultats obtenus sont les choses tangibles (activités, produits) qui émergent des activités ; des exemples de « résultats » sont les ateliers de formations, les publications, les rapports, etc.

Répliquabilité

La répliquabilité désigne la possibilité d'utiliser les leçons tirées d'un projet pour en mettre en place un autre très similaire dans un autre endroit.

Durabilité

La durabilité signifie ici la possibilité pour que l'impact réalisé par le projet se poursuive une fois le projet terminé.



Rédiger une proposition de financement

CIVICUS: Alliance Mondiale pour la Participation Citoyenne

Fondée en 1933, CIVICUS: Alliance Mondiale pour la Participation Citoyenne, est une alliance internationale qui vise à favoriser l'émergence, la croissance et la protection de l'action citoyenne, plus particulièrement dans les régions où la démocratie participative et la liberté d'association des citoyens sont menacées.

Pour plus d'informations:

CIVICUS: Alliance Mondiale pour la Participation Citoyenne
24 Pim Street, corner Quinn Street
Newtown, Johannesburg 2001
South Africa
P.O. Box 933
Southdale, 2135
Afrique du Sud
Tel: +27 11 833 5959
Fax: +27 11 833 7997

1112 16th NW, Suite 540
Washington D.C. 20036
USA
Tel: +202 331-8518
Fax: +202 331-8774

<http://www.civicus.org>