

ADMICAL

# VisioRéso

Partagez vos bonnes pratiques d'engagement



## JOUER COLLECTIF ET LOCAL : REPENSER SES APPELS À PROJETS

**COMPTE-RENDU DE  
LA VISIORÉSO  
DU 08 MARS 2022**

**AVEC LES TÉMOIGNAGES DE :**



**Marie-Sophie CALOT DE LARDEMELLE, Directrice  
du mécénat musical, Fondation Orange**



**Charlotte JONCHERE , Responsable du  
développement, Fondation Maisons du Monde**



# LES BONNES PRATIQUES À RETENIR

## Comment mobiliser en interne sur un appel à projets ?

- Construire un réseau de délégués mécénat (en région ou à l'international) et les inclure dans l'ensemble du processus de sélection : relai de communication, lien avec leur réseau, le milieu associatif et les collectivités, accompagnement des projets au dépôt de candidatures, remontée des projets, présélection en amont d'un comité de sélection, participation au choix des montants accordés, transmission et explication de la réponse donnée, opérations de relations publiques, valorisation du projet, etc.
- Mobiliser les collaborateurs pour leur faire découvrir les projets financés sur le terrain, les impliquer dans le processus de sélection, le vote des projets (ex : le choix du projet au passage à l'arrondi en caisse) et leur accompagnement en mécénat de compétences (associer les collaborateurs du territoire) ou leur proposer d'être ambassadeur auprès des clients.
- Ne pas prendre les décisions individuellement. Ne pas se lancer dans un partenariat sans validation par le terrain afin de bénéficier de l'ensemble des expertises possibles et de comprendre comment le projet s'ancre dans le territoire, voire d'aller constater le sérieux du projet sur place.

Outils de gestion d'un appel à projets : [Optimy](#) (Fondation Orange), [Selecteev](#) (Fondation RATP).



# Comment mettre en place un appel à projets collectif public-privé ou avec d'autres mécènes ?

- S'associer à un groupe de mécènes déjà constitué ou choisir d'en créer un avec des partenaires avec lesquels une relation de proximité a déjà été nouée (bonne interconnaissance, enjeux et valeurs proches, porteurs de projets accompagnés identiques, etc.), ou avec des partenaires en cohérence avec la thématique ou le territoire choisis.
- S'associer à une collectivité territoriale qui pourra jouer le rôle de coordinateur, animateur et diffuseur. Être aligné avec la stratégie de la collectivité pour avoir davantage de visibilité et d'impact. Envisager un co-financement des collectivités.
- Se mettre d'accord sur les critères et le processus de sélection : critères absolument identiques ou tronc commun accompagné de critères propres à chaque mécène, permettant de financer certains projets davantage en cohérence avec ses axes d'intervention ou aller financer tous ensemble les mêmes projets pour faire davantage la différence.
- Choisir un budget global à allouer à l'appel à projets collectif, allouer les montants en fonction des projets et des contributions des autres ou faire en sorte que chaque acteur alloue un budget identique ou un pourcentage équivalent par rapport au budget de chacun.e.
- Se mettre d'accord sur le calendrier d'action (la temporalité sera probablement différente de celle des projets « classiques » du mécène), l'implication de chacun.e et le niveau d'ambition choisi (à mettre en lien avec le nombre de parties prenantes).
- Interroger les modalités de suivi : conventions communes, suivi et évaluation communs (faire des visites ensemble, recevoir le même rapport semestriel, etc.).
- Interroger les enjeux de co-branding entre plusieurs marques : risque vs opportunité ?



## Pourquoi mettre en place un appel à projets collectif public-privé ou avec d'autres mécènes ?

- Maximiser l'impact des financements et aller plus loin ensemble
- Simplifier les démarches de demande de financement des porteurs de projets sur une thématique et/ou un territoire donné.
- Simplifier leur reporting auprès d'acteurs partageant des enjeux similaires.
- Simplifier les démarches de sélection des projets du côté des mécènes.
- Mettre autour de la table différentes expertises complémentaires, bénéficier de l'intelligence collective afin d'avoir une vision la plus objective et fine possible et un processus de sélection le plus transparent possible.
- Ne pas reproduire un appel à projets classique et innover dans l'approche.

# POURSUIVEZ LES ÉCHANGES !

Vous trouverez les coordonnées des personnes présentes dans le document joint.



# POUR APPROFONDIR LA RÉFLEXION, QUELQUES RESSOURCES :

- **La rubrique appels à projets d'Admical** > N'hésitez pas à transmettre vos appels à projets pour publication à **Diane Abel**, Responsable de la communication et des études, [dabel@admical.org](mailto:dabel@admical.org)
- Deux exemples d'appels à projets collectifs :
  - **Biodiversité avec la Région des Pays de la Loire**
  - **Grandir avec la nature**
- Les formations Admical :
  - **Maîtriser les étapes de l'ingénierie d'un appel à projets : de la rédaction de l'annonce au choix du candidat** en partenariat avec Assemble. Prochaines dates : 12 mai et 13 mai matin puis 19 mai matin / 17 novembre et 18 matin puis 30 novembre matin
  - **Maîtriser le processus de sélection des projets à financer par le mécénat** en partenariat avec Ideas. Prochaine date : 9 juin 2022

