

UNE INITIATIVE DE



PRÉSENTÉ PAR



TROUSSE DE MOBILISATION

fr.davidsuzuki.org/prix-demain



**LE CHANGEMENT,
C'EST VOUS!**



PRÉSENTÉ PAR



TROUSSE DE MOBILISATION

Cette trousse s'adresse aux citoyennes et citoyens qui ont parti un projet, quel que soit le domaine : ruelles vertes, jardins communautaires, protection d'un boisé, d'un lac ou d'un espace naturel, groupe d'action citoyenne ou scolaire...

Certains de vos projets sont déjà aboutis, d'autres sont seulement au stade d'idées. Certains ont 25 ans d'existence et d'autres à peine quelques semaines. Et pourtant, tous ont un point en commun : ils construisent le Québec de demain, à coup de plantation d'arbres, de rencontres communautaires et de lettres à d'opinion dans les journaux.

En échangeant vos meilleures pratiques et vos bons coups, en partageant les enjeux, en rencontrant d'autres citoyennes et citoyens engagés, en nous tenant tricotés serrés, nous permettons au Québec d'aller plus loin. Comme le dit le proverbe : **« tout seul, on va plus vite, ensemble, on va plus loin ».**

Le [Prix Demain le Québec](#), qui a vu le jour en 2014, a pour but de mettre sous les projecteurs ces projets essentiels dans leur communauté. La visibilité de la Fondation David Suzuki, combinée à celle du Mouvement Desjardins, permet aux projets gagnants de s'attirer une véritable reconnaissance, et un soutien financier important.

Nous espérons que ce guide permettra de faire fleurir de nouveaux groupes citoyens, de nouvelles initiatives locales, de nouvelles réglementations en faveur de l'environnement. Et que les gestes individuels se transforment en geste collectif, vers une transition écologique juste, vers un Québec vert et carboneutre.

Bonne lecture et bonne continuation !

L'équipe de la Fondation David Suzuki



CULTIVER L'ESPOIR
GAGNANT DU PRIX ACTION DAVID SUZUKI EN 2017
PHOTO : FRÉDÉRIQUE MÉNARD-AUBIN

Vous avez créé votre projet ? Bravo ! Vous devez maintenant le faire rayonner, rejoindre de nouveaux alliés et diffuser vos actions. Par où commencer ? En fait, tout est lié. Un plan de communications clair vous permettra d'aller plus loin — mais pour le rédiger, il faut déjà avoir des bénévoles et des membres dans le groupe.

Commencez donc par vous regrouper : entre voisins, entre amis, parents d'élèves... Il est plus facile de réfléchir à plusieurs ! Et on est souvent plus intelligent en groupe ! :)

Mobilisation sur le terrain :

a. Préparer les rencontres

Des conseils-clés pour un événement réussi :

- Annoncez l'événement sur Facebook au moins 15 jours avant
- Choisissez un lieu central et accessible, type café ou espace communautaire, qui accepte les enfants
- Choisissez de préférence un mercredi ou un jeudi soir de 5@7, ou en fin de semaine.
- Prévoyez une rencontre de 2 heures maximum
- Bouchées et breuvages sont d'excellents arguments pour remplir la salle !



b. Le jour de la rencontre

- Préparer un ordre du jour précis
- Rappelez les règles de courtoisie pour une discussion harmonieuse : respect de chacune du temps de parole, afin que tout le monde puisse s'exprimer
- Organiser des sous comités selon les compétences et intérêts des personnes présentes : communications, levée de fonds, coordination... Idéalement, 5 à 6 personnes par groupe, avec un maximum de 10 personnes
- Gardez un œil sur le temps !
- Concluez en annonçant les prochaines étapes et la date de la prochaine rencontre
- Et pour doubler les présences à la prochaine rencontre : que chacun vienne accompagné !





Mobilisation en ligne :

La communication en ligne est essentielle, mais ne remplacera jamais une rencontre « en personne ». Considérez les médias sociaux comme votre meilleur allié pour rejoindre un nombre maximum de gens... et les inviter à vos événements en personne !

a. Réseaux sociaux

Dans un premier temps, inutile d'être partout, une page Facebook est souvent le meilleur moyen de faire parler de vous.

Pour se parler entre membres :

- Groupe Facebook (privé ou public)
- L'application [Slack](#) permet de se parler facilement en grand nombre
- Créer une adresse courriel générique, type exemple.projetCitoyen@gmail.com



Un exemple à suivre : Demain Verdun : la spontanéité est parfois payante !

En 2017, Emmanuelle, inspirée par les histoires positives du film « Demain » et du livre « Demain le Québec », décide de lancer le groupe Demain Verdun, où elle réside. Surprise : en quelques jours, pas moins de... 900 personnes rejoignent la page Facebook ! La population était prête, il ne manquait d'un déclencheur. Aujourd'hui, le groupe a mis sur place plusieurs projets : ciné-Verdun, création d'un jardin de la biodiversité, des comités de réflexion sur la démocratie ou la monnaie locale... et a été sélectionnée par la Maison de l'innovation sociale pour un programme de soutien d'une année !



LA PLANÈTE S'INVITE AU PARLEMENT
FINALISTE DU PRIX DEMAIN LE QUÉBEC 2018
PHOTO: MAURY CARRERA

DEMAIN VERDUN
PARTICIPANT AU CONCOURS PRIX DEMAIN LE QUÉBEC 2018



Nul besoin d'être un expert en communications pour bien réussir son projet ! Il s'agit de maîtriser quelques éléments de base qui vous permettront de faire rayonner vos actions et activités et faire parler de vous. Voici quelques pistes afin de partir du bon pied :

a. Objectifs

Fixez-vous des objectifs clairs ! Concentrez-vous sur deux ou trois priorités à la fois et établissez des étapes qui vous permettront de mieux évaluer votre progrès. Certains objectifs seront plus concrets et quantitatifs, alors que d'autres seront de nature plus qualitative.

Exemples :

- Sensibiliser au moins 10 familles à un enjeu particulier
- Offrir une conférence grand public à au moins 100 citoyens
- Accroître le nombre de supporteurs dans les médias sociaux
- Obtenir 500 signatures sur une pétition en ligne / formulaire d'engagement



b. Publics cibles

Il est utile, voire essentiel, de déterminer vos publics cibles avant d'entamer toute promotion de votre projet, c'est-à-dire les personnes que vous désirez toucher plus particulièrement. Lorsqu'on comprend mieux à qui on s'adresse, c'est infiniment plus facile de savoir où et comment les rejoindre.

Dans plusieurs cas, il est également souhaitable de considérer les médias comme une sorte de public cible, pour son pouvoir de relayer vos messages. Soyez créatifs : plusieurs journalistes sont très actifs sur Twitter ; à vous de déterminer si ce serait donc souhaitable de vous ouvrir un compte pour les tenir au courant de vos nouvelles de façon plus spontanée.

c. Messages clés

C'est inévitable : lors d'entrevues, de discussions avec des partenaires potentiels et même avec vos proches, on vous demandera d'expliquer votre projet. Il est donc utile de rédiger quelques messages clés pour bien résumer votre projet en une ou deux phrases. Gardez vos messages clés courts, simples et faciles à retenir.

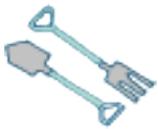
Allez plus loin : n'hésitez pas à partager votre histoire et votre expérience unique avec vos publics cibles. Un « narratif » puissant suscite souvent plus d'intérêt et d'action que des simples faits. N'hésitez pas à insuffler de la passion dans vos communications.



d. Matériel promotionnel

Une fois que vous aurez déterminé vos objectifs, vos publics cibles et vos messages clés, songez à créer du matériel promotionnel (en ligne et/ou imprimé) captivant et pertinent pour vos publics cibles. Ce matériel pourrait comprendre :

- **Un logo** : assurez-vous de concevoir des versions haute résolution, en couleur et noir et blanc, et en plusieurs formats : EPS, PNG et JPG. Songez à créer un slogan pour accompagner votre logo.
- **Du matériel virtuel** : une image vaut 1000 mots ! Plutôt que de simplement partager vos pensées, vos demandes et des articles dans les médias sociaux, songez à créer des infographies captivantes qui iront chercher beaucoup plus de « j'aime ».



- Photos haute résolution gratuites : unsplash.com
- Outil gratuit pour créer des infographies, affiches, vidéos et autre matériel visuel : canva.com

- **Des vidéos** : une vidéo vaut 1000 images ! Dans cette ère digitale, les vidéos sont le moyen le plus efficace pour rejoindre votre public. Limitez vos vidéos à 1 minute maximum et ajoutez des sous-titres.

- Musique gratuite pour vidéos : adweek.com/digital/royalty-free-music/

- **Du matériel imprimé** : vous prévoyez organiser des événements ou monter un kiosque ? Une affiche, une bannière autoportante ou une banderole affichant votre logo et votre slogan sont une excellente façon pour vous faire connaître et signaler votre professionnalisme. Si vous n'avez pas les sous pour vous payer ce matériel, soyez stratégiques : communiquez avec des entreprises locales afin d'obtenir une commandite.



- **Autres** : les mots « marketing » et « promotion » vous intimident toujours un peu ? Visitez le site Web de Desjardins destiné aux entreprises pour télécharger leurs outils pour rédiger un plan de marketing interactif, obtenir des fiches-conseils et pour simplifier la gestion de votre projet ou petite entreprise : <https://www.desjardins-outils-entreprises.com>



e. Partenariats



Un point commun pour la plupart des projets communautaires : le manque de financement. Toutefois, nul besoin d'un gros budget pour réussir votre projet! Il s'agit d'être créatif, entrepreneurial et, surtout, axé sur la force des partenariats. Voici quelques pistes pour vous entourer d'alliés :

- **Entreprises locales :** comme mentionné ci-haut, établissez un lien avec les entreprises dans votre voisinage; donnez-leur un coup de fil ou, encore mieux, rencontrez-les en personne pour expliquer votre projet et déterminer si une commandite ou un partenariat serait envisageable. Offrez-leur une visibilité dans vos communications afin de les remercier publiquement.
- **Élus et représentants municipaux :** ne vous gênez pas pour les contacter. Vos élus sont souvent plus que ravis d'être mis au courant de vos projets et heureux de vous soutenir... ce qui pourrait vous apporter davantage de notoriété.
- **Organismes locaux :** établissez une liste des groupes locaux qui ont des valeurs similaires aux vôtres; contactez-les pour déterminer les occasions de partenariat. Un simple partage de vos nouvelles dans leurs réseaux (et vice versa!) pourrait vous rendre un énorme service.
- **Autres partenaires potentiels :** écoles et universités, caisses Desjardins, groupes sportifs, etc.



f. Relations de presse

Il est temps de faire parler de vous! Comment faire? C'est simple, les médias sont toujours à la recherche de belles histoires comme la vôtre. Voici quelques trucs et astuces pour leur partager vos nouvelles :



- Créez une liste de presse : partez à la recherche des journalistes et médias locaux qui pourraient s'intéresser à votre histoire et votre projet.
- Organisez un point de presse au moment du lancement du projet ou lors de vos événements spéciaux.
- Invitez les médias à l'aide d'un avis aux médias (voir le gabarit en annexe 1)
- Ou, tout simplement, envoyez un communiqué de presse (voir le gabarit en annexe 2) aux médias sur votre liste de presse pour leur partager vos nouvelles et offrir une entrevue
- N'oubliez pas de faire un suivi téléphonique suite à l'envoi de tout communiqué ou avis aux médias; soyez concis et courtois lors de vos appels, et indiquez votre disponibilité pour faire une entrevue
- Considérez les médias non traditionnels pour faire parler de vous : blogueurs, sites Web, magazines spécialisés, web télé, etc.
- Offrez aux médias ciblés une exclusivité; ils se sentiront privilégiés et vous accorderont plus d'attention.



Vous avez plein d'idées pour faire croître votre projet, et vos finances sont limitées pour les réaliser? Les budgets restreints, voire non existants, sont souvent un enjeu important pour les projets communautaires. Alors que les partenariats peuvent souvent combler un manque d'outils et de ressources, il est toujours souhaitable et avantageux d'avoir un petit budget pour permettre à votre projet d'opérer au quotidien et en assurer la pérennité.

Voici quelques pistes, dont plusieurs qui vous sont offertes par le Mouvement Desjardins, présentateur du Prix Demain depuis déjà cinq ans, pour vous donner une longueur d'avance :

a. Ressources Desjardins



Découvrez le programme Créavenir de Desjardins, qui offre un accompagnement, du mentorat et une aide sous forme de financement et de subventions aux jeunes entrepreneurs qui démarrent une entreprise ou qui possèdent une entreprise de moins de 3 ans :

LES JARDINS DES PATRIOTES
FINALISTES DU PRIX DEMAIN LE QUÉBEC 2018



Si votre projet est retenu :



- Vous bénéficierez d'un accompagnement tout au long du démarrage de votre entreprise.
- Vous aurez accès à une marge de crédit pouvant atteindre 15 000 \$ offerte au taux préférentiel + 0,5 % pour une période de 5 ans.
- Vous aurez accès à une carte de crédit Affaires dont la limite peut atteindre 1 000 \$, offerte au taux préférentiel + 0,5 %.
- Au besoin, vous pourriez aussi obtenir une subvention pouvant atteindre 5 000 \$ et pouvant servir de mise de fonds pour accéder à d'autres sources de financement.

Même après avoir obtenu une subvention, il se peut que vous n'avez pas la moindre idée par où commencer pour bien vous organiser. Voici quelques outils offerts par Desjardins pour vous rendre la tâche facile :

- Rédaction de plan d'affaires : <https://www.desjardins.com/page-renvoi/pilote-coop.jsp>
- Rédaction de budget : <https://www.desjardins.com/page-renvoi/pilote-coop.jsp>
- Gestion des factures : <https://www.desjardins-outils-entreprises.com/gerez-et-facturez/>



b. Demandes de subvention

Faites la liste des organismes, entreprises et fondations qui offrent des bourses et subventions à des projets communautaires comme le vôtre. Voici quelques idées :

- Le gouvernement du Québec offre plusieurs programmes de subvention pour les projets communautaires, dont : [Le programme de soutien aux initiatives sociales et communautaires du gouvernement du Québec](#) et le [Fonds d'aide à l'action communautaire autonome du gouvernement du Québec](#).
- Les municipalités et arrondissements se réservent souvent de petits budgets pour soutenir les projets communautaires : envoyez-leur une proposition ! Assurez-vous de faire valoir l'impact positif et les façons dont bénéficiera la communauté de votre projet. Vous pouvez également leur indiquer la visibilité qui leur sera offerte s'ils choisissent de soutenir votre projet.
- Votre projet écolo comprend-il également un volet social ? Si oui, ciblez autant les fondations qui offrent des subventions aux programmes sociaux que celles qui offrent des subventions aux programmes de nature environnementale !
- Organisez une levée de fonds communautaire ! À l'aide de bénévoles, tenez votre événement dans un endroit public achalandé et assurez-vous de bien expliquer ce que vous comptez accomplir avec les sous amassés.



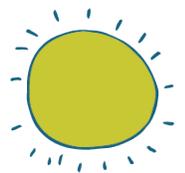
c. Sources potentielles de subvention pour les projets communautaires, ONG ou petites entreprises :

- La Ruche : <https://laruchequebec.com>
- PME Montréal : <https://pmemtl.com>
- Caisse d'économie solidaire Desjardins : <https://www.caissesolidaire.coop/prets/entreprises-collectives/CommAssociatif.html>



Des concours pour aller plus loin et aller chercher des soutiens à votre projet :

- Le Prix Demain le Québec : <https://fr.davidsuzuki.org/prix-demain/>
- Le Concours Mouvement de Novae : <https://novae.ca/concours/mouvement/>
- L'incubateur civique de la Maison de l'innovation Sociale : <https://www.mis.quebec/programme-incubateur-civique#!>



BON
SUCCÈS!



ANNEXE 1

EXEMPLE D'AVIS AUX MÉDIAS



FONDATION
DAVID SUZUKI
Un monde. Une nature.

[Notre Travail](#)

[Nos Experts](#)

[Passez à l'action](#)

[Blogs](#)

[La Fondation](#)

[Faites un don](#)

29 novembre 2018

AVIS AUX MÉDIAS – Manifestation «L'impossible équilibre» devant la CDPQ à midi

Montréal – Aujourd'hui, sur l'heure du midi, la coalition *Sortons la Caisse du carbone** lancera un nouvel appel à la Caisse de dépôt et placement du Québec pour désinvestir des énergies fossiles. Devant le siège social de la CDPQ, des artistes de cirque entourés de citoyens mettront en scène « l'impossible équilibre » entre le maintien des investissements dans les secteurs de production et transport des énergies fossiles vis-à-vis la volonté affichée par la Caisse de vouloir s'engager davantage dans la transition écologique.

Moins de deux mois après le rapport irréfutable du GIEC et à quelques jours de la COP24, l'urgence climatique bat son plein. Tout indique qu'il est temps pour la CDPQ d'arrêter de financer la crise climatique.

Des signataires du Pacte, Geneviève Rochette et Dominic Champagne, se joindront au rassemblement.

QUOI: Manifestation "L'impossible Équilibre"

QUAND: À 12h.

OÙ: Place Jean Riopelle, devant le siège social de la CDPQ à Montréal

Les membres de la presse sont invités à participer et poser leurs questions aux divers porte-paroles qui seront présent sur place :

- Anne -Céline Guyon, Front Commun pour la Transition Énergétique
- Mélissa Mollen-Dupuis, Fondation David Suzuki
- Diego Creimer, Fondation David Suzuki
- Sébastien Collard, Recycle ta Caisse
Patrick Bonin, Greenpeace Canada
- Mélanie Busby, MEAC
- Naomi Goldberg, Justice Climatique Montréal

*La Coalition *Sortons la Caisse du Carbone* regroupe le Front Commun pour la Transition Énergétique, la Fondation David Suzuki, Greenpeace Canada, Recycle ta Caisse, Réalité Climatique Canada, l'Association pour la voix étudiante au Québec (AVEQ), Justice Climatique Montréal (JCM), Leap Montréal, Mobilisation Environnement Ahuntsic-Cartierville (MEAC), EauSecours, ainsi que d'autres groupes citoyens, syndicats et représentants des peuples autochtones.

-30-

Pour d'autres informations:

Diego Creimer, affaires publiques et communications, Fondation David Suzuki 514-999-6743
dcreimer@davidsuzuki.org

Loujain Kurdi, conseillère aux communications, Greenpeace Canada 514-577-6657
loujain.kurdi@greenpeace.org

Facebook: <https://www.facebook.com/SortonsLaCaisse/>

ANNEXE 2

EXEMPLE DE COMMUNIQUÉ DE PRESSE



FONDATION
DAVID SUZUKI
Un monde. Une nature.

Notre Travail

Nos Experts

Passez à l'action

Blogues

La Fondation

Faites un don

11 décembre 2018

Prix Demain le Québec : dévoilement surprise de deux gagnants

Deux projets plutôt qu'un recevront chacun la visite de David Suzuki et 4 000 \$ offerts par le Mouvement Desjardins

11 décembre 2018 (MONTRÉAL) – Après plusieurs semaines de compétition, ce sont deux projets qui ont été désignés grands gagnants du Prix Demain le Québec : le **Festival Zéro Déchet** et la **Mission 100 tonnes**. La qualité des projets était telle que le Mouvement Desjardins, grand partenaire du Prix Demain, a opté de remettre deux bourses de 4000 \$ au lieu d'une et ainsi consacrer les deux projets coups de cœur du jury. David Suzuki rendra également visite aux deux groupes au printemps prochain.

Le **Prix Demain** est un concours panquébécois de la Fondation David Suzuki mettant en valeur les groupes citoyens ayant un impact concret et positif sur l'environnement et les communautés partout au Québec. Rappelons qu'une nouveauté distinguait déjà cette cinquième édition du concours : en raison du volume et de la qualité des candidatures reçues, la Fondation avait choisi de sélectionner **douze finalistes plutôt que dix**.

Le **Festival Zéro Déchet** et la **Mission 100 tonnes** se sont démarqués parmi les projets retenus sur plus de 200 candidatures reçues de partout au Québec, un nombre record. Les douze finalistes ont été soumis au vote du grand public entre le 1^{er} et le 10 décembre. Au total, plus de 13 000 citoyennes et citoyens ont voté pour leur projet préféré.

Deux gagnants, un objectif de réduction de déchets

Lancée en avril 2018, la **Mission 100 tonnes** s'était donnée l'objectif de retirer 10 tonnes des déchets des cours d'eau de la planète, en commençant par la Saint-Laurent et ses affluents. Depuis, le groupe a mobilisé et sensibilisé des milliers de personnes à la sauvegarde des océans et à l'importance de choisir des alternatives aux produits à usage unique en plastique. Ils n'auront eu besoin que de 75 jours pour atteindre leur objectif, qui s'est ensuite transformé en une mission pour ramasser 100 tonnes de déchets.

Quant au projet **Festival Zéro Déchet**, leur but premier est de réduire les déchets de plastique à la source en démythifiant le mode de vie zéro déchet et en offrant des solutions concrètes par le biais d'un festival grand public. Des conférences, des ateliers pratiques, une foire de 90 exposants et un appartement zéro déchet étaient au programme de la 2^e édition du Festival, à laquelle plus de 11 000 personnes ont participé, les 3 et 4 novembre derniers, à Montréal.

« Ces grands gagnants démontrent parfaitement le pouvoir et le potentiel que peut avoir un petit groupe d'individus qui se mobilisent pour changer les choses, ainsi que l'originalité des centaines de projets soumis au Prix Demain, a déclaré Karei Mayrand, directeur général pour le Québec de la Fondation David Suzuki. Nous saluons la Mission et le Festival pour leur vision partagée, qui tient compte de l'importance capitale de réduire rapidement notre empreinte écologique en favorisant un mode de vie zéro déchet, surtout dans un contexte de crise climatique. Les actions posées par les deux vainqueurs contribuent également et de façon significative à bâtir un avenir plus vert et plus sain, et démontrent qu'une véritable transition écologique est déjà en marche d'un bout à l'autre du Québec. »

« Une des solutions aux dérèglements climatiques réside dans l'engagement de la communauté à porter haut et fort l'enjeu environnemental sur la place publique, a indiqué Laure Mabileau du Festival Zéro Déchet. C'est pour nous une immense joie et fierté de recevoir cette reconnaissance pour tout l'engagement qui se cache derrière la réalisation de notre projet. Ce concours des belles initiatives rend honneur à ce que nous souhaitons voir demain, au Québec. Au-delà des récipiendaires, nous tenons à féliciter les finalistes, mais aussi tous les autres porteurs d'initiatives qui ont soumis leurs projets. »

« Quel bel honneur, se sont exclamés Lyne Marisette et Jimmy Vigneux de la Mission 100 tonnes. C'est formidable de voir qu'en alliant la science et les actions citoyennes on réussit à faire une réelle différence pour un enjeu aussi important que le plastique dans les océans. Il y a 12 projets formidables qui ont été mis en valeur dans les 10 derniers jours, et ils permettent tous un futur meilleur à notre planète. Nous sommes tous des gagnants. À la Mission 100 Tonnes, on croit que c'est ENSEMBLE qu'on change le monde, et pour cette raison, on accepte ce prix ex aequo avec le Festival Zéro Déchet, avec qui on va se faire un plaisir d'organiser un superbe événement commun. Lorsqu'on limite notre utilisation à la source, c'est nécessairement moins de déchets qu'on ramasse dans nos cours d'eau. Un bel exemple que nous sommes tous interconnectés. »

Quant au Mouvement Desjardins, grand partenaire du Prix Demain depuis cinq ans : « Nous sommes ravis d'offrir à deux groupes de citoyens plutôt qu'un seul l'occasion de faire rayonner leurs efforts titanesques et de poursuivre leur travail de réduction des déchets de plastique. Tenant compte de la décision récente de Desjardins d'éliminer au 31 décembre prochain l'achat de bouteilles d'eau et autres plastiques à usage unique, nous avons été particulièrement touchés de constater à quel point les deux récipiendaires partagent une volonté commune de réduire la pollution, mais aussi les émissions de gaz à effet de serre découlant de la production du plastique. Ensemble, et dans un esprit coopératif, citoyens, ONG et entreprises avons le pouvoir de réduire substantiellement cette source de pollution », conclut Mme Pauline D'Amboise, vice-présidente Gouvernance, Responsabilité sociale et Secrétariat général au Mouvement Desjardins.

La Fondation tient à féliciter l'Escouade anti-gaspillage alimentaire à Gatineau qui s'est vu décerner le Prix du public, ayant récolté plus de 3000 votes en ligne. Il recevra un prix de 1000 \$ offert par le Mouvement Desjardins.

Pour en connaître plus sur les projets gagnants :

Festival Zéro Déchet : <https://festivalzerodechets.ca/fr>

Mission 100 Tonnes : <http://www.mission100tonnes.com/>

Escouade anti-gaspillage alimentaire : <https://tcfso.org/escouade/>

Pour en connaître plus sur le Prix Demain le Québec et les anciens gagnants : <https://fr.davidsuzuki.org/prix-demain/>

- 30 -

Pour plus d'information :

Manon Dubois Crêteau, Fondation David Suzuki | 514-563-8455 | mdubois@davidsuzuki.org

ANNEXE 3

CAISSE.
 **D'ÉCONOMIE.**
SOLIDAIRE.

GRILLE D'ANALYSE D'UN PROJET COLLECTIF

Document préparé par Luc Rabouin
Directeur du développement stratégique
Caisse d'économie solidaire

Pour la Fondation David Suzuki
Janvier 2019

QUELQUES REMARQUES PRÉLIMINAIRES

- ✓ Toutes les personnes qui présentent un projet sont convaincues de la pertinence et du mérite de celui-ci
- ✓ Il y a toujours beaucoup plus de demandes que de ressources financières disponibles, donc il est impossible de financer tous les projets.
- ✓ Les membres d'un jury ou d'un comité d'allocation de fonds ont très peu de temps à consacrer à l'analyse de chaque projet, donc :
 - soyez clairs et concis;
 - évitez les généralités et les phrases creuses;
 - inscrivez toutes les informations importantes permettant d'évaluer votre projet;
 - prenez connaissance des critères du partenaire financier visé et assurez-vous que votre projet y réponde le plus possible;
 - relisez et faites lire votre projet par une personne qui ne le connaît pas car ce qui n'est pas écrit et qui reste dans votre tête n'existe pas!

Pour des demandes de contributions remboursables (ex : prêts), l'analyse sera beaucoup plus approfondie et vous aurez l'occasion de répondre aux questions posées par les partenaires financiers à travers un dialogue jusqu'au moment où ceux-ci évalueront que vous répondez à leurs conditions.

Autant pour les dons, commandites, subventions ou prêts, la plupart des partenaires financiers vont prendre en considération les éléments présentés dans le tableau ci-dessous.

GRILLE D'ANALYSE¹

Éléments d'évaluation	Indicateurs	Fort	Correct	Faible
Pertinence sociale	Identification du besoin/problème	Démonstration claire et documentée	Démonstration claire mais peu documentée	Démonstration vague
	Pertinence de la solution proposée	Adéquation claire entre le besoin et la solution proposée	Adéquation partielle entre les activités et le besoin identifié	Difficile de saisir le lien entre les activités et le besoin
Retombées du projet	Effet sur les personnes visées ou la communauté	Effet significatif direct découlant des actions proposées	Effet notable découlant des actions proposées	Peu d'effet direct découlant des actions proposées
	Nombre de personnes rejointes	Nombre important de personnes rejointes	Nombre appréciable de personnes rejointes	Peu de personnes rejointes
	Innovation	Le projet propose de nouvelles façons de répondre au besoin (nouvelle approche, nouveaux partenaires, besoins émergents)	Le projet répond à des besoins émergents ou implique de nouveaux partenaires	Rien de nouveau sous le soleil
Ancrage dans la communauté	Appuis tangibles par les acteurs du milieu	Soutien de la communauté fort et documenté. Implication du milieu au sein d'instances. Participation du milieu à la réalisation du projet. Soutien financier par des partenaires locaux.	Intérêt démontré par plusieurs intervenants. Prêt de ressources ou d'expertise.	Aucun témoignage de soutien au projet.
Équipe de projet	Expérience	L'équipe de projet a de nombreuses réalisations à son actif	L'équipe de projet a réalisé peu de projets ensemble, mais les membres comptent plusieurs réalisations individuelles	Premier projet collectif de cette équipe et pour la plupart des membres
	Diversité des expertises	Expertises pertinentes et complémentaires	Expertises présentes, mais certaines lacunes	Absence significative des expertises requises.
Budget	Adéquation du budget	Le budget permet de réaliser les activités prévues. Le partenaire financier sait clairement à quoi sa contribution va servir.	Le budget est en phase avec les activités prévues, mais l'affectation de la contribution financière demandée n'est pas précisée.	Il est difficile de comprendre la relation entre les activités proposées et le budget.
	Présence de partenaires financiers	Le budget prévoit divers partenaires financiers dont certains sont confirmés.	Le budget prévoit divers partenaires financiers, aucun n'a confirmé, mais fortes probabilités de confirmation.	Le budget prévoit un seul partenaire qui doit couvrir 100% des coûts du projet ou de multiples partenaires très peu probables.
	Autonomie du demandeur	La contribution financière demandée contribuera à développer l'autonomie du demandeur et n'exigera pas de financement récurrent.	La contribution financière demandée pourrait entraîner de nouvelles demandes afin de maintenir les activités, mais il y a une perspective d'autonomie.	Fortes probabilités de demandes récurrentes vu l'absence d'autres sources de financement.

¹ Inspirée du Guide d'analyse des entreprises d'économie sociale élaboré par Cap finance (2017) et des critères utilisés par la Caisse d'économie solidaire pour l'allocation de son Fonds d'aide au développement du milieu – caissesolidaire.coop

DONS, COMMANDITES ET SUBVENTIONS

Pour les dons, commandites et les subventions, les sources de financement sont multiples, autant privées que gouvernementales. Rappelez-vous que toutes les Caisses Desjardins ont un Fonds d'aide au développement du milieu (FADM) qui peut soutenir des projets à impact social dans la communauté. Informez-vous auprès de votre Caisse.

FINANCEMENT PARTICIPATIF

Il existe plusieurs plateformes de financement participatif qui vous offrent l'occasion de valider votre idée, de faire connaître votre projet et de recueillir des dons. Le Mouvement Desjardins est partenaire de La Ruche, une plateforme québécoise à but non lucratif : laruchequebec.com

L'organisme Territoires innovants en économie sociale et solidaire (TIESS) a publié deux outils pertinents :

- Guide sur le financement participatif pour les entreprises d'économie sociale (2017)
- Guide d'émission pour les entreprises d'économie sociale – Obligations communautaires (2017)

tiess.ca

CONTRIBUTION REMBOURSABLE (FINANCEMENT D'ENTREPRISES COLLECTIVES)

CAP Finance est un regroupement d'institutions financières axé sur l'économie sociale et la finance solidaire. L'originalité de CAP Finance réside dans la complémentarité de ces institutions financières et dans la volonté d'adopter des pratiques relevant de la finance socialement responsable.

Il existe des organismes spécialisés dans l'accompagnement des entreprises collectives qui peuvent vous aider à élaborer votre projet tels que PME MTL, la Coopérative de développement régional du Québec, Réseau coop, les Corporations de développement économique communautaire (Sherbrooke, Québec, Trois-Rivières), les Sociétés d'aide au développement des collectivités. Si vous ne connaissez pas les ressources d'accompagnement dans votre milieu, vous pouvez vous informer auprès de votre MRC ou de votre Pôle régional d'économie sociale.

Membres de Cap Finance

CAISSE.
D'ÉCONOMIE.
SOLIDAIRE.

IQ Investissement
Québec

M
MicroEntreprendre

FONDS
de solidarité FTQ

RISQ
RÉSEAU D'INVESTISSEMENT
SOCIAL DU QUÉBEC

FONDATION
Donner du sens à l'argent.

=fiducie
du Chantier
de l'économie sociale

Filaction
Fonds de développement

Desjardins
Capital