

SÉMINAIRE MODES DE FINANCEMENT DE LA RECHERCHE

Mardi 30 avril 2013

Mémo atelier « Comment monter son budget et financer son colloque international ? » (Annabelle)

Il s'agit ici du cas d'un colloque organisé à l'étranger. Cela peut être en partenariat avec une université qui accueillerait l'événement.

Bien entendu, il est indispensable de connaître le plus tôt possible la durée du colloque et le nombre d'intervenants.

Un budget doit être préparé en incluant toutes les dépenses y compris celles qui semblent les plus évidentes (par exemple, l'impression d'affiches ou de programmes) ou celles qui seraient déjà prises en charge (par exemple, un déjeuner pris en charge par l'université d'accueil). Cela permettra d'avoir une idée précise du coût global de l'événement et, le cas échéant, de chercher des financements supplémentaires.

1. Quelles dépenses ?

- les dépenses a minima :
 - o l'hébergement des intervenants : cela représente la part principale du budget. Selon le lieu où a lieu le colloque, la nuitée peut varier entre 30 et 100€...
 - o les repas et pauses : idem, il peut y avoir d'importantes variations selon le lieu.
- Les dépenses supplémentaires :
 - o Si le colloque n'est pas organisé dans les murs d'une université partenaire, location d'une salle.
 - o La publication des actes. Cela peut signifier également des frais de traduction qui peuvent être très importants (entre 0,10€ et 0,15€ le mot selon la langue).
 - o Communication : il est bon de prévoir une part de budget pour avoir une « vraie » affiche, l'élaboration d'une plaquette voire d'un document avec les résumés des communications, etc. Plus mon budget sera important, plus je pourrais créer des choses.
 - o Les déplacements des intervenants : c'est la dernière dépense à prendre en charge mais, effectivement, si je peux dégager une part de budget pour des universitaires de pays en voie de développement ou pour aider les jeunes chercheurs, c'est du bonus.

2. Quelles recettes ?

- Les universitaires organisatrices : on peut supposer que votre université et l'université partenaire pourront participer à l'organisation de votre colloque. Attention à bien valoriser tout ce qui sera ainsi fourni. Par exemple, la mise à disposition d'un car appartenant à l'université pour le transport des intervenants.
- La piste de la coopération : Ambassades de France, consulats, Instituts Français ou Alliances Françaises, autant d'organismes chargés, entre autre, de favoriser les relations entre scientifiques français et étrangers. Les ambassades de France ont de plus en plus des attachés culturels ou des chargés de coopérations scientifiques. N'hésitez pas à les contacter le plus rapidement possible. Certaines ambassades ont des dispositifs d'appels à propositions pour des manifestations scientifiques co-organisées.
- L'Agence Universitaire de la Francophonie : l'AUF peut soutenir le colloque s'il a lieu dans une zone francophone ou bien si un panel en français est prévu. L'AUF peut prendre en charge les déplacements et séjours de quelques intervenants. Là encore, ne pas hésiter à appeler le bureau régional pour avoir des informations. Généralement, il faut renvoyer un dossier 3 mois avant le colloque.
- Les antennes scientifiques locales : si votre partenaire est bien intégré dans ces réseaux, vous n'aurez peut-être pas à vous en occuper. Dans tous les cas, gardez à l'esprit qu'il y a sûrement des organismes de soutien à la recherche (équivalent du CNRS, Centre de recherche thématiques, etc.) et qu'ils peuvent peut-être soutenir votre manifestation.
- Les partenaires publics locaux : collectivités, musées.

- Les entreprises, françaises ou locales : cela demande un travail bien en amont de façon à ce que l'entreprise puisse inclure le colloque dans son budget communication. En échange de son soutien, différentes choses sont possibles : logos sur tous les documents du colloque, organiser une table ronde au siège social dans l'entreprise, etc.

S'il est bien préparé et bien réalisé, gardez à l'esprit que le colloque est bien sûr une superbe opportunité scientifique ; mais il peut également être votre plus bel outil de communication.