

Réseau d'Ecoute d'Appui et d'Accompagnement
des Parents de la Martinique, présente

Guide Pratique de Méthodologie de PROJET



Quelles stratégies pour passer d'une idée à sa mise en action ?

PARTENARIAT



Je fais un Diagnostic

1

C'est à dire que je vais mettre en perspective des éléments de connaissance recueillis, puis les confronter avec mon projet afin de mieux le positionner

Pour cela je vais,

- Me documenter
sur les acteurs en présence, sur les autres actions du même type, sur le contexte
- Recueillir des informations
sur la population, la géographie, l'équipements, services et actions existants ou manquants, acteurs institutionnels, ...
- Rencontrer des personnes
partenaires insitutionnels ou associatifs qui me donneront leur point de vue sur le contexte et sur mon projet
- Organiser et Analyser
il faut croiser les informations, les synthétiser par écrit, analyser et faire parler les chiffres

Un Bon diagnostic doit répondre à certaines questions

- Mon projet répont-il à un besoin ?
- Quels sont les points forts et les faiblesses inhérents au contexte ?
- Mon projet est-il réalisable et adéquat ?
- Qui sont les acteurs en présence et quelles relations ont-ils ?

exemple

Je suis bénévole associatif et je souhaite mettre en place un groupe de parole sur mon quartier en direction des parents. Je rencontre les autres associations qui ont porté une action similaire sur d'autres quartiers ou sur d'autres communes, afin d'identifier leurs modalités, leur mode de fonctionnement, leur positionnement. Je vais voir également les autres associations du quartier et les institutionnels en présence (CCAS, Conseil général, Ecole, ...) pour entendre leur point de vue, identifier leurs attentes et leurs besoins. Au cours de mes échanges j'apprends qu'il existe un Centre de Ressources qui m'aider dans mon projet. Je le rencontre pour avoir plus d'informations.

TRUCS ET ASTUCES

Eviter l'accumulation trop importantes d'informations. Seules les infos pertinentes par rapport au projet sont à retenir

Aligner et juxtaposer des chiffres ne fait pas un diagnostic. Il est important de les croiser avec d'autres informations pour pouvoir les interpréter.

Commencer à écrire dès la phase de diagnostic permet de garder trace de toutes les informations et réflexions. Cela sera un support utile au moment de l'écriture définitive de mon projet

N'hésitez pas à vous rapprocher des centres de ressources et des institutionnels.

Je définis mes objectifs

2

Cela me permet de concrétiser une idée en (d)écrivant la marche à suivre pour atteindre le résultat visé.

Pour cela je vais,

- ✓ Formuler des objectifs généraux
quels sont les buts, les intentions que je me donne
- ✓ Définir des objectifs opérationnels
centrés sur l'action, ils précisent de manière très concrète le plan d'action, la méthode, le public concerné, les délais les résultats attendus. Ces objectifs doivent renvoyer à des données observables et mesurables dans une durée précise avec des conditions de réussite clairement énoncées.

Une bonne méthode, la méthode SMART

- ✓ S, comme Spécifique
Un objectif (trop) général serait « lancer un groupe de parole » tandis qu'un objectif spécifique est par exemple « créer un groupe de parole hebdomadaire sur la réussite éducative réunissant au moins 20 parents entre janvier et décembre 2011 ». Une façon de vérifier qu'un objectif soit bien spécifique consiste à vérifier qu'il contienne bien un verbe (réunir), un nom (parents) et un nombre (20).
- ✓ M, comme Mesurable
C'est extrêmement important car si l'on n'a pas de critère mesurable, il est impossible d'évaluer son avancement. Sans point de repère, pas facile de trouver son itinéraire ! Dans l'exemple précédent, l'objectif est bien mesurable par le biais du nombre de parents réunis.
- ✓ A, comme Adapté
Cela renvoie au Diagnostic, mon projet est-il adapté au contexte, répond-il à un besoin ?
- ✓ R, comme Réaliste
Un projet réaliste, c'est un projet qui est compatible avec ses ressources actuelles, que ce soit au niveau financier, ou au niveau du temps que l'on peut y consacrer
- ✓ T, comme Temporellement défini
Sans date limite, aucun objectif n'aboutit jamais. Ici notre objectif doit être atteint en janvier et décembre

exemple

Objectif Général : Agir pour la réussite scolaire

Objectifs Opérationnels SMART : Créer à partir de la rentrée scolaire, une action d'accompagnement scolaire de 17h à 19h au sein du centre social, animée par des bénévoles pour une vingtaine d'enfants. Mettre en place un groupe de parole tous les 1er mardi du mois de 17h à 19h avec les parents, au sein du local associatif animé par un professionnel afin de débattre des préoccupations rencontrées par ceux-ci

TRUCS ET ASTUCES

Eviter dans l'énoncé des objectifs opérationnels, les verbes trop généraux du type : favoriser, susciter, développer

Dans bon nombre de projets, les objectifs généraux et opérationnels sont confondus. Or construire un projet sur la seule base d'intentions ne permet pas de le préciser, de le mettre en oeuvre, ne de l'évaluer efficacement.

Je prévois l'évaluation

3

Evaluer permet de mesurer l'impact de l'action, son efficacité, la manière dont elle a été conduite, afin d'en assurer le suivi ou la recadrer

Pour cela, et à partir des objectifs du projet, je vais :

- ✓ Définir quelques indicateurs précis
Des indicateurs tant quantitatifs que qualitatifs de mesure des résultats que je veux atteindre
- ✓ Me donner les moyens de répondre à quelques questions
Comment s'est déroulée l'action ? Quelle a été l'implication de mes partenaires ? Est-ce que j'ai pu réunir les moyens dont j'avais besoin ? Est-ce que les délais et les étapes ont été respectés ? Pourquoi ?

Quelques conseils sur la méthode

- ✓ Effectuer une évaluation de manière collective
Cela la rendra plus pertinente, par exemple avec un comité composé d'usagers, de partenaires et personnes "qualifiées", impliquez également des personnes extérieur au projet.
- ✓ Ne pas attendre la fin de l'action pour évaluer
Il faut prévoir, avant même le démarrage de l'action, d'effectuer une évaluation à plusieurs moments de son déroulement

Pourquoi j'évalue ?

- ✓ Pour Mesurer l'efficacité
- ✓ Pour analyser les conditions de mise en oeuvre
- ✓ Pour recadrer mon action, si besoin
- ✓ Pour rendre compte de l'action auprès des partenaires

exemple

A partir de l'objectif : "Créer un groupe de parole entre parents pour faciliter la relation avec l'école", quelques critères d'évaluation :

- ✓ Quantitatifs : nombre de participants, nombre de réunions du groupe, évolution de la fréquentation dans la durée, ...
- ✓ Qualitatifs : la création ou non du groupe, la richesse des débats, l'implication des participants, leur satisfaction, les thèmes abordés, l'indentification éventuelle des problèmes posés entre famille et école et la mise en perspective de projets.

TRUCS ET ASTUCES

Attention à ne pas définir trop de critères d'évaluation, car leur multiplication rend la phase d'évaluation très complexe dans le recueil d'informations et l'interprétation des données

La définition de moeyns d'évaluation avant la démarrage de l'action est importante, car cette phase peut aider à construire et préciser le projet. De plus, si un contrat est passé avec des partenaires, un engagement doit être pris sur des objectifs, des moyens et des résultats. Ceci permet qu'au moment de rendre compte de l'action, toutes les parties soient d'accord sur les éléments à évaluer

Je prévois les Modalités

4

Afin d'organiser le déroulement de l'action, la planifier dans le temps, et définir les moyens nécessaires pour garantir sa réalisation

Première étape : Trouver des partenaires

- ✓ Pour leur présenter les objectifs de l'action
s'assurer que les objectifs sont partagés et que l'intérêt pour le projet est commun
- ✓ Définir ce sur quoi chacun s'engage
sur le plan financier, matériel, humain. Qu'est ce que je peux approper et attendre de l'autre ?
- ✓ Formaliser le partenariat
par un compte rendu, un courrier, une convention

Je définis mes modalités d'action

- ✓ Lister et organiser les tâches à accomplir
identifier les tâches incontournables et celles qui sont plus accessoires
- ✓ Définir pour chaque étape
Qui fait quoi ? en fonction des compétences et intérêts de chacun
Quand ? à quel moment du projet, sur quelle durée
Où, comment ?
- ✓ Réaliser et tenir à jour des outils
Echéancier et tableau de bord qui vont me permettre de visualiser la mise en oeuvre et de repérer les contraintes

exemple

L'échéancier permet de découper et visualiser dans le temps les différentes tâches à accomplir, mais aussi de repérer à quels moment une surcharge de travail risque de se produire. Dans l'exemple ci contre le début du 2ème mois.

Le tableau de Bord

	Qui ?	Quand ?	Comment ?	Où ?
Tâche 1				
Tâche 2				
Tâche 3				

L'échéancier

	Mois 1	Mois 2	Mois 3	Mois 4
Tâche 1	■			
Tâche 2		■		
Tâche 3		■	■	■

TRUCS ET ASTUCES

Définir les modalités de mise en oeuvre permet de voir ce qui est réalisable ou pas. Cette phase entraîne parfois une modification du projet.

Penser à prévoir le déroulement financier de l'action au même titre que le déroulement de l'action : Quand vais-je engager des coûts ? Quand vais-je recevoir les subventions ? Ma trésorerie me permet-elle de faire une avance de fonds ?

Je cherche des moyens

5

Des moyens humains, matériels et financiers qui vont me garantir la réalisation des objectifs et assurer le bon déroulement de l'action

➤ Première étape : Lister ses besoins et déterminer :

- ✓ Ce que j'ai
- ✓ Ce que je peux mobiliser auprès des partenaires
- ✓ Ce que je dois trouver ailleurs

Quelques pistes pour rechercher des moyens

✓ Moyens Humains

Communiquer sur mon projet pour impliquer d'autres bénévoles

Recruter des salariés

Rechercher des intervenants extérieur en sollicitant des lieux ressources

✓ Moyens Matériels

Contacteur des structures pour des dons, prêts, mises à disposition ou la location à moindre coût de matériel en échange d'une valorisation de celles-ci (logo, publicité, plaquette, ...)

✓ Moyens Financiers

Imaginer des possibilités d'auto-financement partiel (gage d'indépendance et de pérennisation)

Cibler les financerus potentiels, en fonction :
- du thème de l'action (culture, social, jeune, ...)
- du territoire (Communal, Départemental, Régional, Etat, Europe, ...)

exemple

Je souhaite organiser une rencontre-débat avec les parents de la commune, autour des questions de violence chez les jeunes. Je cherche des moyens de différentes manières :

Les moyens matériels : auprès du CCAS pour la mise à disposition d'une salle, auprès de la mairie pour la mise à disposition de l'équipement audio visuel, auprès d'institution pour des brochures d'information, auprès d'autres associations partenaires pour une répartition du tirage des photocopies.

Les moyens humains : Je m'appuie sur le tissu associatif de ma commune pour solliciter d'autres bénévoles, je recherche des intervenants auprès du centre de ressources. Je sollicite un gendarme à la retraite qui souhaite nous faire partager son expérience sur ce thème.

Les moyens Financier : Les intervenants demandant une rémunération, je sollicite par exemple le REAAP pour une demande de subvention.

TRUCS ET ASTUCES

Pour les subventions, penser à assurer le suivi des demandes engagées jusqu'au versement, mais aussi jusqu'à la remise du bilan.

Distinguer parmi les moyens à mobiliser, ceux qui, s'ils ne sont couverts, remettent en cause l'action, de ceux qui sont optionnels et qui ne remettront pas en question tout le projet. Ne pas avoir de salle pour un groupe de parole est plus grave que de ne pas avoir de bouteille d'eau pour le rafraîchissement des participants.

Je valorise mon projet

6

Communiquer, c'est faire passer un message auprès de publics ciblés, grâce à des outils adaptés, afin de susciter des retombées.

Communiquer peut poursuivre plusieurs objectifs :

- Faire connaître et mettre en valeur le sens du projet
- Faire adhérer les gens à mon action
- Donner une idée à d'autres et faire la connaissance d'autres personnes
- Mettre en valeur mon projet, ma structure mais aussi mes partenaires

Trois dimensions sont à déterminer

Le Message

Les éléments clés du projet que l'on veut faire passer.

Pour cela il faut déterminer quelles informations sont les plus pertinentes à transmettre, mais surtout bien formulé son message.

Le Public

Les destinataires du message : est-ce le grand public, les financeurs, les décideurs politiques, les habitants de mon quartier ...?

En fonction du ou des publics ciblés, le message devra être traité et adapté différemment.

Les Outils

Le moyen par lequel le message va passer. ce choix est fonction du message, du public et du budget disponible.

Quelques exemples : Affiches, tract, journaux, communiqué de presse, radio, télévision, événements, entretiens, réunions, sans oublier le bouche à oreille...

exemple

Une association développe une action de solidarité avec Haïti, sous formes d'échanges culturels. Une dizaine d'haïtiens doivent arriver à la Martinique. L'association a besoin de communiquer pour trouver des familles d'accueil (d'où un travail de bouche à oreille, une diffusion d'affiche dans les équipements sociaux et municipaux). Elle peut également vouloir valoriser l'échange culturel au grand public, en envoyant un communiqué de presse au quotidien local, en contactant les médias pour proposer un reportage ou une émission spéciale. pendant le séjour des Haïtiens, elle peut faire connaître l'action en organisant une soirée interculturelle ouverte à tous.

TRUCS ET ASTUCES

L'action de communication doit faire partie intégrante du projet et de son déroulement. Elle doit être prévue en amont, suivie et bénéficier de moyens au même titre que les autres phases du projet.

Communiquer sur un projet participe aussi à l'évaluation de ce projet (par un regard extérieur, critique, ...)

Lorsque l'on utilise des moyens de communication type médias, on perd une certaine maîtrise du message puisque c'est le journaliste qui décide des infos qu'il va faire passer.