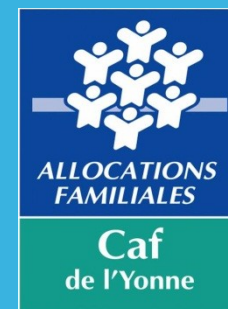


DÉMARCHE PROJET



LA DÉMARCHE PROJET

C'est :

- **une méthodologie qui permet de passer d'une idée à sa mise en action**
- **plusieurs étapes :**
 - Partir d'une idée
 - Se documenter
 - Trouver des partenaires
 - Définir la gestion et la coordination
 - Faire un diagnostic partagé
 - Formuler des objectifs
 - Évaluer
 - Prévoir les modalités de mise en œuvre
 - Les moyens
 - Communiquer

PARTIR D'UNE IDÉE

**Permet, à partir d'un constat personnel, d'identifier et de préciser des besoins ,
en vue de les partager avec des partenaires**

Pour cela :

- Etablir un constat à partir d'une question récurrente
- Poser un objectif général

Cette démarche permet de :

- Préparer le projet
- Préparer la rencontre avec les partenaires

SE DOCUMENTER

Permet de comprendre dans quel contexte le projet peut être monté, de l'enrichir, l'argumenter et repérer les acteurs en présence.

Pour cela :

- Aller découvrir d'autres expériences
- Recueillir des données, les analyser

Cette démarche permet de :

- Vérifier si le projet est réalisable
- Trouver de nouvelles idées, formuler des hypothèses sur la construction du projet
- Rechercher les partenaires intervenant sur la thématique

TROUVER DES PARTENAIRES

C'est mobiliser et engager d'autres personnes ou structures qui vont s'impliquer pour que le projet réussisse.

Pour cela:

- Leur présenter les constats et l'origine du projet, s'assurer que les objectifs soient partagés et de l'intérêt commun du projet
- Définir ce sur quoi chacun s'engage – sur le plan financier, matériel, humain...
- Formaliser le partenariat

Cette démarche permet de :

- Définir les objectifs de façon partenariale. Cela permet à chacun de s'investir pleinement dans le projet

Le partenariat enrichit l'action et implique d'autres acteurs dans la mise en œuvre du projet

DÉFINIR LA GESTION ET LA COORDINATION

C'est choisir quelle structure sera garante et responsable du projet, éventuellement porteuse de demandes de financement et coordinatrice du travail avec les partenaires.

Deux question à se poser :

- **Le porteur juridique du projet :** le projet est porté par un structure juridique existante (personne moral, association, service municipal, DSDEN pour les écoles ...). C'est elle qui gèrera éventuellement l'aspect financier du projet
- **La gestion et la coordination du projet :** il est nécessaire de nommer entre partenaires la structure et/ou le(s) professionnel(s) qui sera en charge de la gestion et de la coordination du projet

Le choix de la structure porteuse peut avoir une incidence sur la perception du public et des partenaires.

FAIRE UN DIAGNOSTIC

C'est mettre en perspective des éléments de connaissance recueillis, puis les confronter au projet afin de mieux le positionner.

Pour cela, il convient de :

- Recueillir les informations, sur l'environnement dans lequel le projet peut se monter
- Rencontrer des personnes qui pourront donner leur point de vue sur le contexte et sur le projet
- Organiser et analyser les éléments de connaissance recueillis

Cela permet de :

- Vérifier si le projet répond à une demande ou un besoin
- Mettre en lumière les points forts et les faiblesses
- Vérifier si le projet est réalisable ou nécessite des réajustements
- Identifier les acteurs en présence et leurs relations
- Commencer à structurer le déroulement du projet

FORMULER DES OBJECTIFS

Permet de concrétiser une idée en décrivant la marche à suivre pour atteindre le résultat visé.

Pour cela :

- Formuler des objectifs généraux, quels sont les buts, les intentions que l'on se donne ?
- Définir des objectifs opérationnels, ils précisent de manière concrète le plan d'action, la méthode employée, les publics concernés, les délais et les résultats attendus

Cela permet de :

- Préciser les raisons et valeurs du projet, la demande à laquelle il répond
- Donner un cadre et fixer les limites du projet
- Clarifier les résultats attendus
- Définir les actions devant être mises en place pour aboutir aux résultats attendus
- Susciter l'intérêt et l'adhésion d'autres acteurs au projet

ÉVALUER

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 :

- Définir quelques critères d'évaluation précis – quantitatif et qualitatifs – de mesure des résultats attendus
- Se donner les moyens de répondre à quelques questions sur la mise en œuvre du projet (comment s'est déroulée l'action ? Quelle a été l'implication des partenaires ? ...)

Cela permet :

- D'assurer le suivi de l'action et d'en mesurer l'efficacité
- D'analyser les conditions de mise en œuvre du projet
- Si besoin de recadrer l'action et sa mise en œuvre
- Rendre compte de l'action auprès de sa structure ou des partenaires

Il est préférable :

- **d'effectuer une évaluation de manière collective, ce qui la rend pertinente**
- **de la prévoir, avant même le démarrage de l'action, d'effectuer une évaluation à plusieurs moments de son déroulement**

PRÉVOIR LES MODALITÉS DE MISE EN ŒUVRE

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

Pour cela :

- Lister, puis organiser les différentes tâches à accomplir
- Définir pour chaque étape
 - Qui fait quoi ?
 - Quand ?
 - Où, comment ?
- Réaliser et tenir à jour des outils (tableau de bord ...)
- Planifier le déroulement du projet et l'ajuster régulièrement

LES MOYENS

Humains, matériels et financiers vont garantir la réalisation des objectifs et assurer le bon déroulement de l'action.

Pour cela :

- Déterminer les moyens déjà disponibles
- Repérer ceux mobilisables par les partenaires
- Déterminer ceux qu'il reste éventuellement à trouver

COMMUNIQUER

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

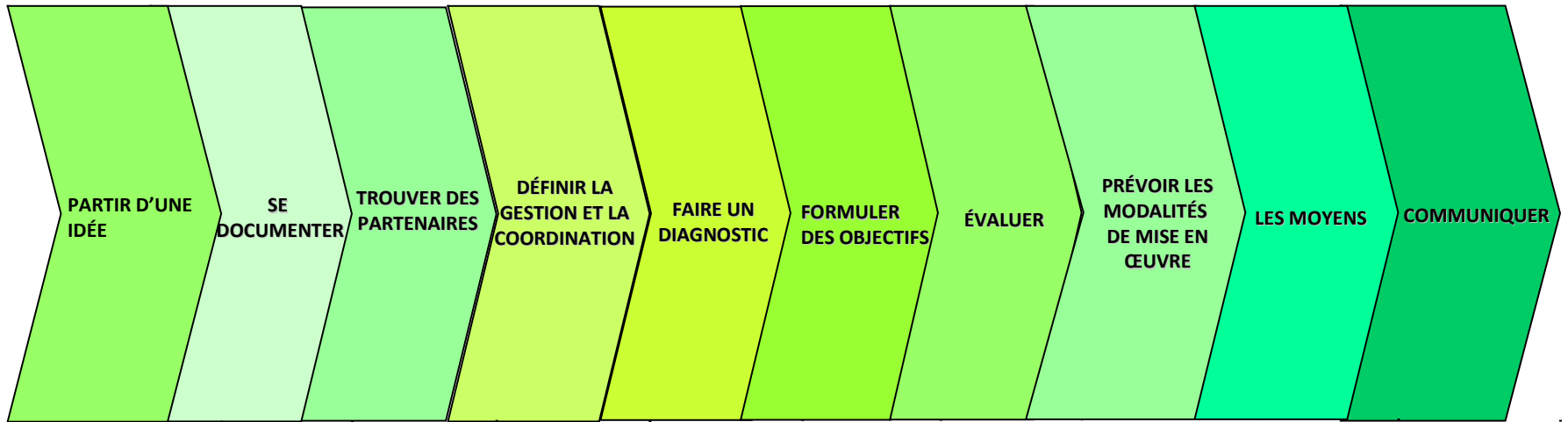
C'est plusieurs objectifs :

- Faire connaître et **mettre en valeur le sens du projet**
- Faire adhérer à l'action
- Mettre en valeur, le projet, la structure, mais aussi les partenaires qui y contribuent pendant et après la réalisation

3 dimensions à ne pas oublier :

- **Le message** – déterminer les informations les plus pertinentes à transmettre
- **Le public** – déterminer les destinataires et adapter le message qui devra être traité différemment (type d'informations, niveau de langage...)
- **Les outils** – fonction de la nature du message, du public ciblé et du budget disponible

De l'idée



... à l'action