

# ATELIER ENTREPRENEURIAT UL - CERME



**AUF**



**CENTRE  
D'EMPLOYABILITÉ  
FRANCOPHONE**

*[www.auf.org](http://www.auf.org)*

# BOÎTE À OUTILS POUR UNE TRANSFORMATION DIGITALE RÉUSSIE

ADP

## La transformation digitale agit comme un miroir,

- ❖ chaque entreprise d'observer son reflet pour s'interroger
  - sur son modèle économique,
  - sa stratégie et ses ambitions.

## Lui tourner le dos revient à sortir de la course :

- ❖ la transformation digitale passage obligé
- ❖ une formidable opportunité.

# TRANSFORMER LE RISQUE EN OPPORTUNITÉ : COMMENT FAIRE ?

AP

- ❖ Années 90 : on entendait parler de "nouveaux médias", "révolutions des médias", nouveaux acteurs, avec cet acronyme : les **GAF**A\*.



- ❖ Les « non native digital » ne l'ont réalisé que plus tard
- ❖ Le numérique est vraiment comparable à l'imprimerie (de l'Oral à l'écrit largement diffusé)
- ❖ Numérique et Mobilité (smartphone) croissance exponentielle

# TRANSFORMER LE RISQUE EN OPPORTUNITÉ : COMMENT FAIRE ?

UP  
A

## L'INVENTION D'INTERNET

### Joignable et connecté : objectif disponibilité

- ❖ Retour en début des années 60 invention d'internet, contexte global :
- ❖ remise en cause de l'autorité
- ❖ De l'Organisation traditionnelle de la famille
- ❖ De l'université et de l'Entreprise
- ❖ Les étudiants en informatique on cherché à redistribuer le pouvoir
- ❖ Établir une vision du monde moins hiérarchique et plus horizontal

# ANALYSER LES USAGES

air

Dimension Social et politique si non compris on rate le **ferment** de la **révolution** numérique **Clé** de la **transformation** de nos usages

Les GAFA ont su magistralement utiliser tout cela

- ❖ ils se placent "over the top" :
- ❖ AirBnB n'a construit aucun hôtel,
- ❖ Blablacar ne se préoccupe ni de construire des routes ni des voitures.
- ❖ Tous se placent à la croisée d'un besoin et d'une offre

## CINQ FREINS À LEVER

- ❖ Pour la plupart des entreprises, la question du bien-fondé de la transformation digitale ne se pose donc plus. Reste celle, tout aussi cruciale, du "Comment ?".
  1. la gouvernance;
  2. la résistance au changement
  3. la complexité du processus de mise en œuvre
  4. la quasi-absence de visibilité du ROI
  5. le manque de moyens financiers et humains
- ❖ Ces cinq freins valent pour absolument tous les secteurs d'activité, toutes les tailles et toutes les structures d'entreprise.

# UN TIME TO MARKET ACCÉLÉRÉ

au

- ❖ Quelles que soient les craintes du dirigeant, il faut y aller : c'est le marché qui impose le rythme à suivre.
- ❖ ce rythme est rapide
- ❖ Les entreprises doivent se lancer avec, en poche, de nouvelles technologies, un nouvel état d'esprit et de nouvelles méthodes, fondées sur l'agilité
- ❖ de plus, s'appuyer sur l'approche client (celle de l'usage, celle de la demande !), mettant au rebut d'autres approches plus traditionnelles, fondées sur l'offre

# ATELIER ENTREPRENEURIAT

## UL – CERME : Outils numériques de gestion

**AUF**

**CENTRE  
D'EMPLOYABILITÉ  
FRANCOPHONE**

*[www.auf.org](http://www.auf.org)*

Tirées des fiches réalisées par Solidatech



# La gestion de projet



Dans sa définition la plus synthétique, **la gestion de projet est "l'ensemble des activités visant à organiser le bon déroulement d'un projet et à en atteindre les objectifs".\***

C'est donc la coordination de tâches ou d'activités réalisées dans un délai précis et s'inscrivant dans un processus visant à créer un ou plusieurs produits, services, ou tout autre rendu. La gestion de projet est par définition temporaire dans le temps.

# Les étapes habituelles de la gestion de projet



**Il existe de nombreuses méthodes de gestion de projets, plus ou moins complémentaires entre elles. La plupart reprennent néanmoins 5 étapes principales**

## **1. L'initialisation du projet**

Il s'agit du diagnostic, à réaliser avant de se projeter dans le projet lui-même. Il permettra d'identifier les objectifs, les parties prenantes (internes et externes), les ressources (humaines et financières), la démarche à suivre et les délais à respecter, sans oublier de désigner un (ou plusieurs) chef de projet.

## **2. La planification du projet**

Cette phase consiste à organiser l'ensemble des tâches (en les détaillant au maximum) pour déterminer les personnes responsables, les délais pour chaque tâche et les ressources allouées pour chacune d'entre elles. Cette étape ne doit pas être sous-estimée : elle permettra d'assurer un suivi optimal du projet, notamment grâce au planning qui en découle.



# Les étapes habituelles de la gestion de projet

UP  
A

## 3. L'exécution du projet

Cette étape s'appuie grandement sur le plan élaboré durant la planification, et vise à exécuter les différentes tâches du projet, afin de produire les livrables. Afin de bien coordonner l'ensemble des étapes, il est nécessaire de bien communiquer à l'ensemble des parties prenantes sur leur tâches respectives.

## 4. Le suivi du projet

Tout au long de l'exécution, le chef de projet doit s'assurer du respect des délais et des tâches effectuées, en fonction du plan créé précédemment. En cas d'écart, le suivi permet de s'adapter aux difficultés et si besoin de faire des arbitrages entre les objectifs prioritaires.

## 5. Le bilan du projet

Une fois le projet terminé, il est toujours pertinent de réaliser un bilan, afin de faire émerger les points d'amélioration, mais aussi les bonnes pratiques. Il est très probable que vous serez confronté à d'autres projets, cette phase permet d'apprendre de ses erreurs, de visualiser si les objectifs ont été atteints et de clôturer officiellement le projet.



# Pourquoi le numérique peut-il vous aider dans la gestion de projet ?



## Efficacité

Optez pour une meilleure gestion de votre temps et de vos ressources, et suivez votre projet plus précisément.



## Communication

Facilitez les interactions entre les membres de votre équipe (attention toutefois à la surcharge informationnelle !).



## Flexibilité

Grâce au travail en ligne et à distance, adaptez-vous aux besoins de votre équipe (télétravail, travail asynchrone...).



## Collaboration

Pour des projets plus valorisants et efficaces, développez l'intelligence collective au sein de votre équipe.

# Quels outils pour vous aider dans la gestion de projet ?

**AUF**

**CENTRE**  
D'EMPLOYABILITÉ  
FRANCOPHONE

*[www.auf.org](http://www.auf.org)*

# La définition du projet

## Le Pad : Définition et Bonne Pratique

Durant la gestion de votre projet, vous aurez besoin de créer des documents, et potentiellement **d'avoir des retours de vos collaborateurs**, notamment durant l'initialisation du projet. Pour cela, rien de mieux que les outils de Pad (ou éditeurs de texte collaboratifs), afin de **centraliser l'information tout en permettant les retours de chacun**.

**Certaines bonnes pratiques peuvent cependant faciliter la gestion des Pads :**

- Désigner une personne en charge du document (idéalement le chef de projet), qui prendra en compte les retours et maintiendra le document propre et lisible ;
- Ne pas négliger les temps de discussion collectif, qui sont complémentaires aux Pads et non pas substituables, et permettent de fédérer davantage autour du projet ;
- Ne pas modifier directement le texte des autres participants mais préférer les commentaires ou suggestions ;
- Définir une date de fin pour émettre des retours sur le Pad.



# La définition du projet

## Rédiger des documents à plusieurs

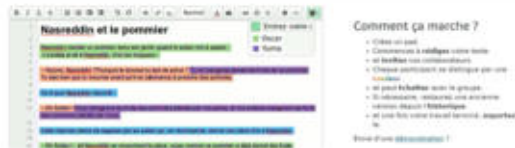
### OUTILS

#### LE LOGICIEL GRATUIT ET LIBRE :

#### FRAMAPAD

Framapad

Collaborer en ligne n'a jamais été aussi simple



#### LES PLUS DE CET OUTIL :

- Documents éditables en temps réel
- Possibilité d'écrire à plusieurs simultanément
- Facilité de prise en main, d'utilisation et de partage
- Accès aux mêmes fonctionnalités qu'un traitement de texte classique
- Les outils Framasoft sont des logiciels dits « libres »\*

*Logiciel libre\* : un logiciel libre est un logiciel qui peut être utilisé, modifié et redistribué sans restriction par la personne à qui il a été distribué.*

# La définition du projet

APF

## Rédiger des documents à plusieurs

### OUTILS

LE LOGICIEL LE PLUS CONNU :  
GOOGLE DOCS



LES PLUS DE CET OUTIL :

- Documents éditables en temps réel
- Possibilité d'écrire à plusieurs simultanément
- Facilité de prise en main, d'utilisation et de partage
- Outil intégré à une solution complète : stockage et archivage des documents créés
- Possibilité de commenter les ajouts de texte des autres rédacteurs.



# Le brainstorming

APF

## Les Padlets : définition et bonnes pratiques

Le brainstorming est **le** moment où votre créativité sera mise à contribution. L'objectif est de collecter **toutes les idées de votre équipe** sur un projet ou sujet donné, sans filtre et sans discussion. Pour cela, testez **les Padlets** ! Sortes de **tableaux blancs virtuels**, ces derniers vous permettent d'écrire, de dessiner, de créer des post-it, cartes mentales ou autres (presque) à volonté.

### Quelques bonnes pratiques avant de vous lancer :

- Le brainstorming est un moment d'idéation, alors ne vous limitez pas dans vos idées et ne limitez pas les autres ! Evitez de discuter ou critiquer les propositions de votre équipe avant le temps de discussion prévu, et notez bien toutes les idées évoquées ;
- Utilisez une couleur par participant pour vous souvenir des idées de chacun ;
- Parce que les padlets proposent de nombreuses fonctionnalités, il est facile de s'y perdre ! Prévoyez donc un petit temps de formation à l'outil pour faciliter votre brainstorming.

# Le brainstorming

APF

## Faire un brainstorming en ligne

### OUTILS

#### LE LOGICIEL GRATUIT : POST-IT PAR LES COLIBRIS



#### LES PLUS DE CET OUTIL :

- Gratuit, libre, sans compte et en français
- Possibilité de participer à plusieurs simultanément
- Facilité de prise en main, d'utilisation et de partage
- Fonctionnalités facilitant l'utilisation à plusieurs : couleurs différentes de post-it, gommettes, sections à créer dans le tableau...

# Le brainstorming

APF

## Faire un brainstorming en ligne

### OUTILS

LE LOGICIEL MULTIFORME :  
WHIMSICAL\*



\*Attention, l'interface est en anglais !

### LES PLUS DE CET OUTIL :

- Version gratuite jusqu'à 1000 items
- Possibilité de participer à plusieurs simultanément
- Différents modèles de tableaux disponibles (post-it, cartes mentales...)
- Facilité de prise en main, d'utilisation et de partage

# Le brainstorming

AUF

## Faire un brainstorming en ligne

### OUTILS

LE LOGICIEL COMPLET :  
MURAL\*



\*Attention, l'interface est en anglais !

### LES PLUS DE CET OUTIL :

- Version gratuite jusqu'à 5 tableaux
- Possibilité de participer à plusieurs simultanément
- Modèles de tableaux disponibles
- Facilité de prise en main, d'utilisation et de partage
- Fonctionnalités complètes : ajout d'images, vidéos, dessins, mode privé et tableau infini

# La prise de décision commune

## Outils de prise de décision : définition et bonnes pratiques

Une fois les idées proposées, et pour affiner votre projet, il peut être nécessaire d'organiser un temps de prise de décision, notamment via **un outil de vote en ligne**. L'objectif est ici de décider quelles propositions seront retenues, voire de soumettre des idées d'amélioration.

### Quelques bonnes pratiques avant de vous lancer :

- Définir **une charte de participation** au vote : y a-t-il un nombre limité de votes ? Les commentaires sont-ils acceptés ? Les résultats du vote sont-ils visibles en direct ou le vote est-il secret ?
- Informer clairement des **modalités de sélection des propositions** : les votes seront-ils décisifs ou juste informatifs pour la personne chargée du projet ?
- **Informez tous les participants des résultats** du vote (même pour les propositions non retenues !)

# La prise de décision commune

AUF

## Prendre des décisions à plusieurs

### OUTILS

#### LE LOGICIEL GRATUIT ET OPEN SOURCE\* : **DEMOCRACYOS\*\***



*DemocracyOS\*\*: attention, cet outil n'est pas disponible en ligne et nécessite une installation sur votre ordinateur.*

*Opensource\*: ou « code source ouvert », s'applique aux logiciels dont la licence permet la libre redistribution de ce dernier, l'accès au code source et la création de travaux dérivés.*

#### LES PLUS DE CET OUTIL :

- Possibilité de créer des groupes de discussion
- Débat facilité par la fluidité et la simplicité de l'outil
- Possibilité de répondre aux arguments des autres personnes
- Possibilité de soumettre une proposition au vote

# La prise de décision commune

## Prendre des décisions à plusieurs

### OUTILS

#### LE LOGICIEL GRATUIT ET LIBRE : **FRAMAVOX**



#### LES PLUS DE CET OUTIL :

- Possibilité de créer un groupe de discussion/décision (ouvert, privé ou fermé)
- Créer des discussions au sein de ce groupe
- Échanger et se répondre dans ces discussions (comme un fil de réseau social)
- Présenter au vote une proposition dans la discussion



# La prise de décision commune

## Prendre des décisions à plusieurs

### OUTILS

LE LOGICIEL COMPLET :

LOOMIO

Loomio.

LES PLUS DE CET OUTIL :

- Version d'essai gratuite (tarifs pour les associations via Solidatech)
- Possibilité de créer un groupe de discussion/décision (ouvert, privé ou fermé)
- Multiples techniques de vote (pondération, majorité, sondage, etc.)
- Accessible depuis un mobile, tablette ou PC
- Possibilité de joindre des documents et de discuter en parallèle du vote



# Le contrôle de la gestion des tâches



## Outils de gestion des tâches : définition et bonnes pratiques

Maintenant que votre cap a été défini, place à **la planification** ! Comment répartir, organiser et suivre les tâches de chacun ? **Les outils de gestion des tâches** vous permettent de bien évaluer les actions à réaliser ainsi que les ressources à mobiliser.

### Quelques bonnes pratiques avant de vous lancer :

- Catégoriser les différentes tâches en fonction du domaine : communication, financement, logistique, etc. ;
- Créer toutes les tâches nécessaires au projet même les plus petites ou rapides ;
- Définir une date butoire pour chacune des tâches et le projet global.

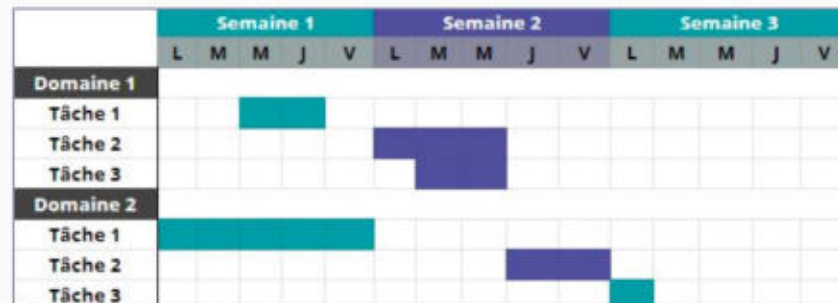
Les outils de gestion des tâches reposent sur des modes de visualisations différents, notamment le diagramme de Gantt ou la méthode Kanban. A vous de trouver la visualisation qui vous semblera la plus adaptée à votre projet et à votre équipe !

# Le contrôle de la gestion des tâches

## Outils de gestion des tâches : diagramme de Gantt

Ce mode de visualisation se concentre principalement sur le temps attribué à chacune des tâches :

- **La colonne de gauche** indique les différentes tâches à effectuer et les domaines du projet
- **La ligne d'en-tête** indique les mois, semaines, jours du projet
- **Chaque tâche** est matérialisée par une barre horizontale mentionnant son début et sa fin



Le diagramme de Gantt permet notamment de **mieux organiser ses tâches** dans le temps et de **prévoir le chevauchement éventuel** de différentes tâches.

# Le contrôle de la gestion des tâches

## Outils de gestion des tâches : méthode Kanban

Ce mode de visualisation se concentre principalement sur l'état de réalisation des tâches :

- Dans la version de base, **trois sections verticales** composent votre tableau : une "à faire", une "en cours" et une "terminé"
- Les tâches sont listées dans chacune des sections
- A vous de **déplacer les tâches** d'une colonne à une autre **en fonction de leur avancement**

A faire	En cours	Réalisé
Tâche 2	Tâche 3	Tâche 1
Tâche 4		

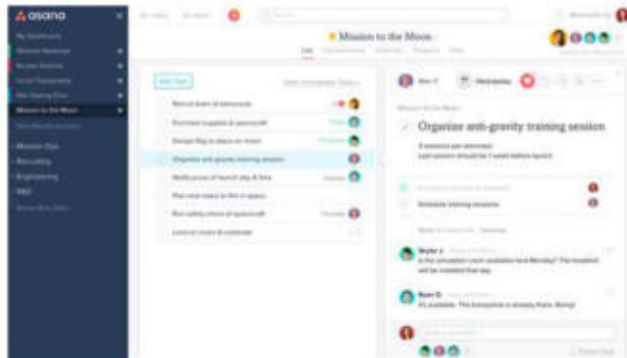
La méthode Kanban permet notamment de **repérer plus facilement les points bloquants** de votre projet tout en **célébrant les tâches déjà réalisées**.

# Le contrôle de la gestion des tâches

## Gérer des tâches

### OUTILS

#### L'OUTIL LE PLUS COMPLET : **ASANA**



#### LES PLUS DE CET OUTIL

- Version gratuite limitée en nombre de collaborateurs et fonctionnalités réduites
- Tarifs solidaires pour les associations via [Solidatech](#)
- Possibilité de créer des to-do lists collaboratives
- Possibilité de lister les tâches en temps réel (y affecter des personnes responsables, des sous-tâches, des échéances, joindre des documents ressources)
- Possibilité de visualiser l'avancée globale d'un projet (version diagramme de Gantt ou version Kanban)

# Le contrôle de la gestion des tâches

APU

## Gérer des tâches

### OUTILS

L'OUTIL LIBRE ET GRATUIT :  
[FRAMABOARD](#)



### LES PLUS DE CET OUTIL

- Les outils de gestion de tâches agissent comme des sortes de to-do lists collaboratives.
- Possibilité de lister les tâches en temps réel (y affecter des personnes responsables, des sous-tâches, des échéances)
- Possibilité de visualiser les projets selon la méthode Kanban

# Le contrôle de la gestion des tâches

## Gérer des tâches

### OUTILS

L'OUTIL PROPRIÉTAIRE ET  
GRATUIT :  
TRELLO



### LES PLUS DE CET OUTIL

- Possibilité de créer des to-do lists collaboratives.
- Possibilité de lister les tâches en temps réel (y affecter des personnes responsables, des sous-tâches, des échéances)
- Possibilité de commenter les tâches créées par quelqu'un d'autre
- Grande simplicité d'utilisation et de prise en main

# Différentes méthodes de gestion de projet



# L'approche Agile

AUF

Conceptualisée dans les années 2000 pour la gestion de projet numérique, l'approche agile est une **philosophie de gestion de projet** qui se décline en différentes méthodes opérationnelles (comme la **méthode Kanban** vue auparavant, ou la **méthode Scrum**).

Imaginées pour le milieu du numérique, ces méthodes peuvent toutefois être transposées **dans tous les milieux !**

**4 valeurs essentielles** sont mises en avant :

**Les individus et leurs interactions**  
plutôt que les processus et les outils

**Des logiciels opérationnels**  
plutôt qu'une documentation exhaustive

**La collaboration avec les clients**  
plutôt que la négociation contractuelle

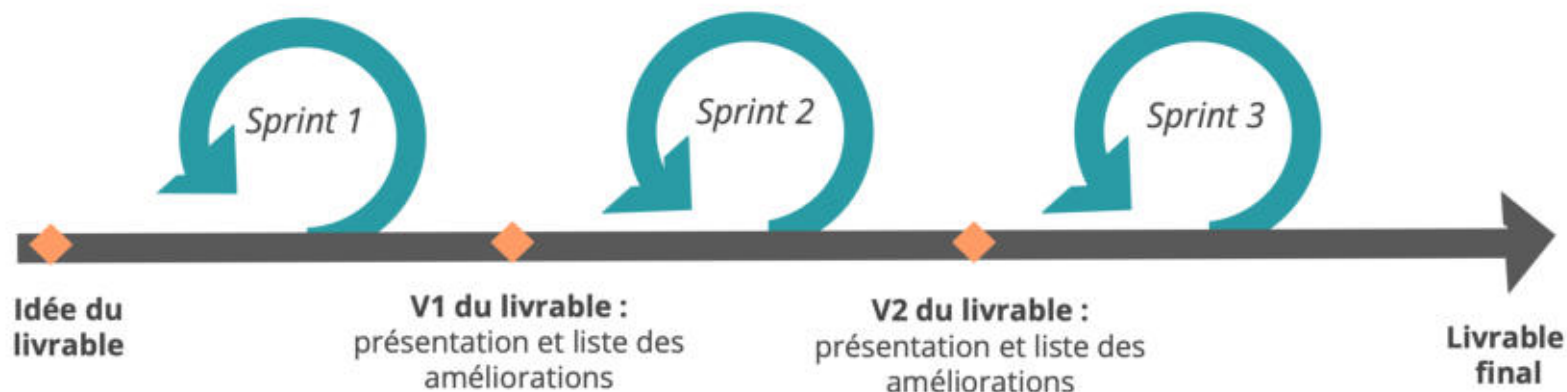
**L'adaptation au changement**  
plutôt que le suivi d'un plan



# La méthode Scrum

La **méthode Scrum** fonctionne grâce à l'**enchaînement de sprints**. Un sprint est un cycle de travail court (généralement de 2 à 4 semaines), pendant lequel les équipes travaillent à la production d'**un livrable** (un mailing, un guide, un site internet...).

Cette méthode met l'accent sur l'**amélioration en continu du livrable**, pour un rendu **concerté** et **adapté** aux potentiels nouveaux besoins du projet.



# Gestion de Projet dans Odoo

odoo

The screenshot displays the Odoo Project Management interface. At the top, there is a navigation bar with the 'Project' title and various menu items: Projects, All Tasks, Planning, Reporting, and Configuration. On the right side of the navigation bar, there are icons for a phone, a refresh button, a chat icon with 4 messages, a home icon, and the user's name 'Mitchell Admin'.

Below the navigation bar, the main content area is titled 'Projects'. It features a search bar with the text 'Project Manager' and a search icon. There are also buttons for 'CREATE' and 'IMPORT', and a filter section with 'Filters', 'Group By', and 'Favorites' options.

The main content area is divided into four columns, each representing a team member's workload:

- Frances Pierce:** Contains four task cards: 'AGR - S00041' (2 Tasks), 'DPC - S00042' (7 Tasks), 'XYZ - S00066' (8 Tasks), and 'HEW - S00069' (4 Tasks).
- Marc Demo:** Contains three task cards: 'Office Design' (7 Tasks), 'Research & Development' (8 Tasks), and 'Market Research' (5 Tasks).
- Meaghan Lascala:** Contains three task cards: 'Field Service' (23 Tasks), 'Helpdesk' (9 Tasks), and 'After-Sales Services' (2 Tasks).
- Mitchell Admin:** Contains three task cards: 'Field Research' (8 Tasks), 'Office Party' (4 Tasks), and 'TEST' (9 Tasks).

Each task card includes a star icon, the task name, a sub-name, the number of tasks, and three buttons: 'Overview' and 'Planning'.

# Gestion de Projet dans Odoo

AUF

The screenshot displays the Odoo Project management interface. The top navigation bar includes 'Project', 'Projects', 'All Tasks', 'Planning', 'Reporting', and 'Configuration'. The user is logged in as 'Mitchell Admin' for 'My Company (San Francisco)'. The main area shows a Kanban board with three columns: 'New' (3 tasks), 'In Progress' (5 tasks), and 'Done' (2 tasks). A 'Cancelled (3)' column is also visible. The tasks are as follows:

- New:**
  - Meeting Room Furniture (14:00)
  - Office planning (-22:00)
  - Internal training
- In Progress:**
  - Energy Certificate (-24:00)
  - Room 2: Decoration (05:00)
  - Lunch Room: kitchen (05/06/2020 00:00)
  - Black Chairs for managers (05/19/2020 09:00)
  - Room 1: Decoration (05/04/2020 35:00) - **Highlighted**
- Done:**
  - Modifications asked by the customer (08:00)
  - Noise Reduction (05/24/2020 10:00)

The highlighted task 'Room 1: Decoration' includes a callout box with a black office chair image and the text 'Room 1: Decoration YourCompany, Joel Willis'.

# Gestion de Projet dans Odoo



Project

Projects All Tasks Planning Reporting Configuration

Tasks

My Tasks Search...

CREATE IMPORT

Filters Group By Favorites 1-13 / 13

<input type="checkbox"/>	Title	Project	Planned Hours	Hours Spent	Remaining Hours	Progress	Stage
<input type="checkbox"/>	Filter replacement	Field Service	01:00	00:45	00:15	<div style="width: 75%;"></div>	75% Done
<input type="checkbox"/>	Bathroom ventilation	Field Service	01:30	01:30	00:00	<div style="width: 100%;"></div>	100% Done
<input type="checkbox"/>	Water Heater	Field Service	02:00	02:00	00:00	<div style="width: 100%;"></div>	100% New
<input type="checkbox"/>	Fix sink	Field Service	02:30	02:15	00:15	<div style="width: 90%;"></div>	90% Done
<input type="checkbox"/>	3-port Valve replacement	Field Service	05:00	03:00	02:00	<div style="width: 60%;"></div>	60% Done
<input type="checkbox"/>	Noise Reduction	Office Design	10:00	02:00	08:00	<div style="width: 20%;"></div>	20% Done
<input type="checkbox"/>	Install air extractor	Field Service	10:00	05:45	04:15	<div style="width: 58%;"></div>	58% New
<input type="checkbox"/>	Two radiators installation	Field Service	12:00	05:00	07:00	<div style="width: 42%;"></div>	42% Done
<input type="checkbox"/>	Energy Certificate	Office Design	15:00	50:00	-35:00	<div style="width: 100%;"></div>	100% Done
<input type="checkbox"/>	User interface improvements	Research & Development	16:00	37:00	-21:00	<div style="width: 100%;"></div>	100% Done
<input type="checkbox"/>	Room 2: Decoration	Office Design	24:00	41:00	-17:00	<div style="width: 100%;"></div>	100% Done
<input type="checkbox"/>	Planning and budget	Research & Development	40:00	44:00	-04:00	<div style="width: 100%;"></div>	100% Done
<input type="checkbox"/>	Room 1: Decoration	Office Design	76:00	41:00	35:00	<div style="width: 54%;"></div>	54% In Progress

# Gestion de Projet dans Odoo

Odoo

The screenshot displays the Odoo Project Management interface. At the top, there is a navigation bar with the 'Project' app icon and menu items: 'Projects', 'All Tasks', 'Planning', 'Reporting', and 'Configuration'. The user is logged in as 'Mitchell Admin' in the 'My Company (San Francisco)' environment. The current view is for a project named 'Room 2: Decoration' under the 'Office Design' project.

The main content area is divided into two sections. The left section, titled 'Room 2: Decoration', provides a detailed overview of the project's metadata:

- Customer:** Camille Watkins, 181 Swick Hill Street, Frying Pan Road, 7703 Brussels, Belgium. Includes a 'Navigate To' link.
- Phone:** +32 495 67 78 82 (SMS icon).
- Email:** camille.watkins@example.com
- Sales Order Item:** 500043 - [SERV\_09665] Junior Architect (Invoice on Timesheets)
- Project:** Office Design
- Assigned to:** Marc Demo
- Deadline:** 06/18/2020
- Tags:** Usability, Decor

The right section shows the project's activity feed, including attachments, planned activities, and recent notes. The activity feed includes a note from 'YourCompany, Mitchell Admin' stating: '@Marc Demo Yes, I have some ideas and have put them together in a doc. I will share it with you by the end of the day 🙌'. Other notes from 'YourCompany, Marc Demo' ask for insights and mention a deadline of June 18, 2020, assigned to Mitchell Admin.

# La méthode Scrum

AUF





TALENT & SKILLS

VOUS ACCOMPAGNE VERS LA REUSSITE

Conseil, Tutorat & Orientation des étudiants

Licence Master Doctorat





# ATELIER BILAN DE COMPETENCE



# PRESENTATIONS

ATTENTES

# OBJECTIFS

Comprendre ce que c'est un bilan de compétences.

Identifier et évaluer les connaissances, savoirs et acquis.

Valoriser les compétences et acquis professionnels.

Évaluer les attitudes et comportements professionnels

Identifier les compétences transférables.

# PLAN

1. Définitions
  2. A qui s'adresse le bilan de compétences ?
  3. A quel moment at-on besoin d'un bilan de compétences ?
  4. Pourquoi ? Dans quels intérêts ?
  5. Comment se déroule un bilan de compétences ?
  6. Application
-

# QUELQUES DEFINITIONS

# COMPETENCES

## COMPÉTENCES :

**Le terme « compétence »** en latin, « *competentia* »

*Par définition : Capacité reconnue en telle ou telle matière.*

*Aptitude à effectuer certains actes.*

On peut citer 3 types de compétences :

***LE SAVOIR, LE SAVOIRFAIRE, LE SAVOIRÊTRE.***

- Trois compétences qui se complètent et qui sont interdépendantes.
- L'équilibre obtenu par ces savoirs conditionne la réussite.
- Ce sont les objets d'étude lors de l'élaboration du bilan de compétences.



SAVOIR

# SAVOIR

- Des **connaissances théoriques** que nous avons **acquises** et **adoptées** pendant notre parcours scolaire et universitaire et lors de nos différentes expériences professionnelles.
- Ces savoirs peuvent être très variés : il peut s'agir par exemple **nos connaissances sur des éléments techniques, sur des disciplines précises.**
- Généralement, l'acquisition de la compétence "savoir" est justifiée par l'obtention d'un certificat ou d'un diplôme.

*Exemples de SAVOIR* connaissances en mathématiques appliquées, connaissances en langues étrangères, connaissances en technique bancaire, en physique appliquée, en pédagogie...etc.

SAVOIRRAIRE

## SAVOIR-FAIRE

- Les **savoir-faire** englobent nos **compétences pratiques, les actes** ou **les tâches** que nous avons **faits**, que nous sommes **capables de faire** et que nous pouvons **transmettre** avec ou sans apprentissage préalable.
- On peut exprimer ces compétences par des actions pratiques.  
Exemples : établir un compte rendu, réparer un engin, rédiger un CV...  
En clair, il s'agit de notre aptitude à travailler avec **des méthodes, des outils ou des logiciels** liés à notre activité.

SAVOIRRE

# SAVOIR-ÊTRE

- Généralement, on oppose le savoir au savoir-être. Le premier est plutôt relatif à une compétence technique et développée . Alors que le second a trait à la **qualité et peut être, inné.**
- La compétence « savoir-être » correspond à l'ensemble de nos manières **d'agir et de réagir**, nos capacités relationnelles pour interagir de façon adaptée à un environnement, à un milieu spécifique (professionnel ou dans la vie quotidienne )

On parle aussi souvent de **soft skills** en anglais, ou encore **d'intelligence comportementale.**

Exemples : la capacité d'écoute, la capacité d'adaptation, le sens de l'initiative...

# BILAN DE COMPETENCES

# BILAN DE COMPÉTENCES

- Un **inventaire** et une **analyse** des **connaissances**, des **compétences** personnelles et professionnelles
- Une analyse des **aptitudes**, des **qualités**, des **motivations** et des **aspirations** d'une personne
- Objectif : définir un projet professionnel ou de formation

Pour les étudiants, on peut appeler ce bilan, le bilan d'orientation.



A QUI S'ADRESSE LE BILAN DE COMPÉTENCES

# A QUI S'ADRESSE LE BILAN DE COMPÉTENCES ?

A un moment de sa vie, chaque personne pourrait avoir besoin ou pourrait être incitée à établir un bilan de compétences.

Un étudiant

Un chercheur d'emploi

Un employé/salarié

Un employeur

A QUEL MOMENT ON A-BESOIN D'UN BILAN DE  
COMPÉTENCES ?

# A QUEL MOMENT ON A BESOIN DE FAIRE UN BILAN DE COMPETENCES ?

Choisir sa filière

Avoir l'embarras du choix : rien n'est attirant ou bien tout semble intéressant

Douter de ses compétences

Désirer un changement de parcours

Ne pas se sentir en phase avec ses études

Être face à un échec

# A QUEL MOMENT A-BESOIN DE FAIRE UN BILAN DE COMPÉTENCES ?

Démarrer sa vie active et professionnelle

Avoir un projet professionnel ou de formation

Ressentir le besoin de faire un point dans sa carrière

Réorienter sa carrière professionnelle

Vouloir une reconversion professionnelle

Se lancer dans une création d'entreprise

POURQUOI ? DANS QUELS INTÉRÊTS ?

# POURQUOI ? DANS QUELS INTÉRÊTS ?

Faire le point sur soi, connaître sa personnalité

Identifier ses connaissances et ses savoirs

Repérer ses points forts et les valoriser

Connaître ses points faibles et les améliorer

Connaître ses atouts et ses limites

Pour trouver sa voie ou pour changer de voie

Pour être conforté dans son choix d'orientation

# POURQUOI ? DANS QUELS INTÉRÊTS ?

Connaître sa motivation et ses sources de satisfaction (les activités qui vous procurent de la satisfaction)

Identifier ses pôles de valeur (savoir dans quel métier ou environnement vous pouvez vous épanouir)

Evoluer dans l'entreprise

Construire un projet professionnel

Préparer la rédaction d'un CV ou d'une lettre de motivation

Vous présenter face à un recruteur



# POURQUOI ? DANS QUELS INTÉRÊTS ?

Pour connaître ses centres d'intérêt (activités, loisirs, ...)

Pour connaître ses goûts et ses domaines de prédilection aux choix d'une filière ou d'un métier

Pour savoir de quoi vous avez envie

Pour trouver du sens à ses études ou à son métier

Pour avoir une vue objective de ses compétences qu'il faut valoriser et mettre en adéquation avec son projet professionnel

Pour l'employeur : mieux gérer les emplois en fonction des compétences et favoriser les mobilités professionnelles

COMMENT SE DEROULE UN BILAN DE COMP

# COMMENT SE DEROULE UN BILAN DE COMPETENCE

3 phases :

- Phase préliminaire
- Phase d'investigation
- Phase de conclusion

# PHASE PRELIMINAIRE :

Identifier clairement les raisons qui vous poussent à faire le bilan de compétences:

Quels objectifs poursuivez-vous en faisant votre bilan de compétences?

Qu'avez-vous envie de clarifier ?

Qu'avez-vous envie de résoudre ?

Comment définiriez-vous votre situation professionnelle actuelle ?

Avez-vous des idées ou des objectifs professionnels ?

Êtes-vous prêt à vous engager dans cette démarche ?

# PHASE D'INVESTIGATION

- Faire une analyse individuelle :

Analyser ses parcours professionnel et personnel

Analyser ses motivations, ses intérêts

Analyser ses valeurs

Identifier ses compétences et aptitudes

Identifier ses spécificités personnelles, ses qualités

Identifier ses limites, ses défauts

# PHASE D'INVESTIGATION

- Explorer :

Identification des conditions et des environnements de travail, découverte des conditions de travail, projection dans un environnement de travail

Faire des recherches sur les formations et les métiers existants

Déterminer les possibilités d'évolution professionnelle (explorer toutes les pistes)

Faire une étude de faisabilité du projet (analyser les risques, les atouts et les axes de progrès)

# PHASE DE CONCLUSION

Récapituler de manière détaillée les résultats

Faire le choix du projet

Recenser les facteurs susceptibles de favoriser ou non la réalisation du projet

Prévoir les principales étapes de la mise en œuvre du projet retenu

Prévoir les moyens nécessaires à la réalisation

# APPLICATION

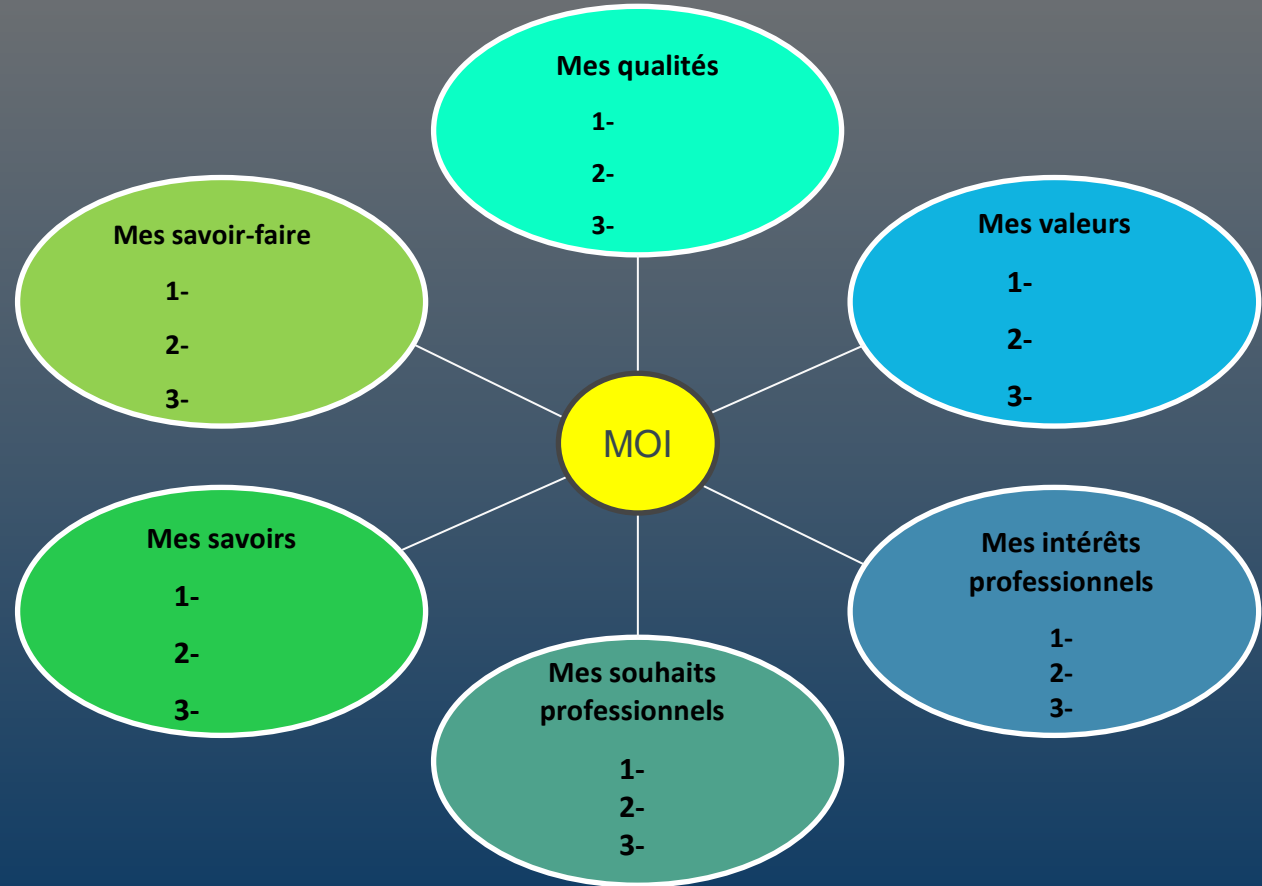
Faire soimême son bilan de compétences

- Résumé de la personnalité
- Identification des compétences professionnelles acquises (Ex : maîtrise d'un logiciel, gestion de projets, niveau dans une langue étrangère, management d'une équipe, gestion de paie, relation client, etc)
- Analyse des attitudes



# APPLICATION

## RÉSUMÉ DE LA PERSONNALITÉ



# APPLICATION

## IDENTIFICATION DES COMPÉTENCES

<b>ANGLAIS</b>	<b>Acquis</b>	<b>En cours d'acquisition</b>	<b>Non acquis</b>
Ecrit			
Recopier sans faire de fautes			
Remplir un formulaire			
Faire des phrases simples			

# APPLICATION

## ANALYSE DES ATTITUDES

Où vous situez-vous entre ces deux extrêmes ?  
Le signe = signifie que vous êtes entre les deux. Par exemple, parfois très réservé, parfois communicatif ou chaleureux. Essayez de vous positionner le plus souvent possible et donc d'éviter de cocher cette case.

**Cordialité**

Réservé, impersonnel, distant, détaché	5	4	3	2	1	=	1	2	3	4	5	Chaleureux, communica- tif, attentif aux autres, ouvert
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

**Sociabilité**

Réservé, discret, besoin d'être mis en confiance	5	4	3	2	1	=	1	2	3	4	5	Contact facile, bavard, à l'aise, besoin de communi- quer
--	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	--

**Ascendance**

N'aime pas se mettre en avant, ne cherche pas à diriger les autres	5	4	3	2	1	=	1	2	3	4	5	Sûr de soi, aime diriger, exercer une influence, décider
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	--



**TALENT & SKILLS**

VOUS ACCOMPAGNE VERS LA RÉUSSITE

## Adresse

TALENT & SKILLS

B.P. 12163

Bd Leopold Sedar Senghor Tokoin-Wuitti

Lomé-TOGO

Site web <https://www.talentandskills.org>

Adresse email [contact@talentandskills.org](mailto:contact@talentandskills.org)



# TALENT & SKILLS

VOUS ACCOMPAGNE VERS LA REUSSITE

<https://www.talentandskills.org>  
[contact@talentandskills.org](mailto:contact@talentandskills.org)

# Thème :E-Réputation

AINA Alain Patrick

<https://www.linkedin.com/in/alain-aina-1060266>

4 Avril 2023

# e-réputation

- L'e-réputation, parfois appelée web-réputation, cyber-réputation, réputation numérique, sur le Web, sur Internet ou en ligne, est la réputation, l'opinion commune (informations, avis, échanges, commentaires, rumeurs...) sur le Web d'une entité (marque), personne morale (entreprise) ou physique (particulier), réelle (représentée par un nom ou un pseudonyme) ou imaginaire. Elle correspond à l'identité de cette marque ou de cette personne associée à la perception que les internautes s'en font.
- Cette notoriété numérique, qui peut constituer un facteur de différenciation et présenter un avantage concurrentiel dans le cas des marques, se façonne par la mise en place d'éléments positifs et la surveillance des éléments négatifs.
- L'e-réputation peut aussi désigner sa gestion, via une stratégie globale et grâce à des outils spécifiques (activité à l'origine de nouveaux métiers) pour la pérennité de l'identité Numérique

# e-réputation

Afin d'améliorer leur identité numérique, c'est-à-dire leur notoriété en ligne, des agences proposent désormais à leurs clients d'examiner leur cyber-réputation ou e-réputation et de la corriger. Le travail consiste à reléguer le plus loin possible dans les pages recherchées les informations pouvant nuire, et positionner en avant des informations de nature positive grâce à des techniques de baronnage sur les réseaux sociaux, c'est-à-dire, un procédé pour améliorer son image en diffusant des informations positives sur différents supports.



# Lieux de e-réputation

Lieux de l'e-réputation	tous (204 rép.)	< 100 salariés (91 rép.)	100 à 500 salariés (41 rép.)	> 500 salariés (57 rép.)	B2B (100 rép.)	B2C (89 rép.)
LinkedIn	56 %	46 %	56 %	65 %	63 %	44 %
Facebook	51 %	53 %	49 %	54 %	44 %	62 %
1ère page Google quand vous tapez le nom de votre organisation	43 %	47 %	27 %	46 %	48 %	36 %
Twitter	41 %	37 %	39 %	51 %	47 %	36 %
Sites Web et blogs spécialisés (Bourse, ...)	39 %	32 %	41 %	51 %	49 %	29 %
Medias en ligne	37 %	29 %	24 %	56 %	41 %	30 %
Sites Web et blogs généralistes	35 %	32 %	27 %	49 %	36 %	36 %
YouTube	31 %	26 %	27 %	44 %	26 %	38 %
Forums	25 %	22 %	20 %	37 %	27 %	25 %
Sites d'évaluation (Trustpilot, Tripadvisor, ...)	24 %	20 %	39 %	19 %	21 %	27 %
Sites e-commerce	18 %	15 %	17 %	23 %	22 %	13 %

Source: étude e-réputation 2020 d'AlterBuz

# Identification - identité

Données à caractère personnel : toute information relative à une personne physique identifiée ou identifiable directement ou indirectement, par référence à un numéro d'identification ou à un ou plusieurs éléments, propres à son identité physique, physiologique, génétique, psychique, culturelle, sociale ou économique.

Identité: Ensemble des données de fait et de droit qui permettent d'individualiser quelqu'un (date et lieu de naissance, nom, prénom, filiation, etc.)

# L'identité numérique

- L'identité numérique (IDN) est définie comme un lien technologique entre une entité réelle (personne, organisme ou entreprise) et des entités virtuelles
- Elle permet l'identification de l'individu en ligne ainsi que la mise en relation de celui-ci avec l'ensemble des communautés virtuelles présentes sur le Web.
- L'identité numérique est non seulement construite par l'entité réelle ou le « Sujet », mais elle est également grandement influencée par le rapport qu'entretient ce dernier à autrui de même qu'à la société.

# Schématisation de l'identité numérique

L'identité numérique à plusieurs facettes:

- Les coordonnées
- Les certificats
- L'expression
- Les avis
- Les hobbies
- L'identité civile

# Schématisation de l'identité numérique (suite & fin)

- La connaissance
- Les avatars
- L'audience
- La consommation
- La réputation
- La profession
- La publication

# Vcard



work aalain@trstech.net

home aalain228@gmail.com

other aalain@nsrc.org

PGP-KEY <http://pgp.key-server.io/pks/lookup?search=aalain%40trstech.net&fingerprint=on&op=vindex>

Bitcoin 18YsKgkoShKBQZYz419qCDrGDdMTv1GwGb

---

home page <https://trstech.net>

---

birthday 15 October 1969

---

mother Cette Belle Maman

father Ce Jeune homme Courageux

---

work aalain@jabber.org Jabber

home aina\_alain Skype

UID:1;A:1;C:1;E:1;F:1;G:1;H:1;I:1;J:1;K:1;L:1;M:1;N:1;O:1;P:1;Q:1;R:1;S:1;T:1;U:1;V:1;W:1;X:1;Y:1;Z:1



# Historique des réseaux sociaux

- En 1978, un BBS (Bulleting Board System) a été échangé avec d'autres utilisateurs via des lignes téléphoniques. La même année, les premières versions des navigateurs Internet ont été distribuées sur la plateforme Usenet



Tableau d'affichage/BBS



BBS



Minitel

# Historique des réseaux sociaux: WWW

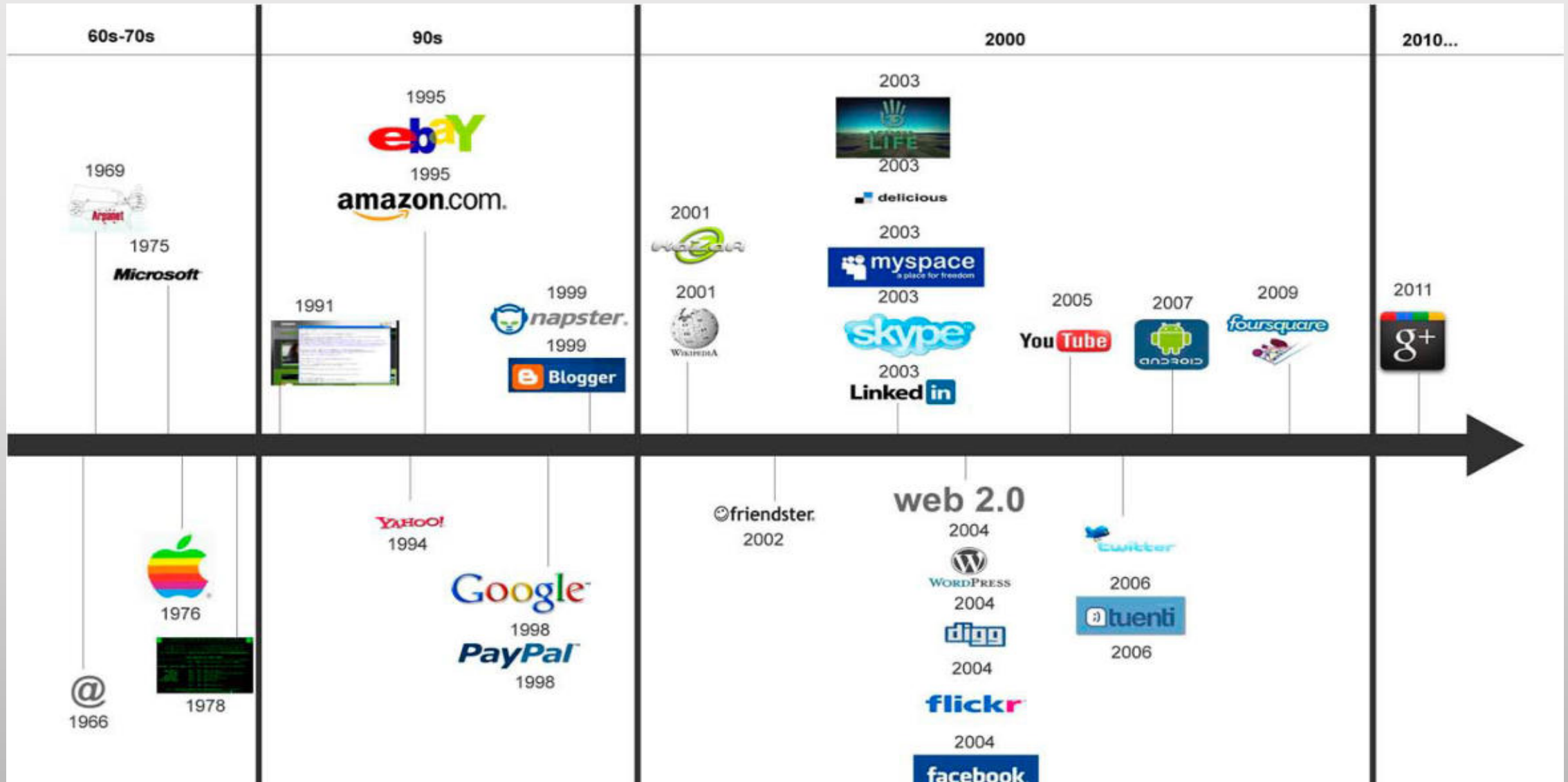
- Il faut attendre 1991 et [Tim Berners Lee](#) pour l'apparition du langage HTML, l'un des éléments essentiels de la simplification et de la popularisation de la navigation web.







# Historique des réseaux sociaux: Explosion 2.0 du nouveau siècle



# Gestion de l'identité numérique et e-réputation

- L'intégrité, le risque, la sécurité, la confiance, la confidentialité, sont des enjeux majeurs propres à l'identité numérique.
- Le niveau d'implication de l'utilisateur dans la gestion de son identité numérique diffère selon l'importance du sujet.
- Il est pourtant primordial pour un individu de gérer son identité numérique, le risque étant que si l'identité numérique n'est pas gérée directement par l'individu, il laisse le soin aux autres de la confectionner et s'expose ainsi à certaines dérives comme peuvent l'être une mauvaise réputation, le piratage de certaines informations, ou bien tout simplement se retrouver face à des situations indésirables.

# Gestion de l'identité numérique et e-réputation

1. Soyez toujours en veille
2. Faites le ménage
3. Anticipez
4. Soyez présents sur les réseaux
5. Faites-vous connaître sur les blogs ou forums spécialisés
6. Souriez, vous êtes sur le Web
7. Distinguez vie personnelle et vie professionnelle

# Visibilité Google

The image shows a Google search interface with the query "alain patrick aina". The search bar includes a clear button (X) and a search button (magnifying glass). Below the search bar are navigation tabs: "Tous" (selected), "Vidéos", "Images", "Actualités", "Maps", "Plus", "Paramètres", and "Outils".

Environ 1 950 000 résultats (0,82 secondes)

[afrinic.net](#) > [alain-aina](#) · Traduire cette page  
**Alain Aina - AfriNIC**  
Mr **Alain Patrick Aina** is WACREN Senior Network Engineer. A seasoned professional, Mr. Aina is very active in African Internet Ecosystem. Past member of the ...

[nsrc.org](#) > [raw-attachment](#) > [wiki](#) > [Agenda](#) > [TCP-IP](#) · PDF  
**Alain Patrick AINA aalain@nsrc.org**  
Bases TCP/IP. **Alain Patrick AINA** aalain@nsrc.org. Page 2. Agenda. • Réseaux. • Architecture TCP/IP. - Niveau interface réseau. - Ethernet. - Liaison Point à ...

[tg.linkedin.com](#) > [alain-aina-1060266](#) · Traduire cette page  
**Alain Aina - CTO - West and Central African Research and ...**  
View **Alain Aina's** profile on LinkedIn, the world's largest professional community. **Alain** has 10 jobs listed on their profile. See the complete profile on LinkedIn ...

[twitter.com](#) > ... · Traduire cette page  
**Alain Patrick Aina (@65db9ffd8997492) | Twitter**  
Els últims tuits de **Alain Patrick Aina (@65db9ffd8997492)**: "Check out my latest article: MyAFRINIC-31 <https://t.co/y1xIKb6rbj> via @LinkedIn"



# Visibilité LinkedIn

The image shows a LinkedIn profile for Alain Aina, General Manager at digital intelligence services. The profile has 1,318 followers and 4 drafts. A recent post from 6 days ago promotes a Zoom meeting for the AF\* public meeting on 31st March 2022. The post features a large blue background with the Zoom logo. The right sidebar shows a list of companies followed by the user, including Bill & Melinda Gates Foundation, Satya Nadella (Microsoft), GÉANT, ICANN, and CIRAD.

**Alain Aina**  
General Manager at digital intelligence services

Followers **1,318**  
Drafts **4**

**Alain Aina**  
General Manager at digital intelligence services  
6d · 🌐

Please register to join us for the upcoming AF\* public meeting: 31th March 2022

**zoom**

**Co-chair, Bill & Melinda Gates Foundation**  
35,467,942 followers  
✓ Following

**Satya Nadella**   
Chairman and CEO at Microsoft  
9,737,055 followers  
✓ Following

**Companies**

**GÉANT**  
5,948 followers  
✓ Following

**ICANN**  
31,662 followers  
✓ Following

**CIRAD**  
53,556 followers

Caption

# Google

- 👤 Accueil
  - 📄 Informations personnelles
  - 🔧 Données et personnalisation
  - 🔒 Sécurité**
  - 👥 Contacts et partage
  - 📅 Paiements et abonnements
- 
- 📘 À propos

## Connexion à Google



- |  |                                       |   |
|--|---------------------------------------|---|
| Mot de passe                                 | Dernière modification : 17 janv. 2019 | > |
| Utiliser votre téléphone pour vous connecter | 🔴 Désactivé                           | > |
| Validation en deux étapes                    | 🔴 Désactivé                           | > |

## Méthodes pour vérifier votre identité

Ces informations peuvent nous permettre de vérifier votre identité au moment de la connexion ou de vous contacter en cas d'activité suspecte sur votre compte



- |                                     |                            |   |
|-------------------------------------|----------------------------|---|
| Numéro de téléphone de récupération | 93 30 06 07                | > |
| Adresse e-mail de récupération      | Ajoutez une adresse e-mail | > |

# LinkedIn



Revenir à LinkedIn 

Préférences du compte

Identification et sécurité

Accès au compte

Visibilité

Communications

Confidentialité des données

Données relatives à la publicité

Vous avez des questions ?

[Consulter l'assistance clientèle](#) 

## Accès au compte

Configuration pour maintenir votre compte en sécurité

### Adresses e-mail

[Changer](#)

Ajoutez ou supprimez des adresses e-mail sur votre compte

1 adresse e-mail

### Numéros de téléphone

[Changer](#)

Ajoutez un numéro de téléphone au cas où vous auriez des problèmes d'identification

0 numéro de téléphone

### Changer le mot de passe

[Changer](#)

Choisissez un mot de passe unique pour protéger votre compte

Dernière modification : 17 novembre 2020

### Vos sessions en cours

[Changer](#)

Voir vos sessions actives et vous déconnecter si vous le souhaitez

2 sessions ouvertes

### Appareils qui retiennent votre mot de passe

[Changer](#)

Vérifiez et contrôlez les appareils qui retiennent votre mot de passe

0 appareil

### Vérification en deux étapes

[Changer](#)

Activez cette fonctionnalité pour renforcer la sécurité de votre compte

Désactivé



# Facebook



Sasha la



Retrouver des amis



Confidentialité



Reconnaissance faciale



Profil et identification



Publications publiques



Blocage



Localisation



Langue et région



Stories



Notifications



Mobile

## Vos connexions



PC Windows · Lomé, Togo  
Chrome · **Active**

## Connexion



Changer le mot de passe  
Nous vous conseillons d'utiliser un mot de passe sûr que vous n'utilisez nulle part ailleurs

Modifier



Enregistrer vos identifiants de connexion  
Ils ne seront enregistrés que sur les navigateurs et appareils de votre choix

Modifier

## Authentification à deux facteurs



Utiliser l'authentification à deux facteurs  
Nous vous demanderons un code si nous remarquons une tentative de connexion depuis un appareil ou un navigateur non reconnu.

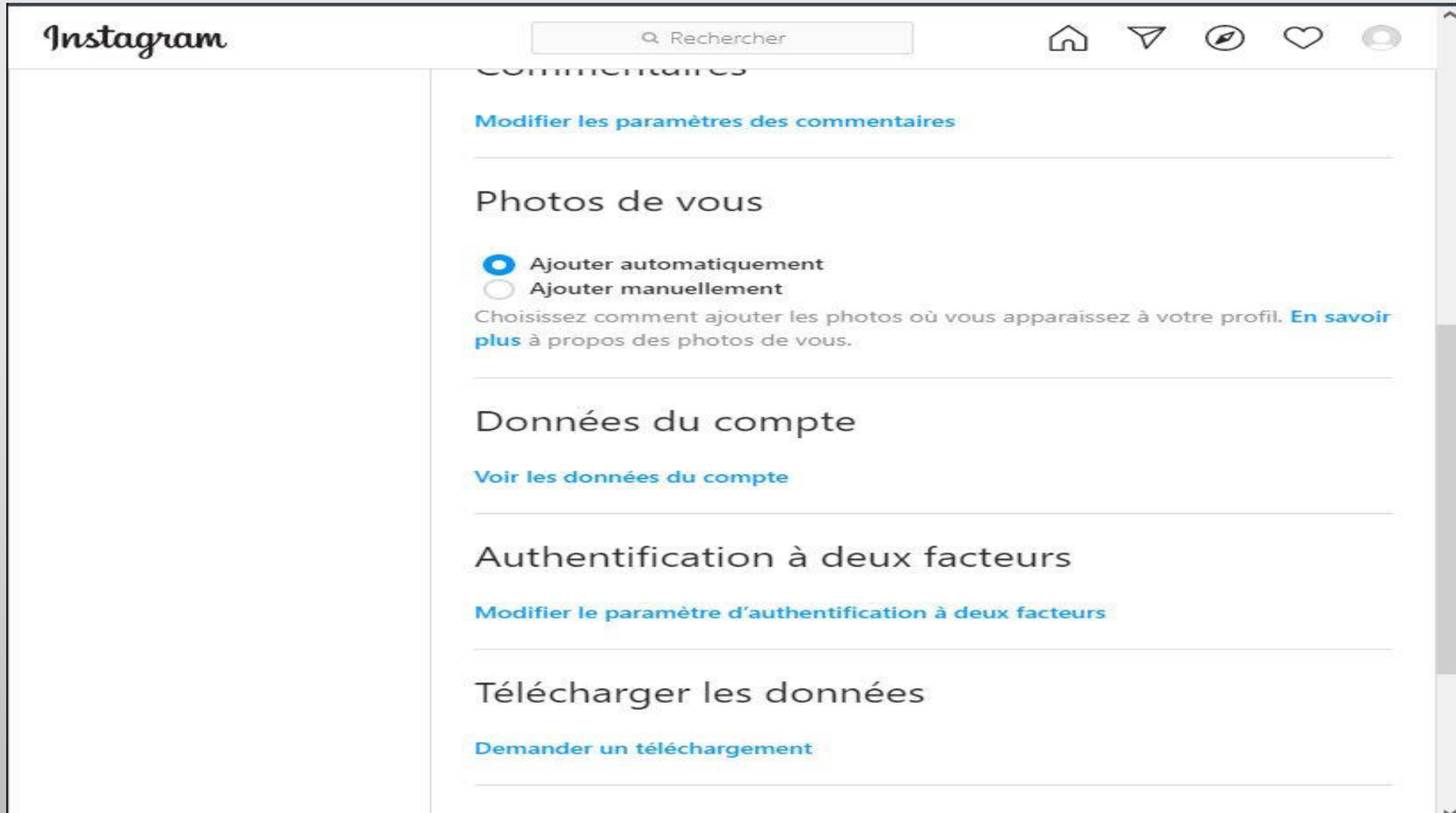
Modifier



Connexions autorisées  
Consultez une liste d'appareils pour lesquels un code de connexion n'est pas requis

Afficher

# Instagram



# Tweeter

The image shows a dark-themed interface of the Twitter app. On the left is a navigation sidebar with icons and labels for Home, Explore, Notifications (with a 20+ badge), Messages, Bookmarks, Lists, Profile (highlighted in blue), and More. At the bottom of the sidebar is a blue 'Tweet' button. The main content area is split into two panels. The left panel shows the 'Settings' menu with options: 'Your account', 'Security and account access', 'Privacy and safety', 'Notifications', 'Accessibility, display, and languages', and 'Additional resources'. The right panel shows the 'Security' settings page, which includes a back arrow, a title, a description, and sections for 'Two-factor authentication' and 'Additional password protection'. The 'Additional password protection' section has a toggle switch for 'Password reset protect' which is currently turned off.

Settings	Security
Your account >	Manage your account's security.
Security and account access >	<b>Two-factor authentication</b>
Privacy and safety >	Better protect your account from unauthorized access by requiring a second authentication method in addition to your Twitter password. You can choose a text message, authentication app, or security key. <a href="#">Learn more</a>
Notifications >	Two-factor authentication >
Accessibility, display, and languages >	<b>Additional password protection</b>
Additional resources >	Enabling this setting adds extra security to your account by requiring additional information to reset your password. If enabled, you must provide either the phone number or email address associated with your account in order to reset your password.
	Password reset protect <input type="checkbox"/>

# Discussions ?



Courtesy: Google Images



# TALENT & SKILLS

VOUS ACCOMPAGNE VERS LA REUSSITE

Conseil, Tutorat & Orientation des étudiants

Licence Master Doctorat



**ATELIER  
ELABORATION D'UN CURRICULUM VITAE**

# ATTENTES DES PARTICIPANTS

# OBJECTIFS DE L'ATELIER

- Comprendre ce que c'est qu'un CV
- Comprendre les intérêts d'un CV
- Découvrir et comprendre les différents types de CV
- Acquérir une méthode pour valoriser les compétences et les atouts dans un CV et les adapter en fonction de l'offre d'emploi
- Être capable de rédiger son CV de manière autonome



# PLAN DE FORMATION

1. QU'EST-CE QU'UN CV ?
2. QUAND ELABORER SON CV ?
3. LES INTERETS D'AVOIR UN CV PERTINENT
4. QUELQUES POINTS A RETENIR SUR LA MISE EN FORME D'UN CV
5. LES DIFFERENTS TYPES DE CV
6. COMMENT FAIRE UN LIEN ENTRE L'OFFRE D'EMPOI ET VOTRE CV?
7. LES RUBRIQUES D'UN CV
8. QUELQUES RECOMMANDATIONS

# UN CURRICULUM VITAE

CV

**Etymologie: cv ( Curriculum Vitae) = Déroulement de la vie**



Déroulement de votre vie professionnelle

Un résumé de vos compétences et de vos savoir-faire

Un document à présenter à la personne qui se charge des recrutements

QUAND FAIRE SON CV ?

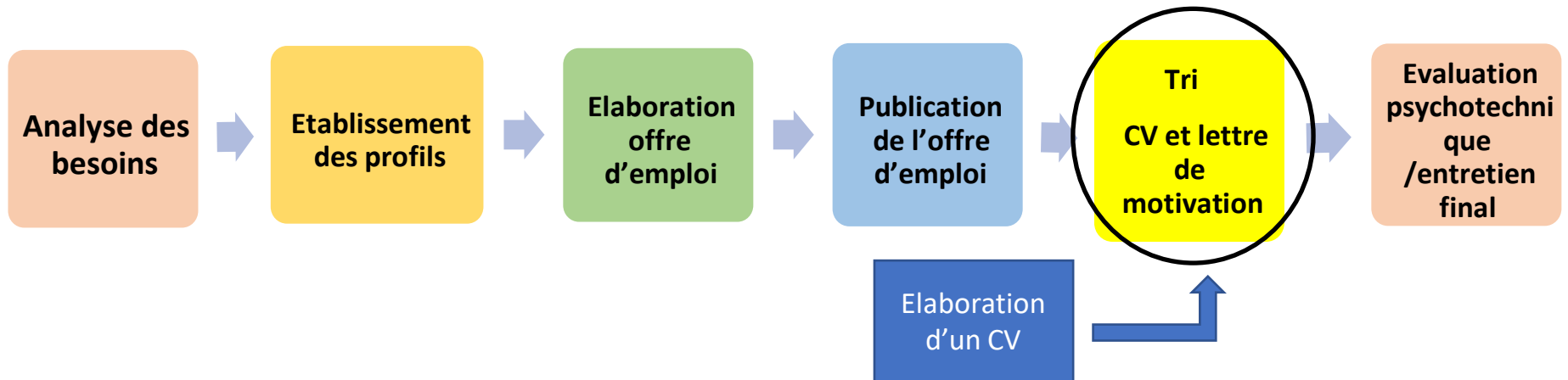
# QUAND FAIRE SON CV ?

- Le CV fait partie de votre document professionnel.
- Commencez à penser à votre CV dès que vous êtes aptes à suivre un stage d'imprégnation ou un stage professionnel, et surtout dès que vous passez le cap du monde du travail.
- Mettez à jour impérativement votre CV à chaque fois que vous avez une nouvelle connaissance, une nouvelle compétence, un nouveau poste.
- Adaptez votre CV en fonction du poste à pourvoir à chaque fois que vous répondez à une offre d'emplois. Même principe pour la candidature spontanée.

**QUELS INTERETS D'AVOIR UN CV PERTINENT ?**

# QUELS INTERETS D'AVOIR UN CV PERTINENT ?

## Système de recrutement dans le monde du travail



## CV

- Première interaction entre vous et le recruteur
- Moyen pour vendre vos connaissances, vos savoir-faire et savoir-être
- Moyen pour démontrer que votre profil correspond aux attentes de votre futur employeur et vous méritez d'aller plus loin dans le processus....



# LES TYPES DE CV

# LES TYPES DE CV

## CV FONCTIONNEL

- Valorisation des expériences par des **tâches, activités, et valeurs ajoutées**
- Numération des activités et acquisition des expériences de façon chronologique (retro chronologie)
- Mise en évidence des postes et des sociétés

### Avantages:

- ✓ Le plus facile à réaliser
- ✓ Donne plus de clarté sur les parcours des candidats
- ✓ Facile à exploiter par les recruteurs
- ✓ Adapté pour mettre en valeur les progressions de carrière,

### Inconvénients:

Période d'inactivité (trou de gruyère) et poste de courte durée facilement détectable

## CV THEMATIQUE

Regroupement des expériences par domaine de compétences.

### Avantages:

- ✓ Adapté pour les personnes qui sont dans les domaines dont les expériences sont beaucoup trop longues et trop riches pour être contenues dans le CV chronologique.
- ✓ Solution pour masquer les inconvénients du CV fonctionnel

### Inconvénients:

- ✓ Informations plus difficiles à déchiffrer pour les recruteurs
- ✓ Peut éveiller les soupçons des recruteurs qui se demandent ce que le candidat a voulu masquer



# LES TYPES DE CV (SUITE)

## CV MIXTE

Combinaison des 2 CV,  
-Prise en compte des éléments du CV thématique dans le CV chronologique, ex : la rubrique compétences mais de façon concise  
C'est le type de CV le plus complet et réalisable.



The image shows a professional CV for Sarah OMINA, titled 'CV MIXTE'. The CV is divided into several sections: CONTACT, PROFIL, EXPERIENCES PROFESSIONNELLES, COMPÉTENCES CLÉS, AUTRES INFORMATIONS, and FORMATION. The name 'Sarah OMINA' and title 'RESPONSABLE COMMERCIAL ET MARKETING' are highlighted in a blue oval at the top. The 'COMPÉTENCES CLÉS' section is circled in red, and the 'EXPERIENCES PROFESSIONNELLES' section is circled in blue. The 'AGENT COMMERCIAL' section is circled in green. The CV includes contact information, a profile statement, a list of key competencies, and details of professional experience and education.

**CONTACT**

- +261 032.....
- sarah.olina@gmail.com
- Antananarivo, Madagascar
- linkedin.com/sarah-olina

**COMPÉTENCES CLÉS**

- Technique de vente et marketing
- Art de négociation
- Capacité relationnelle
- Dynamique
- Intégrité
- Rigueur
- LOGICIELS: Word, Excel, power point
- LANGUES: Français (courant, Anglais(courant))

**AUTRES INFORMATIONS**

- Ancien délégué des étudiants
- Animatrice de radio
- Voyage

**PROFIL**

Evoluant dans le domaine de marketing et commercial depuis 3 ans, ma capacité relationnelle, mon dynamisme et mon intégrité contribuera à l'objectif de votre entreprise, l'augmentation de votre part du marché au niveau local

**EXPERIENCES PROFESSIONNELLES**

**RESPONSABLE COMMERCIAL ET MARKETING**  
**Cosmetic Lomé** | 2019 – 2022

- Supervision des activités d'animation des équipes commerciales sur le terrain. Une amélioration nette de la qualité de prestation des agents par rapport à l'année précédente par suite d'un sondage effectué auprès des consommateurs.
- Pilotage des nouveaux magasins de distributions implantés au niveau des régions du pays. Objectif atteint avec 3 nouveaux sites de distribution fonctionnels en une année.
- Elaboration d'un plan marketing et commercial pour la mise en valeurs des produits dans les sites de vente. Augmentation du montant des chiffres d'affaires de 10% dans les magasins ciblés par rapport à l'année précédente.

**AGENT COMMERCIAL**  
**Fructioce Lomé** | 2018 – 2019

- Animation et promotion des stands ambulants dans les endroits stratégiques de la ville de Lomé. Une meilleure visibilité et connaissance des produits par suite d'étude effectués auprès de la population cible.
- Prospection de nouveaux partenariats stratégiques. 2 nouveaux contrats conclus au niveau local.

**FORMATION**

**MASTER EN MARKETING**  
Département gestion Université de Lomé | 2015  
Technique marketing et commerciale d'entreprise, droit commercial, technique des affaires.

**Licence en gestion**  
Département gestion Université de Lomé | 2014 – 2015  
Technique managériale d'entreprise, Gestion des affaires, technique commerciale

# QUELQUES POINTS POUR LA MISE ENFORME D'UN CV

## A EVITER



- **CV TROP DETAILLE ET TRES LONG**

Trop d'informations tue l'information

Recruteur ne consacre que quelques minutes pour un CV.

Danger: informations hors sujets

- **CV GENERALISTE / BANAL, CV SPONTANE**

- **CV entassé**

## A RETENIR



- **ESPRIT DE SYNTHESE:** mettre seulement les informations pertinentes par rapport à l'offre (une ou 2 pages)

- **UN CV SUR MESURE: 1 CV pour une offre d'emploi.** Un CV doit être personnel et adapté pour chaque poste à pourvoir, même si c'est une demande d'emploi spontanée, le CV doit être sur mesure ( vous devez faire une recherche sur l'entreprise où vous voulez déposer votre demande )

- **CV ATTRACTIF ET AÉRÉ :** Un CV doit être élégant et illustré de façon à capter la vision du lecteur.

Ex: utilisation des puces, couleurs, mise en évidence des paragraphes par des espacements.

# POINTS POUR LA MISE EN FORME D'UN CV (Illustration)



## Sarah OMINA

RESPONSABLE COMMERCIAL ET MARKETING

### CONTACT

+261 032.....  
sarah.omina@gmail.com  
Antananarivo, Madagascar  
linkedin.com/sarabominA

### COMPÉTENCES CLÉS

- Technique de vente et marketing
- Art de négociation
- Capacité relationnelle
- Dynamique
- Intégrité
- Rigueur
- LOGICIELS: Word, Excel, power point
- LANGUES : Français (courant, Anglais(courant))

### AUTRES INFORMATIONS

- Ancien délégué des étudiants
- Animatrice de radio
- Voyage

### PROFIL

Evoluant dans le domaine de marketing et commercial depuis 3 ans, ma capacité relationnelle, mon dynamisme et mon intégrité contribuera à l'objectif de votre entreprise, l'augmentation de votre part du marché au niveau local

### EXPERIENCES PROFESSIONNELLES

#### RESPONSABLE COMMERCIAL ET MARKETING

Cosmetic, Lomé | 2019 – 2022

- Supervision des activités d'animation des équipes commerciales sur le terrain. Une amélioration nette de la qualité de prestation des agents par rapport à l'année précédente par suite d'un sondage effectué auprès des consommateurs.
- Pilotage des nouveaux magasins de distributions implantés au niveau des régions du pays. Objectif atteint avec 3 nouveaux sites de distribution fonctionnels en une année.
- Elaboration d'un plan marketing et commercial pour la mise en valeurs des produits dans les sites de vente. Augmentation du montant des chiffres d'affaires de 10% dans les magasins ciblés par rapport à l'année précédente.

#### AGENT COMMERCIAL

Eructojoo, Lomé | 2018 – 2019

- Animation et promotion des stands ambulants dans les endroits stratégiques de la ville de Lomé. Une meilleure visibilité et connaissance des produits par suite d'étude effectués auprès de la population cible.
- Prospection de nouveaux partenariats stratégiques. 2 nouveaux contrats conclus au niveau local.

### FORMATION

#### MASTER EN MARKETING

Département gestion Université de Lomé | 2015  
Technique marketing et commerciale d'entreprise, droit commercial, technique des affaires.

#### Licence en gestion

Département gestion Université de Lomé | 2014 – 2015  
Technique managériale d'entreprise, Gestion des affaires, technique commerciale

CV coloré, aéré, captivant, succinct et personnel

# COMMENT FAIRE LE LIEN ENTRE L'OFFRE ET VOS COMPETENCES

RUBRIQUES DANS L'OFFRE D'EMPLOI (prérequis)	RUBRIQUES DANS LE CV (justifications)
<p>Un document de référence et une balise de votre CV</p> <p>Décortiquer les informations et les critères importants qui pourraient être utiles pour l'établissement d'un CV</p>	<p>Essayez de démontrer que vous connaissez bien la société ou l'organisme et que vos atouts et savoir-faire contribueront à l'atteinte de leurs objectifs</p> <p>Essayez de regrouper par rubrique ce que vous voulez valoriser de façon à ce que cela permette de répondre aux critères exigés dans l'offre d'emploi</p>

# COMMENT FAIRE LE LIEN ENTRE L'OFFRE ET VOS COMPETENCES (APPLICATION)

RUBRIQUES DANS L'OFFRE D'EMPLOI (prérequis)	RUBRIQUES DANS LE CV (justifications)
<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Informations sur l'entreprise et sur le poste à pourvoir</b></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Libellée informations personnelles:</b> Montrez que vous connaissez bien l'entreprise et le poste à pourvoir en mettant en exergue le titre du poste</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Contexte et finalité</b> ( objectif de l'entreprise)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Mettez en valeur sur votre <b>profil</b> vos qualifications (techniques et qualités) et montrez que vos atouts contribueront à l'atteinte de l'objectif de l'entreprise.</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Compétences</b> : différentes compétences techniques et qualités.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Compétences clés</b></li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Missions et activités /tâches</b></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Expériences professionnelles:</b> décortiquez dans l'offre les activités pour lesquelles vous pensez avoir l'expérience. Justifiez à travers les tâches et activités que vous avez effectuées dans le passé que vous avez les savoir-faire.</li></ul>
<p><b>Critères d'appréciation:</b> critères pour évaluer vos capacités d'exécutions</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Essayez autant que possible de valoriser les <b>résultats</b> de vos activités ( valeurs ajoutées obtenues par l'entreprise )</li></ul>
<p><b>Formations requises:</b> Diplômes, compétences, années d'expériences</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Formations:</b> spécialisations, diplômes, les modules que vous jugez importants à mentionner</li></ul>

# LES RUBRIQUES DANS LE CV (MIXTE)

- Le libellé informations personnelles (application)
- Les compétences clés (application)
- Les expériences professionnelles (application)
- Les formations (application)
- Les informations complémentaires (application)

# INFORMATIONS PERSONNELLES



## PRENOM & NOM

INTITULÉ DU POSTE A POURVOIR

### CONTACT

---



### PROFIL

---

- Résumez-vous  
(Votre spécialité, votre principale qualité, vos années d'expérience dans le domaine, l'Age si nécessaire)
- Faites le lien entre l'objectif de l'entreprise et votre profil

## RUBRIQUE « COMPETENCES CLES » CV TYPE

### COMPÉTENCES CLÉS

---

- Technique de vente et marketing
- Art de négociation
- Capacité relationnelle
- Dynamique
- Intégrité
- Rigueur
- LOGICIELS: Word, Excel, power point
- LANGUES : Français (courant, Anglais(courant))

Mettre en avant vos compétences correspondant aux prérequis du poste: les expertises techniques, les langues maîtrisées, les logiciels, les qualités et savoir-être.



# RUBRIQUE EXPERIENCES PROFESSIONNELLES

## EXPERIENCES PROFESSIONNELLES

---

### Poste

**Société, lieu** | période (rétrochronologique)

- Enumerer de facons retrochronologique vos atribution et activités auparavant.
- Preciser le titre de poste, le nom de la société et lieu.
- Utiliser les termes d'action ex: élaboration, comptabilisation, rédaction, suivi, Evaluation, pilotage...
- Autant que possible, mettre la valeur ajoutée de votre activité , justifier.

**Mots clés**

*Exemple:*

Elaboration d'un plan marketing et commercial pour la mise en valeurs des produits dans les sites de vente. Augmentation du montant des chiffres d'affaires de 10% dans les magasins ciblés par rapport à l'année précédente.

# RUBRIQUE FORMATIONS

## FORMATIONS

---

### Diplôme

***Le département, Université, lieu*** | période

(Enumérer quelques modules importants)

*Exemple :*

**Licence en gestion**

**Département gestion Université de Lomé** | 2014 – 2015

Technique managériale d'entreprise, Gestion des affaires, technique commerciale

# RUBRIQUE INFORMATIONS COMPLEMENTAIRES

## INFORMATIONS COMPEMENTAIRES

---

- Ancien délégué des étudiants de l'université de Lomé
- Animateur de radio xxx de xxx
- Explorateur culinaire de l'agence de voyage xxx

Rubrique qui peut vous aider à montrer les autres facettes de votre personnalité.

- ✓ Enumérez vos activités en dehors de votre vie professionnelle en vous assurant que les informations peuvent intéresser le recruteur.
- ✓ N'oubliez pas de mentionner vos centres d'intérêt

# QUELQUES RECOMMANDATIONS

- Se mettre à la place du recruteur : comprendre leur priorité et leur condition de travail
- Bilan de compétences
- Eviter les mensonges
- Eviter de mentionner des activités qui font débat dans la société (ex: affiliation à un certain parti politique)
- Mettre les références si vous avez des personnes précises qui ont accepté de témoigner en votre faveur, indiquez leur nom, leur rôle et leurs données de contact
- Relire le CV à tête reposée



# MONTAGE DE PROJET

Conception, Initiation et Montage de Projet



SOMMAIRE.....

LES GRANDES PHASES DE L'ÉLABORATION D'UN PROJET .....

ÉTAPE 1 : L'IDENTIFICATION DU PROJET.....

A. Identification des bénéficiaires.....

- Éléments théoriques .....
- Règles à respecter dans vos documents de projet .....

B. Analyse du contexte.....

- Éléments théoriques .....
- Règles à respecter dans vos documents de projet .....

C. Cohérence interne et externe du projet : les acteurs à impliquer dans le projet .....

- Éléments théoriques .....
- Règles à respecter dans vos documents projets.....

D. La prise en compte de la dimension genre dans un projet de développement .....

## ÉTAPE 1 : L'IDENTIFICATION DU PROJET

Au départ, le projet émane de l'idée d'un individu ou d'un groupe ayant envie d'agir sur une situation. A partir de là, il s'agit de transformer l'idée en projet. Pour cela, la phase d'identification est essentielle car elle permet au porteur d'élargir sa vision de la problématique, du territoire et des acteurs en présence. C'est cette étape qui confirmera ou infirmera les hypothèses de départ et qui déterminera de quelle manière il est possible pour le porteur de projet d'agir sur la situation.

## ■ Phase I – L'analyse

- Etape 1 : Analyse préparatoire
- Etape 2 : Analyse des parties prenantes
- Etape 3 : Analyse du problème
- Etape 4 : Analyse des objectifs
- Etape 5 : Analyse des stratégies



Idée  
initiale



ETAPE 1 :  
IDENTIFIER  
VOTRE PROJET

Les bénéficiaires à  
l'origine de l'idée  
de projet

Impliquer et identifier les bénéficiaires

Réaliser un  
diagnostic  
participatif

Etudier le contexte

Analyser les problèmes et chercher les  
solutions

Définir les objectifs  
de votre projet

Déterminer les objectifs du projet

Définir des objectifs spécifiques

Choisir une  
stratégie

Analyser les avantages et  
inconvénients des solutions envisagées

## A. Identification des bénéficiaires

- **Éléments théoriques**

Le fait d'associer les bénéficiaires à l'élaboration d'un projet importe pour plusieurs raisons :

- ❖ être sûr que les problèmes identifiés sont aussi des problèmes pour les bénéficiaires
- ❖ s'appuyer sur la connaissance des bénéficiaires de la zone d'intervention (proposer des solutions endogènes)
- ❖ s'assurer de leur adhésion au projet

### **Les bénéficiaires directs**

Ce sont les personnes qui bénéficieront directement des activités ou infrastructures réalisées dans le cadre du projet.

*Exemple : les femmes membres d'un groupement bénéficiant d'une dotation en moulins à grains*

### **Les bénéficiaires indirects**

Ils ne sont pas directement visés par le projet. En revanche, par les liens qu'ils entretiennent avec les bénéficiaires directs, ils peuvent également être impactés par le projet.

*Exemple : les membres de la famille des femmes membres du groupement*

Pour distinguer les bénéficiaires directs et indirects d'un projet, il peut être utile de s'appuyer sur son budget. La colonne « nombre d'unités » vous aidera ainsi à identifier votre nombre de bénéficiaires directs.

**Le porteur de projet** : tout groupe de personnes qui se mobilise collectivement pour initier, monter et mettre en œuvre un projet. Le porteur a la responsabilité technique et financière de la bonne marche du projet.

**Les techniciens** (services techniques déconcentrés de l'élevage par exemple) peuvent intervenir pour appuyer et aider le porteur de projet. Ils ne sont en revanche pas nécessairement bénéficiaires du projet. Il en va de même pour l'animateur (d'une formation par exemple).

## *Exemples de bonnes pratiques en matière d'implication des bénéficiaires :*

- ❖ L'organisation de débats communautaires
- ❖ L'organisation d'ateliers de rédaction avec les communautés bénéficiaires dans une logique de co-construction du projet
- ❖ L'implication des bénéficiaires dans le suivi budgétaire du projet
- ❖ Capitaliser sur des expériences passées des bénéficiaires

### • **Règles à respecter dans vos documents de projet**

Dans chaque appel à projet, vous trouverez une rubrique concernant les bénéficiaires de votre projet.

A la lecture de cette rubrique, le lecteur extérieur doit être en mesure de **comprendre les raisons qui vous ont poussé à identifier une catégorie de bénéficiaires plus qu'une autre.**

Des critères de vulnérabilité peuvent par exemple être mis en avant. Il est également nécessaire de détailler les grandes caractéristiques socio-économiques du groupe cible. Lors de la rédaction, n'hésitez pas à rédiger quelques lignes justifiant l'identification de vos bénéficiaires et de faire figurer les informations suivantes :

- ❖ Nombre de bénéficiaires
- ❖ Sexe et âge
- ❖ Profil socio-économique : capacités économiques, niveau d'éducation, etc.
- ❖ Niveau de vulnérabilité
- ❖ Niveau d'organisation (dans le cas de l'appui à un groupement de femmes par exemple)
- ❖ Expérience des bénéficiaires dans le domaine concerné

## B. Analyse du contexte

- **Éléments théoriques**

L'analyse du contexte occupe une place essentielle dans l'élaboration du projet. Il s'agit ici de réaliser une étude sur les spécificités de la zone d'interventions, les parties prenantes du territoire, examiner les problématiques, leurs causes et leurs conséquences afin de pouvoir proposer une ou des solutions adaptées. **C'est cette analyse qui permettra de justifier la mise en œuvre de votre projet.**

**Chaque analyse de contexte est spécifique à un projet et une zone d'intervention.** Un projet pertinent à un endroit « A » peut se révéler ne plus du tout être pertinent à un point « B » situé 5km plus loin (zone inondable par exemple). Pour « caractériser » votre description du contexte, vous pouvez vous appuyer sur des critères multiples :

- ❖ Sociaux
- ❖ Économiques
- ❖ Environnementaux
- ❖ Physiques et géographiques

**Une analyse du contexte permet de cibler le problème que le projet peut permettre de résoudre.**

Durant cette phase,

- C'est lorsque vous aurez ciblé le ou les problèmes sur lesquels vous souhaitez et pouvez agir, que vous pourrez faire le choix de l'orientation de votre projet.

Dans cette phase d'analyse, vous serez donc amené à **hiérarchiser les problèmes et déterminer le problème central, le nœud du problème.**

Il n'y a pas de méthode miracle pour y parvenir. En effet cette hiérarchisation tient plus compte du bon sens, de la concertation et de la discussion avec les parties prenantes.

Vous pouvez dresser la liste des problèmes que vous avez identifié et pour chacun des problèmes, mettre en évidence les points forts potentiels que vous pourrez mobiliser pour traiter ce problème et les difficultés qui se présenteront à vous.

Puis, une fois le problème central identifié, il **conviendra de distinguer le problème en tant que tel, les causes du problème et les conséquences du problème.**

## **PROBLÈME**

=

La situation  
insatisfaisante à  
laquelle vous  
souhaitez  
remédier

## **CAUSE**

=

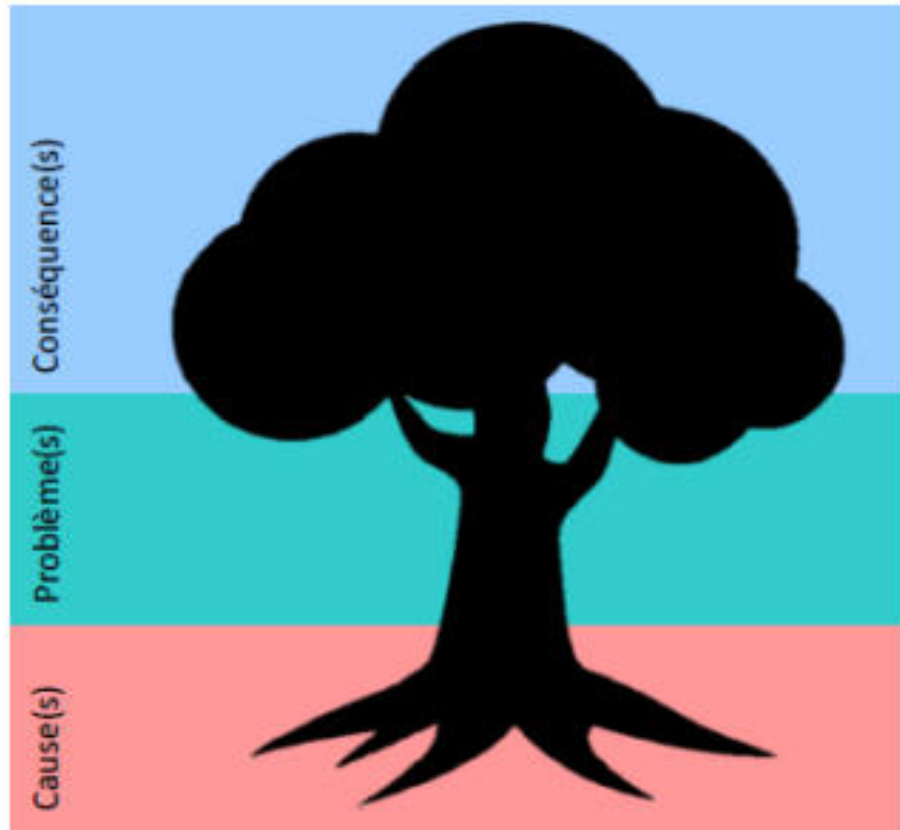
C'est l'origine de  
ce problème

## **CONSÉQUENCE**

=

C'est l'effet  
engendré par ce  
problème





*L'Arbre à problèmes*

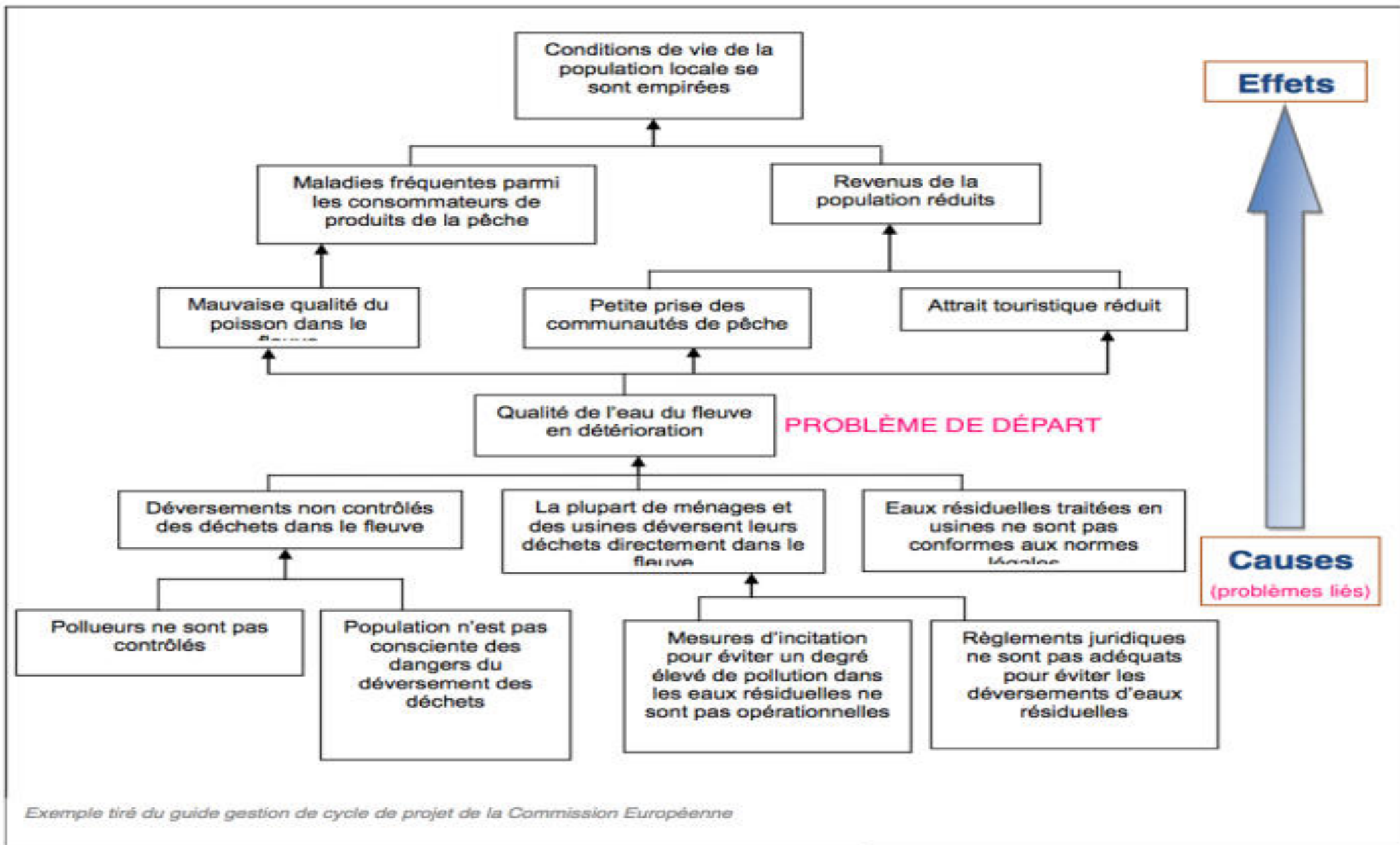
Pour cela, l'arbre à problème constitue un outil utile vous permettant de **classifier les causes et les conséquences du ou des problèmes centraux retenus précédemment.**

Par la suite, il vous permettra **d'agir sur les causes et d'avoir un impact sur les conséquences et donc de construire une logique d'intervention cohérente.**

### Methodologie :

- ❖ Repérer les problèmes
- ❖ Déterminer / choisir le problème central (le problème "starter", le "nœud" du problème)
- ❖ Placer ensuite les différents « problèmes » au-dessus ou au-dessous en inscrivant les liens de causalité

## Exemple d'un arbre à problèmes



Comme on le voit dans l'exemple ci-dessous, un problème central peut reposer sur des causes multiples : sociales (la population n'est pas consciente des dangers du déversement des déchets), économiques, géographiques, institutionnelles (les mesures d'incitation pour éviter un degré élevé de pollution dans les eaux résiduelles ne sont pas opérationnelles), environnementales...

Il faut être modeste dans son approche. **Un seul projet n'a pas vocation à traiter l'ensemble des causes liées à un problème. Le choix des causes sur lesquelles vous souhaitez agir doit se faire en fonction de votre domaine d'expertise.**



- **Règles à respecter dans vos documents de projet**

Lorsque vous rédigez un document de demande de financement (subvention ou appel à projet), vous devrez contextualiser et justifier votre projet. C'est dans cette rubrique que vous pouvez valoriser toute votre connaissance et analyse de votre zone d'intervention. Ici, il faut éviter dans cette rubrique les formulations vagues et généralistes du type « *Le Niger est un pays très pauvre et enclavé de la zone sahélienne* ». A l'inverse, cette rubrique doit vous permettre de valoriser le travail de diagnostic que vous avez effectué en amont de la formulation du projet.

Dans la description du contexte, vous devez expliquer le ou les problèmes rencontrés dans la zone d'intervention et qui justifient la mise en œuvre du projet. Si le canevas le permet, vous pouvez accompagner votre description de l'arbre à problèmes que vous avez réalisé.

### **C. Cohérence interne et externe du projet : les acteurs à impliquer dans le projet**

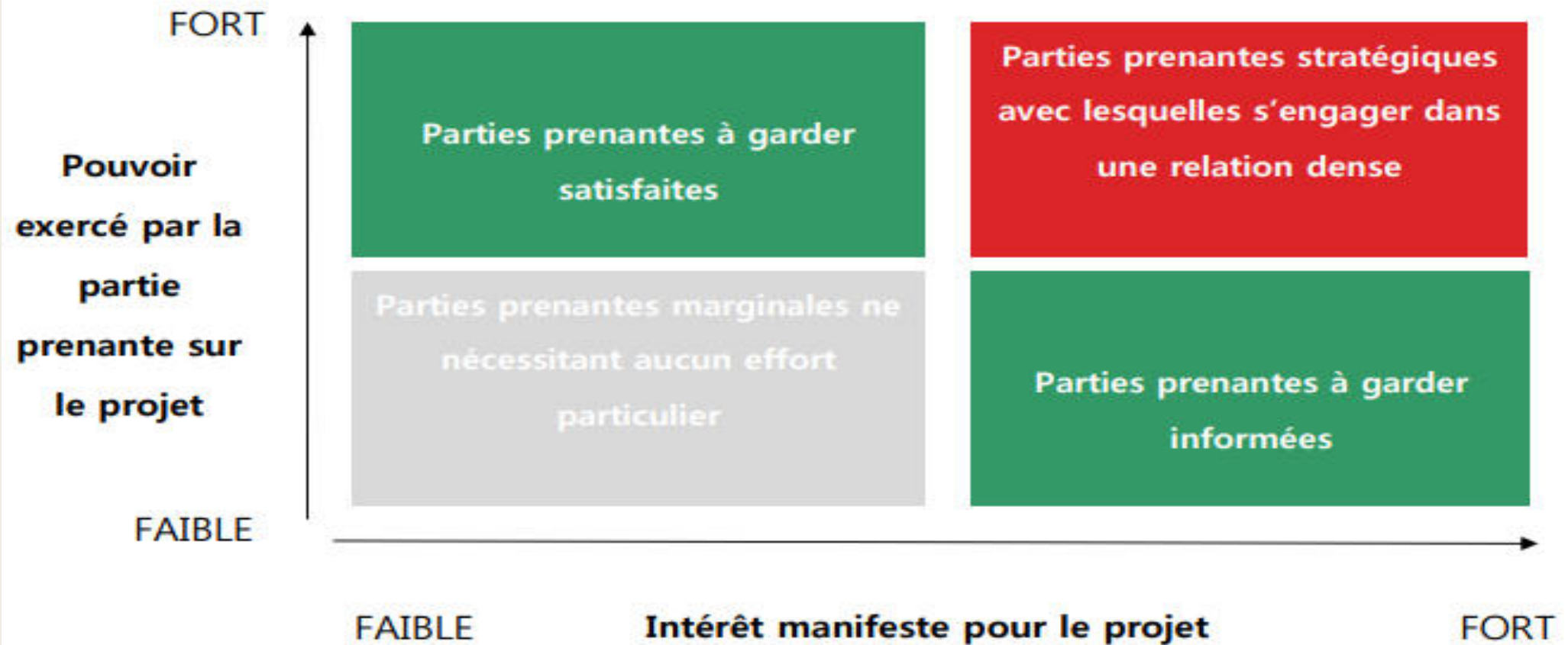
- **Éléments théoriques**

Au cours de l'élaboration de votre projet notamment dans l'analyse du contexte, vous ferez un **focus sur l'identification des parties-prenantes du projet**. Les

parties prenantes sont l'ensemble des acteurs qui peuvent être concernés et/ou intéressés par le projet : quels sont leurs intérêts par rapport au projet ? Quelles sont leurs attentes ? Comment peuvent-ils être impliqués ? Quel est leur positionnement face au projet ? En effet, en fonction de leurs intérêts pour le projet, ils seront impliqués différemment, allant de simples consultations, recueils d'informations, concertations à la participation à l'élaboration du projet, la participation à la mise en œuvre du projet ou encore la participation dans le suivi du projet.

Pour réaliser cette analyse des acteurs vous pouvez vous aider d'outils de positionnement des acteurs.

## Exemple 1 : La matrice pouvoir/intérêt



Cette approche permet de positionner chaque acteur suivant deux critères :

- ❖ l'influence sur le projet
- ❖ l'intérêt pour le projet (soutien ou opposant)

## Exemple 2 : le tableau d'analyse des parties prenantes

Plusieurs types de grille d'analyse existe, libre à vous de vous inspirer des modèles existants (grille d'analyse stratégique de Bernoux, tableau d'analyse des parties prenantes de l'Union Européenne etc.).

Les informations principales à lister dans cet outil sont les suivantes :

- ❖ nom de l'acteur
- ❖ participation envisageable dans le cadre du projet
- ❖ compétences mobilisables
- ❖ attentes et intérêts pour le projet
- ❖ risques pour le projet

- **Règles à respecter dans vos documents projets**

Vous trouverez très souvent une rubrique vous demandant d'inscrire votre projet dans les principales programmations nationales, lois, conventions internationales, etc.

Il s'agit ici de montrer que votre projet s'inscrit dans **une dynamique plus large sur une thématique donnée**. Un document comme le PDES donne un certain nombre d'orientations stratégiques : dans cette rubrique vous allez montrer comment votre projet, à son échelle, contribue à l'atteinte de ces orientations.

Il est utile d'adopter une démarche allant du plus général au plus particulier en montrant successivement que le projet est compatible avec les ODD, avec le PDES, avec un document sectoriel (le Programme Sectoriel de l'Education et de la Formation (PSEF 2014-2024) pour un projet dans le domaine de la scolarisation des filles par exemple) pour finir localement avec le Plan de Développement Communal (PDC) de la commune d'intervention.

En outre, vous trouverez également une partie où vous **devrez détailler l'implication des parties prenantes**. Ces acteurs peuvent être les autorités, les partenaires de mise en œuvre, les organisations non gouvernementales et



organisations de la société civile, les bailleurs de fonds, etc. C'est ici que vous pourrez valoriser tout le travail d'analyse des acteurs réalisé en amont.

#### **D. La prise en compte de la dimension genre dans un projet de développement**

**La prise en compte de la dimension genre ne se limite pas à l'identification de bénéficiaires féminins.**

Il convient de distinguer l'approche « femmes et développement » et l'approche « genre et développement » :

##### **Approche « femmes et développement »**

Cette approche s'intéresse uniquement aux **femmes comme population cible** et met en œuvre des programmes qui visent à renforcer leurs capacités pour améliorer leur situation sans remettre en question la répartition des tâches entre les femmes et les hommes et sans réellement travailler sur les causes des inégalités.

##### **Approche « genre et développement »**

L'approche « genre et développement » **analyse les causes des inégalités de genre** et cherche à lutter contre ces inégalités en déconstruisant et en interrogeant les stéréotypes de genre. Cette approche est donc plus structurelle. Elle implique tous les membres de la société.

**La prise en compte de la dimension genre peut se faire à toutes les étapes du projet (intégration transversale du genre).**

L'intégration transversale du genre dans un projet : selon cette approche, les questions sur le genre doivent être posées à toutes les étapes d'un projet : durant l'élaboration, la mise en œuvre et le suivi-évaluation. Comment ?

- ❖ **Durant la phase de diagnostic** : privilégier le recours à des statistiques désagrégées par sexe

Exemple de statistique non désagrégée : 20% des enfants sont déscolarisés

Exemple de statistique désagrégée : 20% des enfants sont déscolarisés dont 40% de garçons et 60% de filles

Où trouver ces données ? : Dans les rapports internationaux, instituts de statistiques, les rapports de recherche, d'ONG, sur la base de ses propres enquêtes

❖ **Pendant l'exécution du projet** : soit vous menez des activités spécifiques pour lutter contre les discriminations basées sur le genre (bourses scolaires pour les filles par exemple) soit vous intégrez de façon transversale la dimension (construire des latrines séparées entre filles et garçons dans le cadre d'un projet d'assainissement par exemple).

La prise en compte de la dimension genre peut également être valorisée dans la méthodologie d'action que vous employez : imposer une répartition du temps de parole équitable à l'occasion d'une réunion d'information, choisir les horaires d'une activité en fonction de la disponibilité des femmes, privilégier des canaux de diffusion de l'information maîtrisés par les femmes, etc.

❖ **Pour le suivi-évaluation** : concevoir des indicateurs qui permettent d'évaluer la réduction des inégalités entre femmes et hommes.





# ETUDES PRÉALABLES

Favoriser l'innovation des projets

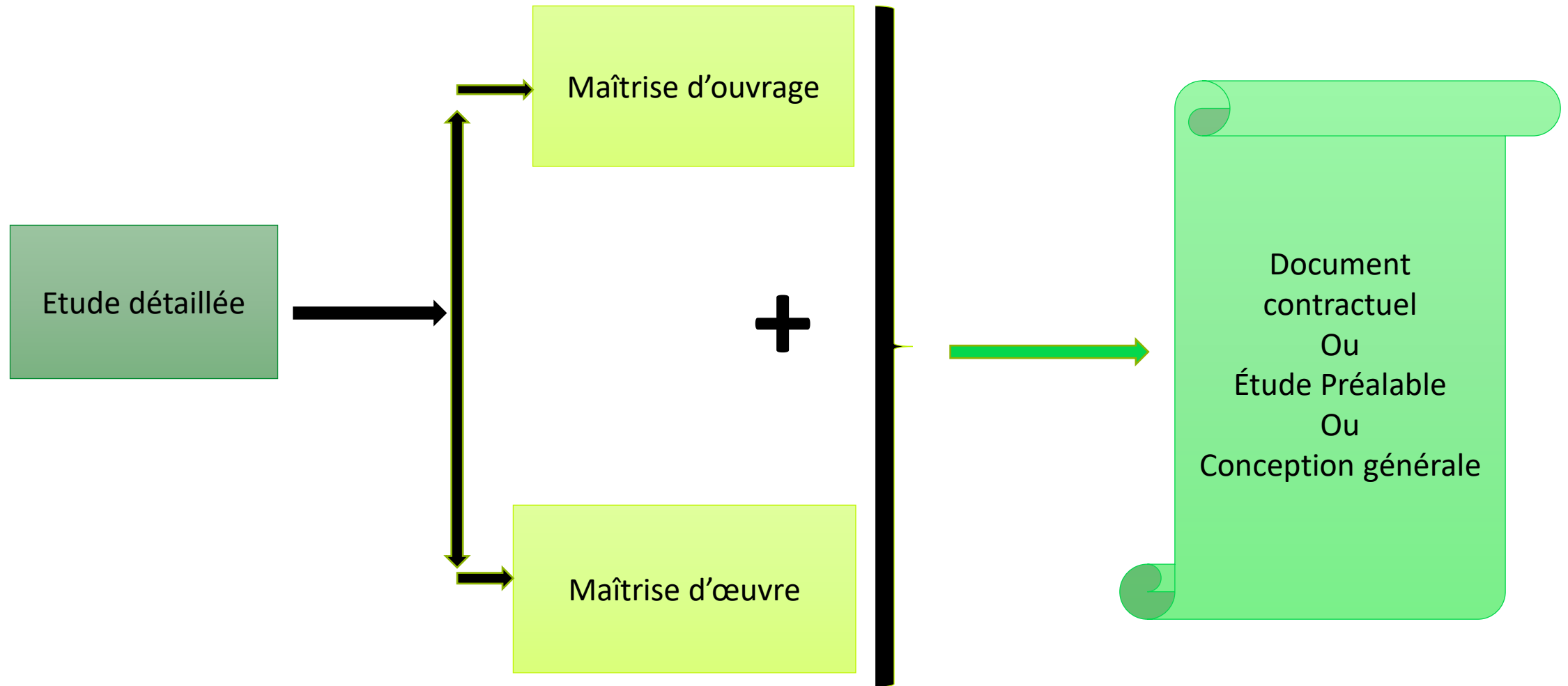


# PRÉSENTATION DE L'OUTIL

DÉFINITION ET  
OBJECTIF

# DÉFINITION

- Afin de réussir le montage d'un projet à caractère innovant L'**étude préalable** ressort être un outil de conception générale qui vise à approfondir l'analyse de dimensions innovantes d'un **projet**, suite à une **étude** d'opportunité et dans l'optique de préparer sa mise en œuvre.
- De ce fait, Il s'agira d'étudier la pertinence du **projet** envisagé, **son** acceptabilité par les acteurs locaux, sa faisabilité (technique, économique, sociale, etc.)





# ORIGINES OU CAUSES

# ORIGINES OU CAUSES

Il peut s'agir d'étudier :

- **la pertinence du projet envisagé,**
- **sa faisabilité**
- **ou sa pérennité.**

Cela peut nécessiter l'approfondissement de l'analyse des contextes du projet et l'identification des acteurs clé.



# ACTEURS D'UN PROJET

## Définition:

Il s'agit d'un groupe composé de dirigeants, chargés de veiller au bon fonctionnement d'un **projet** au sein d'une entreprise. On y trouve par exemple le directeur des ressources humaines, le chef de **projet**, etc. Ils arbitrent les stratégies et prennent les décisions pour mener le **projet** à bien.

## Les différents acteurs d'un projet

### Les acteurs d'une équipe projet : organisation, rôle et compétences

- L'organisation d'une équipe **projet**. ...
- Le chef de **projet**. ...
- Le responsable fonctionnel. ...
- Le responsable technique. ...
- Le sponsor. ...
- Le PMO (Project Management Office)

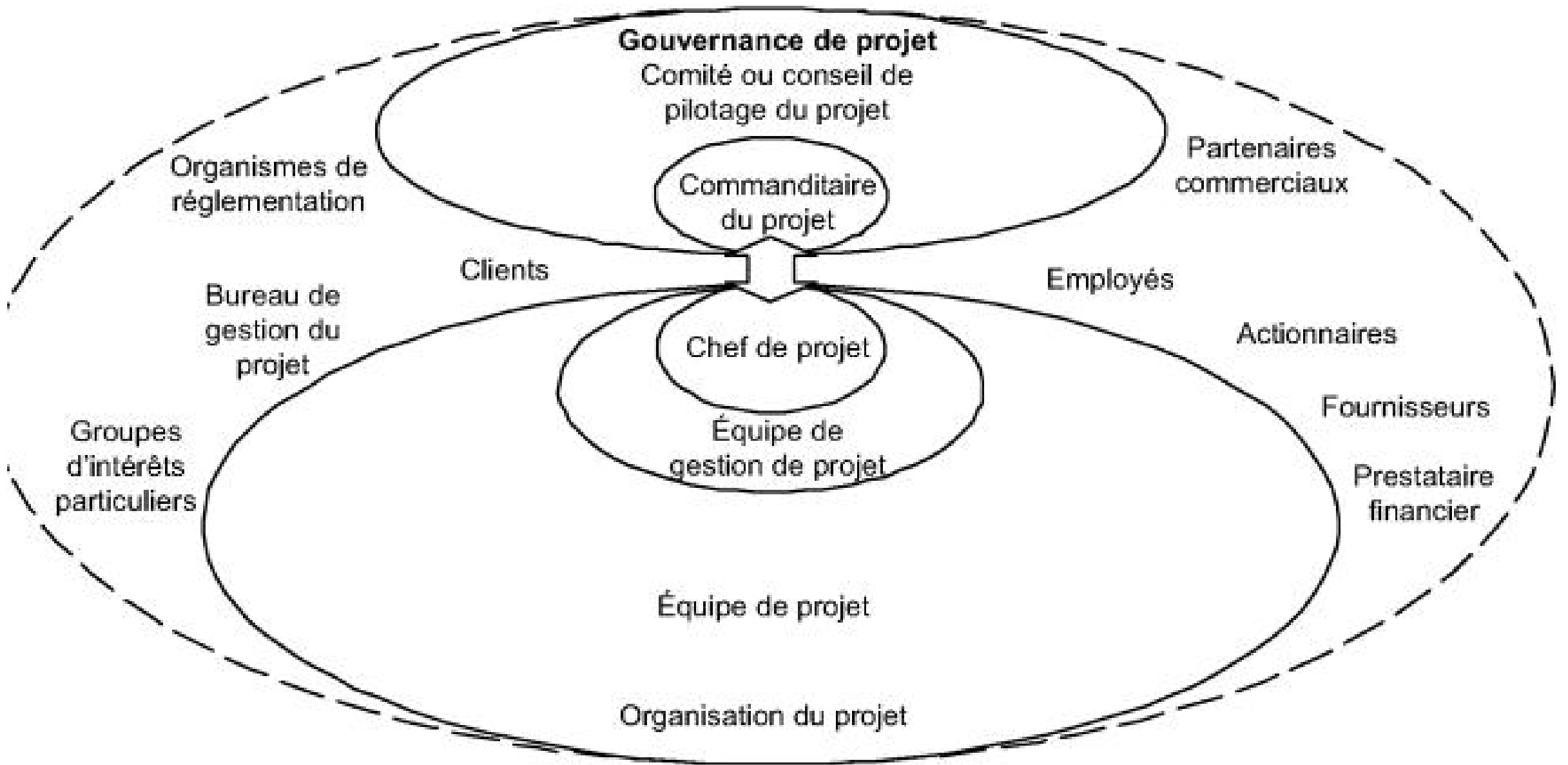
# ACTEURS CLES

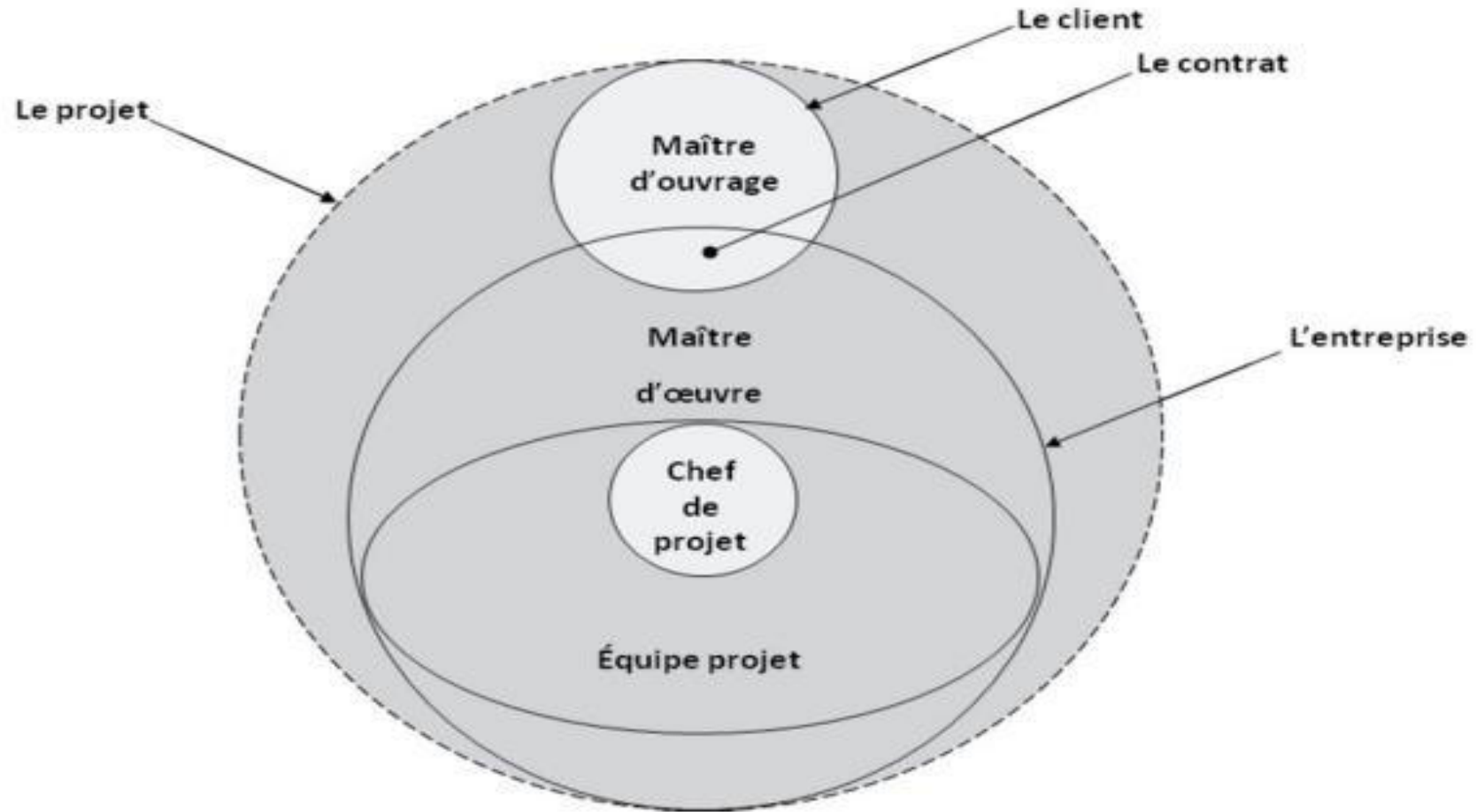
- Dans un projet ou un étude préalable, Il s'agit des **acteurs** qui comptent plus que les autres de par leur position hiérarchique, leur légitimité et leurs fonctions de représentativité. On les appelle en général les **acteurs clés** ou les **acteurs pivots**.

# COMMENT IDENTIFIER LES ACTEURS D'UN PROJET

## Comment identifier les parties prenantes ?

- Nous vous conseillons de partir d'un premier cercle : ceux qui sont les plus impliqués/impactés comme les commanditaires, les utilisateurs finaux, etc., d'en dresser la liste puis de leur demander qui d'autre peut être impacté par le **projet** et pour quelle raison.
- Suivre les exemples suivants de modèles de positionnement des différents acteurs





## Représentation des parties prenantes d'un projet



# Les acteurs du projet

## Acteurs impliqués / parties prenantes (*stakeholders*)

**Les acteurs du projet :** chef de projet (*project manager*)

équipe de gestion de projet (*team management*)

membres de l'équipe projet (*team members*)

**Les pilotes du projet :** comité projet, comité de pilotage,...

**Le sponsor** (commanditaire, promoteur, garant, etc.) (*client, customer...*)

**Le client final, les utilisateurs...** (*final user, users....*)

**Les autres acteurs fonctionnels** (responsables fonctionnels, experts, réglementaires) ou  
**acteurs techniques**

**Les acteurs institutionnels internes** (PMO, architectes fonctionnels, Comité d'Entreprise)

**Les acteurs institutionnels externes** (CNIL, Comités interprofessionnels, autorités de  
tutelle, bailleurs de fonds, etc.)

**Les autres partenaires du projet** (fournisseurs, sous-traitants, équipe de production, etc.)

**Les autres personnages influents** (politiques....) (*influencers*)





# OBJECTIFS

L'étude préalable vise à **approfondir l'analyse de dimensions innovantes d'un projet**, alors que ce projet est en cours d'élaboration et en vue de préparer sa mise en œuvre. Cette connaissance permet d'établir les éléments d'une situation de référence en début de projet qui pourra fournir une base pour l'évaluation ultérieure des résultats, des effets ou de l'impact.

Avec cet outil, l'entreprise commanditaire contribue à **soutenir les capacités d'expérimentation** de ses membres.

Exemple du soutien du F3E ( Fonds pour la promotion des Etudes préalables, des Etudes transversales et des Evaluations) à ses membres : Il appuie de ce fait, des études préalables dans des champs d'intervention ou des démarches innovants, sur lesquels les acteurs du développement ne disposent pas – ou peu – de références documentaires.



## CARACTÉRISTIQUES 1/2

- Au-delà de la structure qui la porte, **l'étude doit présenter un intérêt pour d'autres membres du F3E** (et plus globalement pour d'autres acteurs de la solidarité internationale ou de la coopération décentralisée). Ceci peut se traduire notamment par le caractère **novateur** de l'étude, lié par exemple au champ d'intervention (mettre en œuvre un projet dont l'objet est novateur) ou à la démarche utilisée.
- Ainsi, **l'étude préalable soutient les capacités d'expérimentation des membres du F3E**. L'étude préalable associe des ressources humaines internes (au commanditaire et/ou à ses partenaires) et un consultant.

# CARACTÉRISTIQUES 2/2

- Elle fournit des éléments qui permettent aux acteurs de préparer la mise en œuvre d'un projet. A ce titre, elle se situe entre la phase d'identification (phase d'analyse et d'échanges entre partenaires qui aboutit à une idée d'intervention commune) et la phase de programmation (au cours de laquelle sont définis la logique d'intervention et/ou le cadre logique complet). Outre l'amélioration de la qualité des interventions, l'étude préalable permet à la structure commanditaire de :
  - ◆ constituer une base pour la conception d'un dispositif de suivi-évaluation, et une situation de référence pour une future évaluation ou étude des effets et de l'impact ;
  - ◆ renforcer ses compétences (le regard croisé commanditaire / consultant étant source de confrontation des acquis et d'apprentissage méthodologique).

# CRITÈRES D'ÉLIGIBILITÉ SPÉCIFIQUES 1/2

- *Par rapport à l'outil :*

- ◆ L'étude préalable n'est ni une étude de marché, ni une étude d'identification de partenaire(s). **Elle suppose qu'une idée de projet (d'intervention) et un partenaire soient identifiés en amont**, même si elle peut faire évoluer à la fois l'idée de projet et les modalités de partenariat envisagées.
- ◆ Un regard attentif est porté sur la cohérence du partenariat – actuel et envisagé – avec le projet.
- ◆ Le projet doit être en cohérence avec la politique et la stratégie de la structure commanditaire.

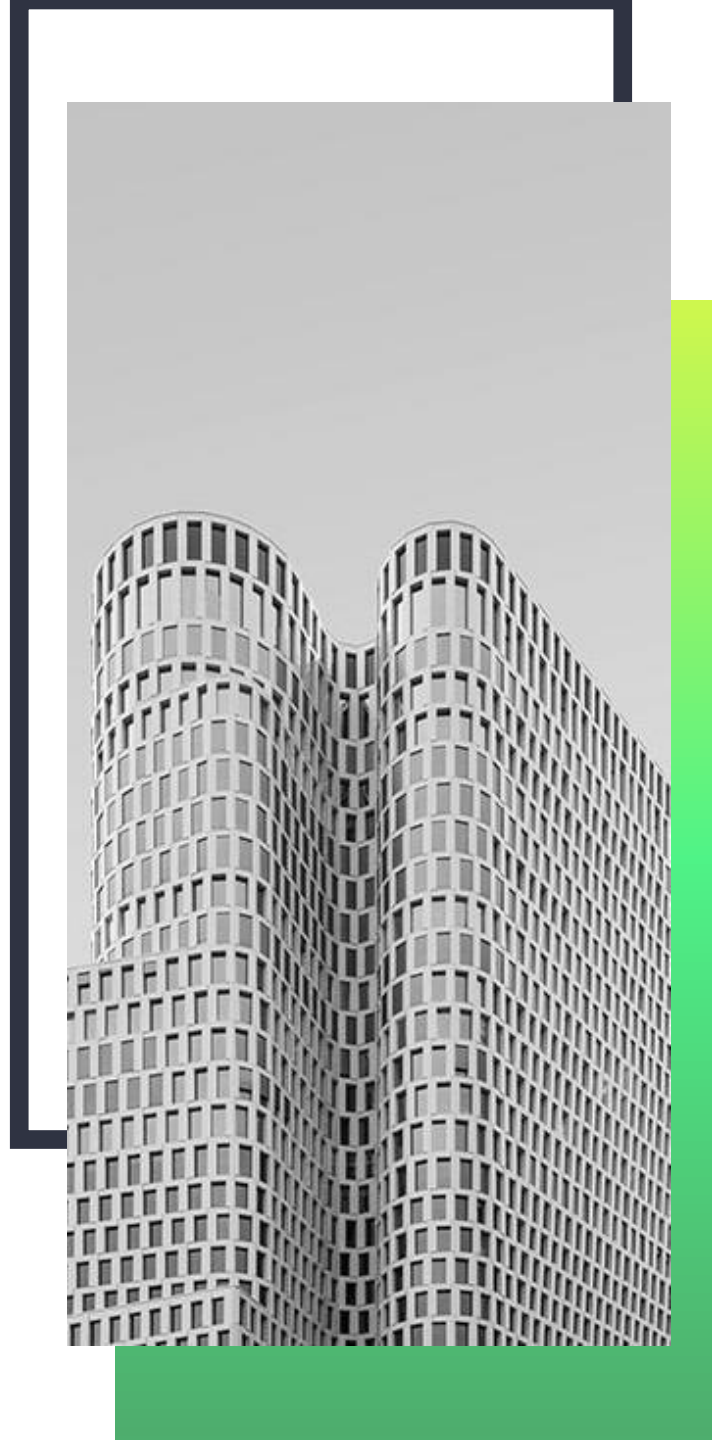
# CRITÈRES D'ÉLIGIBILITÉ SPÉCIFIQUES 2/2

- ***Par rapport aux acteurs :***

- ◆ La structure commanditaire doit être impliquée dans la mise en œuvre du projet qui fera suite à l'étude préalable.
- ◆ Sont privilégiées les études préalables à des projets **multi-acteurs** et qui intègrent cette dimension (c'est-à-dire les études préalables qui, dans leur montage et leur mise en œuvre, associent plusieurs acteurs distincts).
- ◆ Comme indiqué plus haut : un ou plusieurs partenaires locaux doivent être préalablement identifiés (ONG / association locale, structures d'appui, promoteurs individuels, administration déconcentrée, collectivité territoriale...). Les termes de référence de l'étude doivent préciser leurs nature et mode d'implication, tant dans l'étude que dans le projet envisagé. Selon le cas :
  - il(s) entretien(nen)t une relation de collaboration ancienne avec le commanditaire ;
  - il(s) est / sont identifié(s) comme partenaire(s) pour le projet à venir sans qu'aucune relation de travail n'ait été encore établie.
- ◆ L'analyse d'autres acteurs stratégiques par rapport au projet envisagé peut faire partie de l'étude préalable.

# Expertise

- 



# Méthodologie

-

# EXPERTISE

- *Type d'expertise*

Un ou plusieurs consultants sont mobilisés pour leur connaissance du secteur d'activité, leur capacité à susciter des dynamiques collectives, leurs compétences méthodologiques. Ils enrichissent l'étude par leur apport technique et méthodologique, et soutiennent la mise en œuvre d'une démarche participative et concertée avec l'ensemble des acteurs. Des ressources humaines internes au commanditaire et à son (ses) partenaire(s) sont mobilisées pour l'étude : on parle alors « d'expertise interne ». Le consultant intervient en complémentarité (et non en conseil ponctuel) de cette expertise interne. Au sein de la structure commanditaire, les personnes chargées de l'étude sont celles qui seront ultérieurement chargées de la mise en œuvre du projet, ce qui favorise l'appropriation de l'étude.

# MÉTHODOLOGIE

- *Points de repère méthodologiques*

De façon indicative, l'étude peut se décomposer en plusieurs étapes :

- ◆ recueil d'informations sur la thématique et les expériences réalisées, sur la zone géographique ;
- ◆ analyse des acteurs existants potentiellement mobilisables ou concernés par le projet envisagé ;
- ◆ observations de terrain ;
- ◆ enquêtes et entretiens auprès d'acteurs variés (institutionnels / opérationnels, publics / privés, pouvoirs locaux...) ;
- ◆ entretiens auprès de partenaires potentiels (publics, associatifs, entrepreneurs...) ;
- ◆ enquêtes et entretiens auprès d'un échantillon représentatif de « bénéficiaires » ;
- ◆ restitution de l'étude au commanditaire et ses partenaires, restitution collective élargie avec les membres du F3E possible.



# PRODUITS ATTENDUS

Il est attendu plusieurs produits :

◆ Un **rapport** constitué de deux parties :

- La première, sur la thématique, présente notamment : l'origine du projet envisagé et ses modalités d'insertion dans le milieu (cohérence) ; les améliorations attendues d'un point de vue technique, économique, environnemental et/ou social ; dans quelle mesure le projet sera acceptable, sur le plan organisationnel et institutionnel, en prenant en compte les points de vue des différents acteurs et leur implication ; les modalités de transmission, de pérennisation et de viabilité de l'innovation, l'analyse

des risques qui lui sont liés ; les effets induits prévisibles (effets économiques, sociaux, institutionnels, environnementaux).

- La seconde présente la méthodologie d'étude, les outils utilisés, les atouts et les difficultés rencontrées. Elle s'attache à faire des propositions d'ordre méthodologique.

◆ Une **synthèse du rapport** diffusée largement, notamment via le site Internet du F3E.

◆ Une **note de la part du consultant** pour livrer une petite auto-analyse de l'appui qu'il a apporté, en faisant notamment des recommandations pour une amélioration de cet appui si c'était à refaire. Si possible, un avis sur la qualité globale de la démarche d'étude sera par ailleurs apporté

◆ Une **note de commentaires de la part du commanditaire** donnant son avis sur l'ensemble de la démarche

NB : selon les cas, le rapport et sa synthèse pourront être rédigés soit par le consultant, soit par le commanditaire.



**MERCI**

Pour votre écoute



## VOTRE TITRE VIENT ICI

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.  
Ut gravida eros erat. Proin a tellus sed risus lobortis sagitti

# PERSONNALISER CE MODÈLE

Instructions en matière de  
modification du modèle et  
commentaires

A large, thick, black L-shaped frame surrounds the central text. The top-left corner is a horizontal bar extending to the right, and the bottom-right corner is a vertical bar extending upwards. The rest of the frame is implied by the corners.

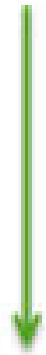
# PLANIFICATION ET GESTION DE PROJET

Idée murie et partagée

Etape 2

ÉTAPE 2 : LA PLANIFICATION DU PROJET .....	2
A. Présentation du cadre logique .....	2
B. Détails des informations contenus dans le cadre logique (par ordre de construction du cadre logique) .....	2
• Les objectifs.....	2
• Les résultats .....	2
• Les IOV et sources de vérification .....	2
• Les hypothèses de réalisation .....	2
• Les activités .....	2
• Les moyens.....	2
• Les sources d'information.....	2
• Les conditions préalables.....	2
C. Le budget .....	2
<u>D.</u> La stratégie de sortie du projet .....	2

Idée mûrie  
et partagée



Projet  
construit



Document  
de projet

ETAPE 2 :  
PLANIFIER  
VOTRE PROJET

Construire la  
logique de votre  
projet

Prévoir les modalités  
de mise en œuvre de  
votre projet

Définir les résultats attendus

Choisir les activités à réaliser

Définir les indicateurs

Identifier les risques et hypothèses

Préparer la gestion et le suivi

Réaliser un calendrier prévisionnel

Estimer un budget

ETAPE 3 :  
PRESENTER  
VOTRE PROJET

Le document de  
projet



## ÉTAPE 2 : LA PLANIFICATION DU PROJET

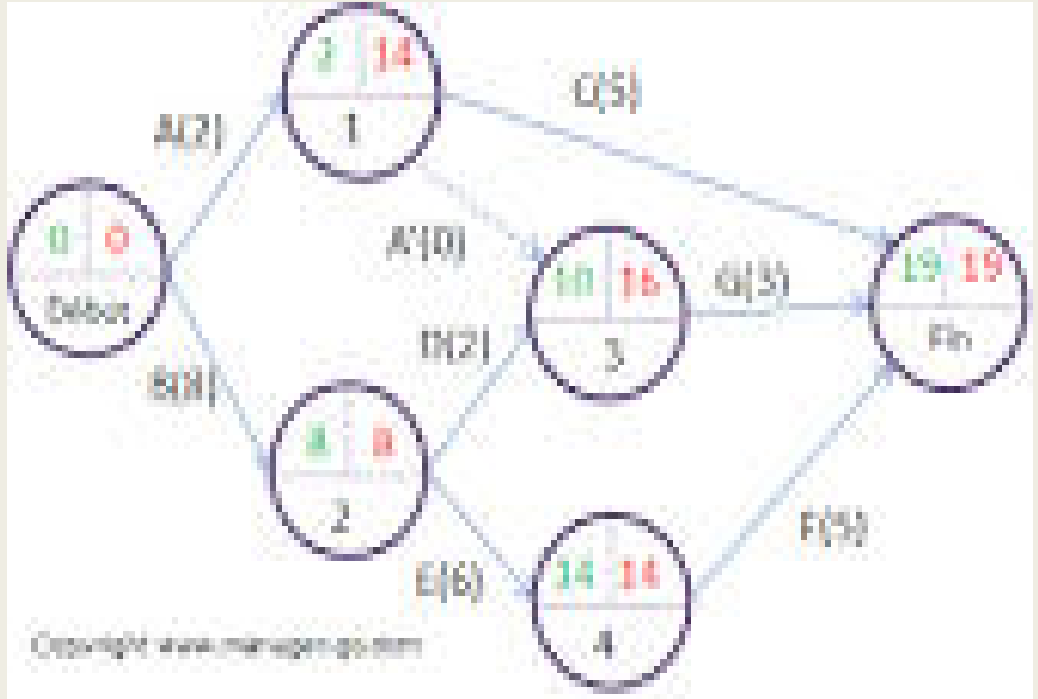
Planifier un projet consiste à :

- ❖ Définir un programme d'activités logiques et cohérentes qui permettent d'atteindre des objectifs précis avec des indicateurs de suivi et d'évaluation et des hypothèses de réalisation
- ❖ Construire un budget prévisionnel de ce programme d'activité le plus près du réel

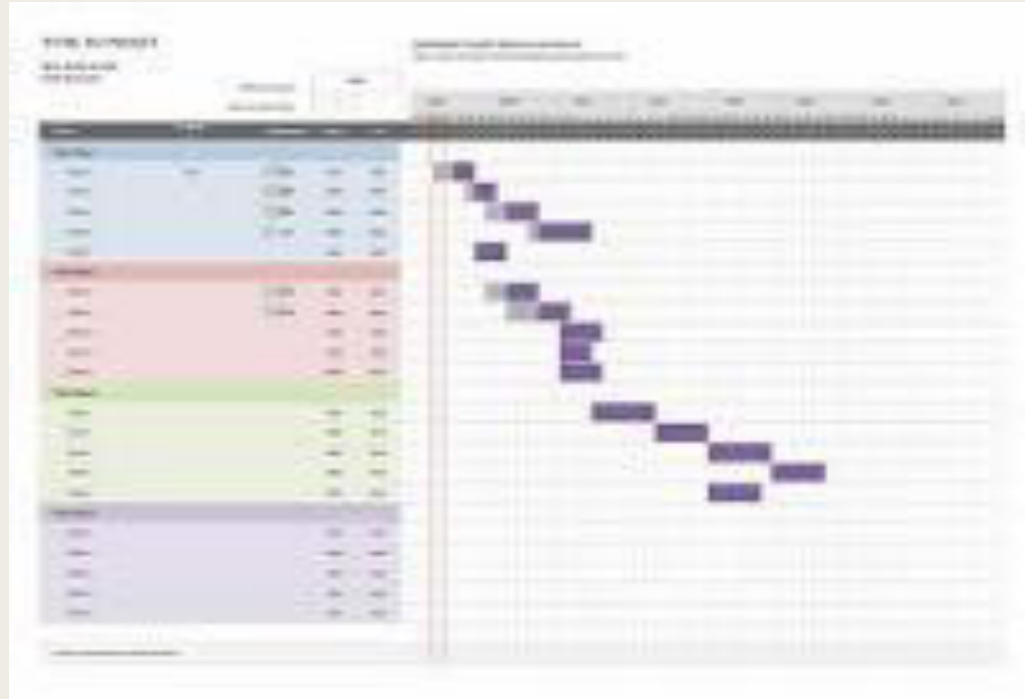


# DEUX MÉTHODES ESSENTIELLES POUR LA PLANIFICATION

## LA METHODE PERT



## LA METHODE GANTT



## A. Présentation du cadre logique

Le cadre logique est un outil largement utilisé par tous les organismes de développement publics et privés qui sert de synthèse du projet. Il permet également de prévoir, avant la mise en œuvre de projet, un système d'évaluation.

Le cadre logique est composé de deux parties : la partie haute et la partie basse.

La partie haute doit contenir :

- Les objectifs généraux et spécifiques
- Les résultats
- Les Indicateurs Objectivement Vérifiables (IOV)
- Les sources de vérification
- Les hypothèses de réalisation

La partie haute contient :

- Les activités qui permettent d'atteindre les résultats
- Les moyens mis en place pour y parvenir
- Les sources d'informations
- Les conditions préalables à la mise en place des activités

Cet outil se construit dans l'ordre suivant :

		<b>Logique d'intervention</b>	<b>IOV</b>	<b>Sources de vérification</b>	<b>Hypothèses</b>
<b>Partie Haute</b>	<b>Objectifs généraux</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>
	<b>Objectifs spécifiques</b>	<b>1</b>			
	<b>Résultats</b>	<b>3</b>			
<b>Partie Basse</b>			<b>Moyens</b>	<b>Sources d'information</b>	<b>Conditions préalables</b>
	<b>Activités</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>

B. **Détails des informations contenus dans le cadre logique** (par ordre de construction du cadre logique)

- **Les objectifs**

- *Objectifs spécifiques*

Ils sont le but du projet. Ils décrivent les bénéfices durables que recevront les bénéficiaires directs du projet.

**Ces objectifs doivent être « SMART » :**

- S**pécifique
- M**esurable
- A**cceptable
- R**éaliste
- T**emporel

**Spécifique** : un bon objectif ne correspond qu'à une seule idée. Un objectif ne peut pas à la fois concerner la nutrition et l'alphabétisation. Choisissez ce sur quoi vous allez agir. Améliorer la condition des femmes est un objectif général, leur apprendre à lire est un objectif spécifique.

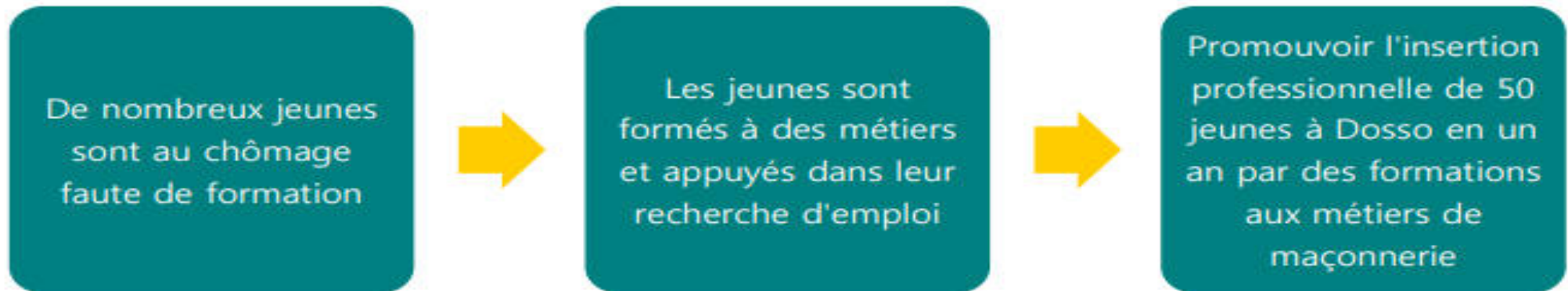
**Mesurable** : un bon objectif est chiffré afin d'en permettre le suivi et l'évaluation (300 femmes alphabétisées, 1.000 personnes qui ont accès à l'eau potable).

**Acceptable** : un bon objectif est facilement atteignable et pas trop ambitieux (on ne pourra pas fournir l'accès à l'eau à tous les habitants de Savalou, mais seulement à 500 ménages d'un quartier périphérique).

**Réaliste** : un bon objectif nécessite des moyens disponibles sur place (si, par exemple, vous voulez former des femmes en informatique, êtes-vous sûr que le village a accès à l'électricité ?).

**Temporel** : un bon objectif est inscrit dans le temps et il pourra être atteint au terme du projet (un projet de formation en coiffure étalé sur 1 an permettra d'acquérir suffisamment de savoir-faire pour trouver un emploi dans un salon de coiffure).

Pour définir les objectifs spécifiques, il convient **de se référer à l'analyse des problèmes** réalisée en amont. L'arbre à problèmes doit vous aider à formuler vos objectifs spécifiques. Une méthode efficace consiste à transformer le problème central en solution : on obtient alors l'objectif du projet.



Diminution des productions agricoles des ménages faute d'outillage adéquate



Les ménages sont outillés en équipement agricole



Outiller en équipement agricoles 50 ménages de Dosso en un an



### ➤ *Objectifs généraux*

Ils expliquent **ce à quoi contribue le projet pour la société en termes de bénéfices à long terme. Ils représentent l'impact du projet.** Ces objectifs ne seront donc pas atteints seulement avec le projet.

Afin de déterminer ces objectifs, vous pouvez vous appuyer sur la liste des Objectifs du Développement Durable établit par les Nations-Unies.

*Exemple :*

- *Objectif spécifique : Promouvoir l'insertion professionnelle de 50 jeunes à Dosso en un an par des formations aux métiers de maçonnerie*
- *Objectifs généraux : Contribuer à l'accès à un travail décent pour les jeunes et la croissance économique du territoire (référence à l'ODD 8 : Travail décent et croissance économique)*

- **Les résultats**

Les résultats sont également des objectifs mais ils sont plus opérationnels. Ils constituent **les améliorations et les changements produits par les activités**. Ils permettent d'atteindre l'objectif spécifique. **Les résultats attendus doivent donc être formulés à partir de l'objectif spécifique.**

- **Les IOV et sources de vérification**

Un indicateur permet de mesurer de manière objective l'impact et les résultats de votre projet. Un indicateur peut être :

- **Un chiffre : on parle alors d'indicateur quantitatif**
- **Un état : on parle alors d'indicateur qualitatif**

Les indicateurs vous seront très utiles lorsque vous mettrez en œuvre votre projet et réaliserez le suivi et l'évaluation. Ils vous serviront alors de "tableau de bord".

**Un indicateur doit pouvoir être mesuré de façon objective à partir de sources d'informations précises et fiables**, déjà existantes ou créées dans le cadre du projet. On parle de sources de vérifications.

*Exemple :*

Objectif spécifique / résultat attendu	Indicateurs	Source de vérification
<b>Objectif spécifique</b> : Augmenter de 10% les revenus des femmes des 20 coopératives de Dosso en un an.	<ul style="list-style-type: none"><li>- Revenu des femmes</li><li>- Epargne constituée</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Enquête sur les revenus des femmes avant et après le projet</li><li>- Relevés de caisses d'épargne</li></ul>
<b>Résultat attendu</b> : les 20 coopératives se regroupent en union et leurs capacités de gestion et d'organisation se renforcent	<ul style="list-style-type: none"><li>- Existence d'une union</li><li>- Nombre de réunions organisées</li><li>- Nombre de femmes formées</li><li>- Taux de réussite au test final</li><li>- Utilisation et mise à jour d'outils de gestion</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Récépissé de l'union</li><li>- Compte rendu de réunions</li><li>- Registre des présences</li><li>- Résultats du test</li><li>- Registre de gestion/compte-rendu du commissaire aux comptes</li></ul>

**Attention !** Les sources de vérification sont très importantes dans l'élaboration des indicateurs.

Dans le cas d'un projet de renforcement des capacités d'une coopérative de femmes par exemple, l'indicateur « revenus des femmes » est un indicateur de résultat. Pour que cet indicateur soit pertinent, il faut avoir connaissance du revenu des femmes de la coopérative avant le lancement du projet. Sans cela, vous ne pourrez pas mesurer ensuite l'impact de ce projet sur leurs revenus. Il faut donc s'assurer de la disponibilité de l'information avant de formuler un indicateur de résultat.

- **Les hypothèses de réalisation**

Les hypothèses correspondent à **la condition de non réalisation d'un risque ou d'une contrainte externe peu probable, qui pourrait empêcher l'atteinte des objectifs.**

Si la contrainte ou le risque est probable, le projet ne pourra pas se réaliser, il faudra alors le modifier.

- **Les activités**

Les activités sont les **actions à réaliser afin d'atteindre chacun des résultats.** Dans le cadre logique, il ne s'agit pas de détailler l'ensemble des tâches réalisées mais toutes les activités qui sont menées.

- **Les moyens**

Il s'agit d'indiquer sommairement les moyens humains et matériels nécessaires à la réalisation de chaque activité.

- **Les sources d'information**

Les sources d'informations précisent comment sera vérifiée la réalisation de chacune des activités. Ce sont ces informations qui permettent de **mettre en place un système de suivi des activités du projet.**

- **Les conditions préalables**

Il s'agit ici de lister tout ce qui est nécessaire avant de pouvoir lancer la réalisation d'une activité et également ce qui pourrait empêcher l'activité de démarrer.

Objectif général	Objectif spécifique	Résultats attendus	Activités	Moyens
Améliorer le niveau de vie des familles du quartier xxx de Dosso	Augmenter de 10% les revenus des femmes des 20 coopératives de Dosso en un an	R1 : les 20 coopératives se regroupent en union et leurs capacités de gestion et d'organisation se renforcent	A1.1 : Former les coopératives féminines en gestion financière	Un formateur en gestion Salle de cours équipée de tables et de chaises Supports d'apprentissage
			A1.2 : Organiser des réunions de sensibilisation des coopératives sur le thème des avantages des unions de coopératives et sur leurs modes de fonctionnement	Un animateur
		R2 : les 20 coopératives diversifient leurs activités	A2.1 : identifier avec les coopératives de nouvelles filières de production	Une étude technique réalisée par un consultant de façon participative
			A2.2 Organiser des visites d'échange avec d'autres coopératives	Location d'un bus
			A2.3 : mettre en place des unités de production innovante	Location du local, achat du matériel de production, achat des matières premières, électricité, salaire de la gérante
		R3 : les produits réalisés par les femmes trouvent des débouchés commerciaux	A3.1 : organiser une exposition vente	Impression d'affiches
			A3.2 : ouvrir un magasin bien placé	Location d'une boutique, achat d'étagères, campagne publicitaire



### Exemple de partie haute du cadre logique : projet de développement du tourisme à Koporo (Mali)

Logique d'intervention	IOV	Sources et moyens de vérification	Hypothèses
<b>Objectifs Généraux</b>			
1	<b>Développer économiquement Koporo Pen</b>	Le nombre d'échoppes sur le marché de Koporo augmente de x % d'ici trois ans la variété des produits (fruits, légumes, ustensiles, etc.) augmente de x % par an à partir de l'année 2	Registre de la Mairie observations annuelles sur le marché
2	<b>Valoriser la culture artisanale</b>	Les ventes des produits artisanaux locaux est en hausse de X %	Diagnostic économique sur le territoire
3	<b>Désenclaver Koporo Pen</b>	Le nombre de passages de voitures augmente de x % d'ici trois ans	Comptage du nombre de véhicules une fois par an à la même période
4	<b>Faire de Koporo Pen un centre touristique attractif</b>	Au moins deux tiers des touristes sont satisfaits	Livre d'or du centre d'hébergement
<b>Objectif Spécifique</b>			
<b>Intégrer l'activité touristique dans les dynamiques de développement à Koporo Pen</b>	A la fin de l'année 3: - Au moins x % des habitants de Koporo tirent x % de leurs revenus du tourisme. - Au moins deux tiers des habitants citent le tourisme comme une activité de développement à Koporo	enquête auprès d'un échantillon représentatif	volonté de l'Etat et de la Région pour développer le tourisme rural
<b>Résultats Attendus</b>			
<b>R1</b>	<b>Des capacités d'hébergement existent à Koporo Pen</b>	Une structure d'hébergement est fonctionnelle à partir de l'année 2	Rapports d'activité Visites de terrain (1 fois par an)
<b>R2</b>	<b>Des ressources et activités touristiques sont organisées</b>	Un comité d'acteurs du tourisme et d'élus communautaires se réunit X fois par an pour structurer les activités touristiques, dès la première année. 5 nouvelles activités touristiques sont opérationnelles à la fin de la seconde année.	Compte rendu des réunions du comité de pilotage. Registre d'inscription aux activités

## C. Le budget

**Les coûts des activités doivent être précisément évalués.**

Le porteur de projet ne doit pas estimer les coûts de son projet « à vue de nez ». Pour certaines activités, dans le domaine de la construction notamment, il est indispensable de solliciter des devis. **Un budget ne doit pas être sous-estimé car il bloquerait l'exécution du projet. Il ne doit pas non plus être surestimé car cela bloquera les bailleurs.**

**Un budget est clairement détaillé.**

Le budget doit reprendre scrupuleusement l'intitulé des rubriques renseignées dans le document de projet. Ainsi, le budget doit faire figurer les objectifs spécifiques et les activités.

Chaque ligne du budget doit faire apparaître les éléments suivants :

- ❖ La nature de la dépense
- ❖ L'unité
- ❖ Le nombre d'unités
- ❖ Le cout unitaire
- ❖ Le cout total
- ❖ Le pourcentage de la dépense par rapport au budget total

**Il est conseillé de construire le budget par activité** afin de ne pas omettre certaines dépenses. En effet, une seule activité génère plusieurs dépenses. Par exemple une activité de formation peut impliquer les honoraires du formateur, la location d'une salle, des rafraîchissements, etc. Il convient de faire figurer tous ces éléments dans le budget.

Ci-dessous, vous trouverez un modèle de budget :



## La stratégie de sortie du projet

**Une stratégie de sortie ne se décrète pas, elle se prépare.**

La stratégie de sortie doit reposer sur des éléments tangibles. Ces derniers peuvent reposer sur :

- ❖ Une stratégie de commercialisation bien conçue qui permet de générer des recettes régulières dans le cadre d'un projet d'AGR
- ❖ L'appui au montage d'un partenariat durable entre les bénéficiaires du projet et un acteur déterminé (un ministère, une mairie, etc.)

Une stratégie de sortie doit se préparer tout au long du projet. Cela passe notamment par un transfert de compétences.