



# Bonjour & Bienvenue

**Formation: Initiation au montage de projet  
associatif**

**04 mai 2019**

[www.labess.tn](http://www.labess.tn)



# Objectifs et programme de la journée

# Objectifs de la matinée

Maîtriser les outils  
préliminaires au  
montage de projet :  
SWOT, parties prenantes,  
analyse des risques

Identifier et établir le  
diagnostic SMART d'un  
problème social

Concevoir une stratégie  
d'action : de l'arbre à  
objectifs au cadre  
logique

# Programme de la formation

## Introduction :

Introduction au montage de projet

## Partie I

Analyse du contexte et des besoins

- ✓ Les parties prenantes
- ✓ La matrice SWOT
- ✓ L'analyse des risques

## Partie II

L'arbre à problèmes

Elaboration d'une stratégie d'action

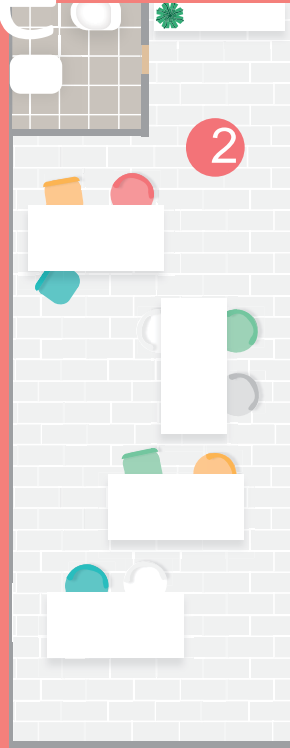
- ✓ L'arbre à objectifs
- ✓ Le cadre logique

# coworking



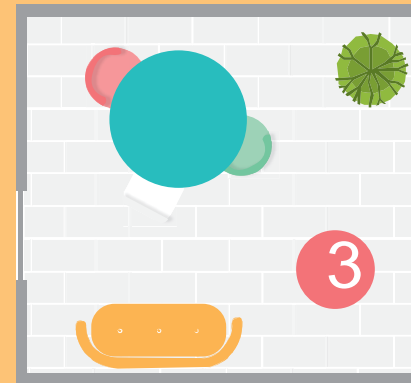
Un lieu pour s'entraider et construire ensemble les projets de demain.

# Salle de Formation



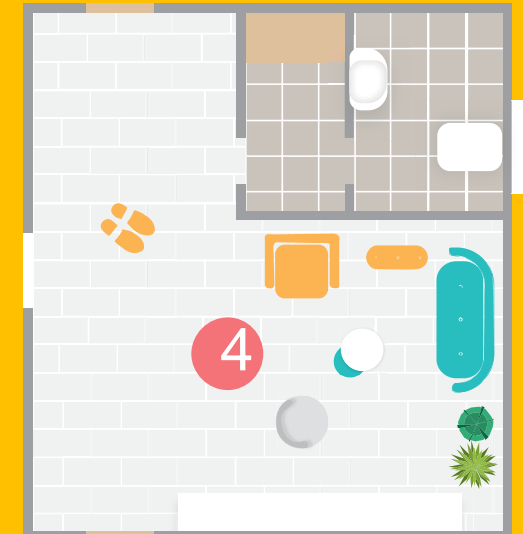
Un lieu pour transmettre des compétences et autonomiser les acteurs de l'ESS.

# Salle de Réunion



Un lieu pour dialoguer et échanger les idées innovantes.

# Centre de ressources



Un lieu pour chercher et trouver les clés qui font avancer associations et entrepreneurs sociaux.

# Les chiffres clés

Chiffres cumulés jusqu'à mars 2018

**1000** associations formées  
dont **+ de 1272** membres formées

**64** événements organisés  
avec **+ de 2280** participants

**60**

entreprises sociales  
incubées

une communauté de **+  
de 37 000** fans

# Qui êtes-vous ?

Votre nom

Votre fonction  
dans  
l'association

Le nom de  
votre  
association

Son champ  
d'intervention

Son  
ancienneté

Les projets  
antérieurs?

Attentes  
par rapport  
à la  
formation

# Introduction :

## Qu'est ce qu'un projet?



# Introduction – Qu'est-ce qu'un projet ?



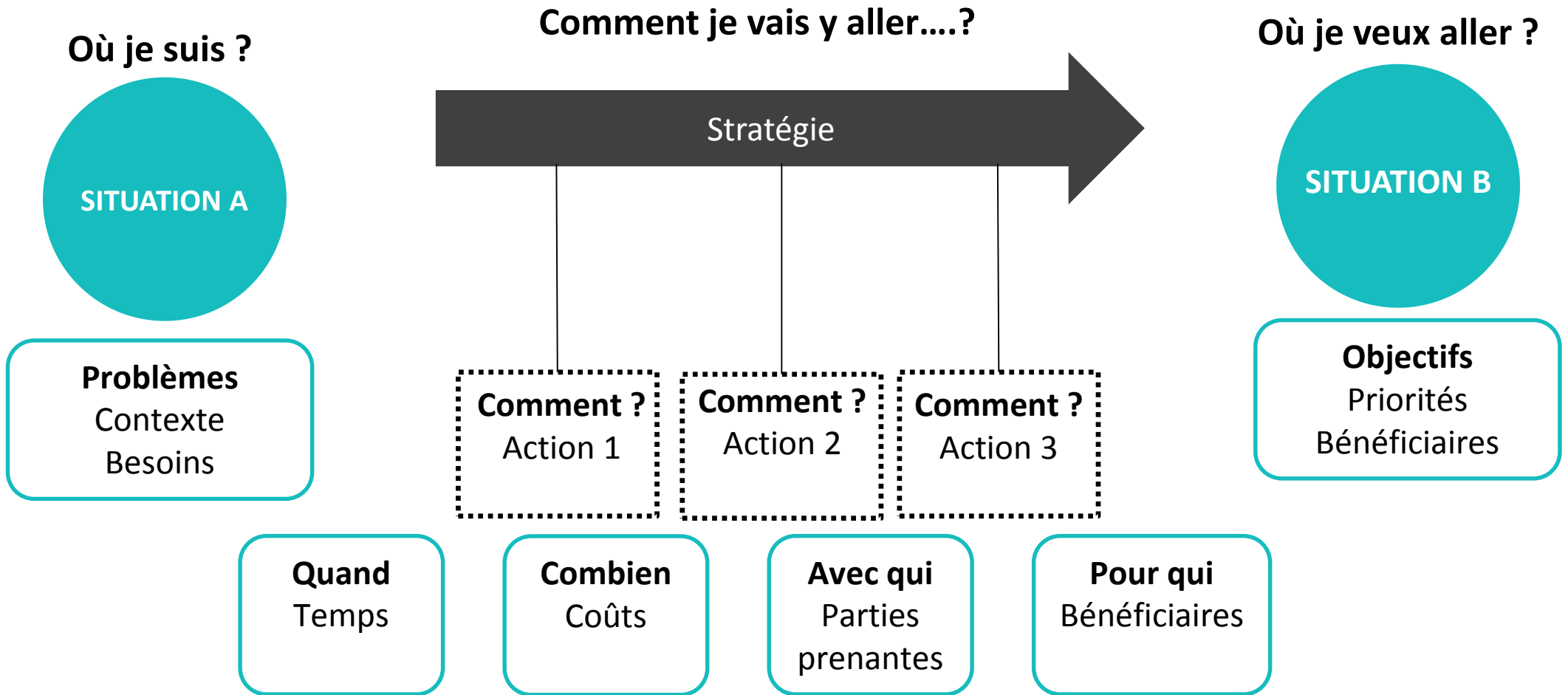
PROJET  
=  
CHANGEMENT

C'est un ensemble  
d'actions pour la  
réalisation d'objectifs  
définis, précis, évaluables  
et durables.

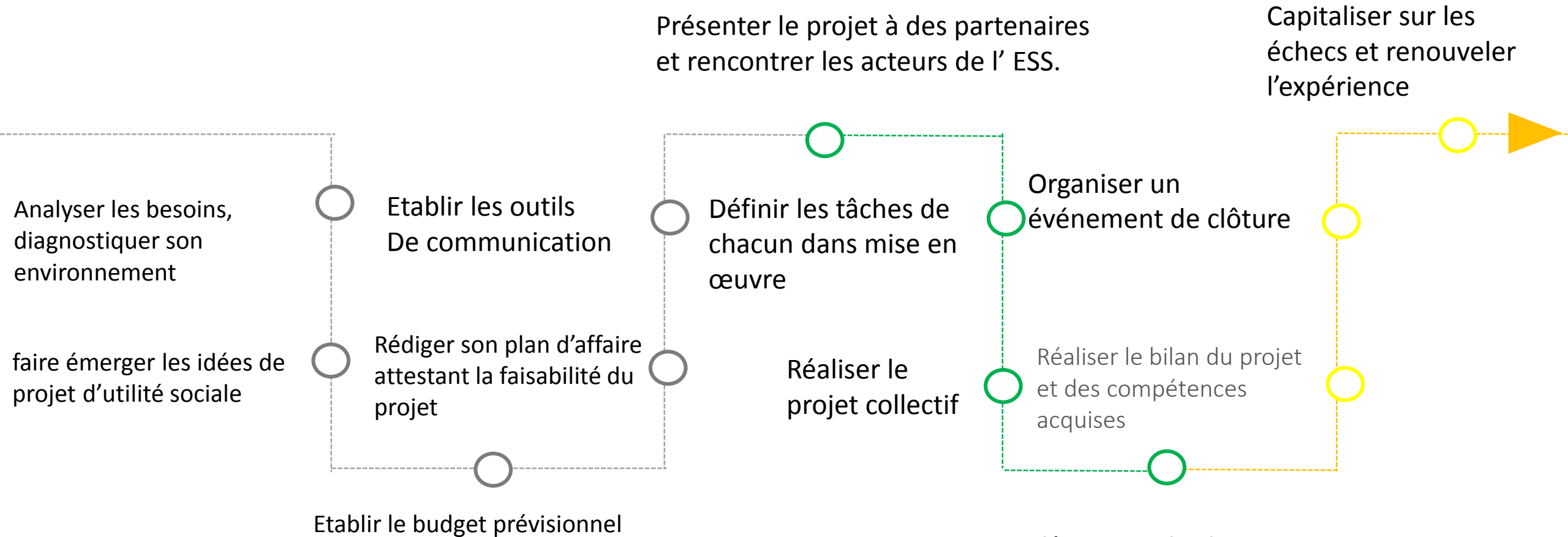


PROJET  
=  
UNE EQUIPE

# Introduction: la logique projet



# Le schéma des étapes clés du montage de projet



- Formalisation du projet
- Mise en œuvre
- Bilan du projet collectif

## **Analyse de contexte et besoins**

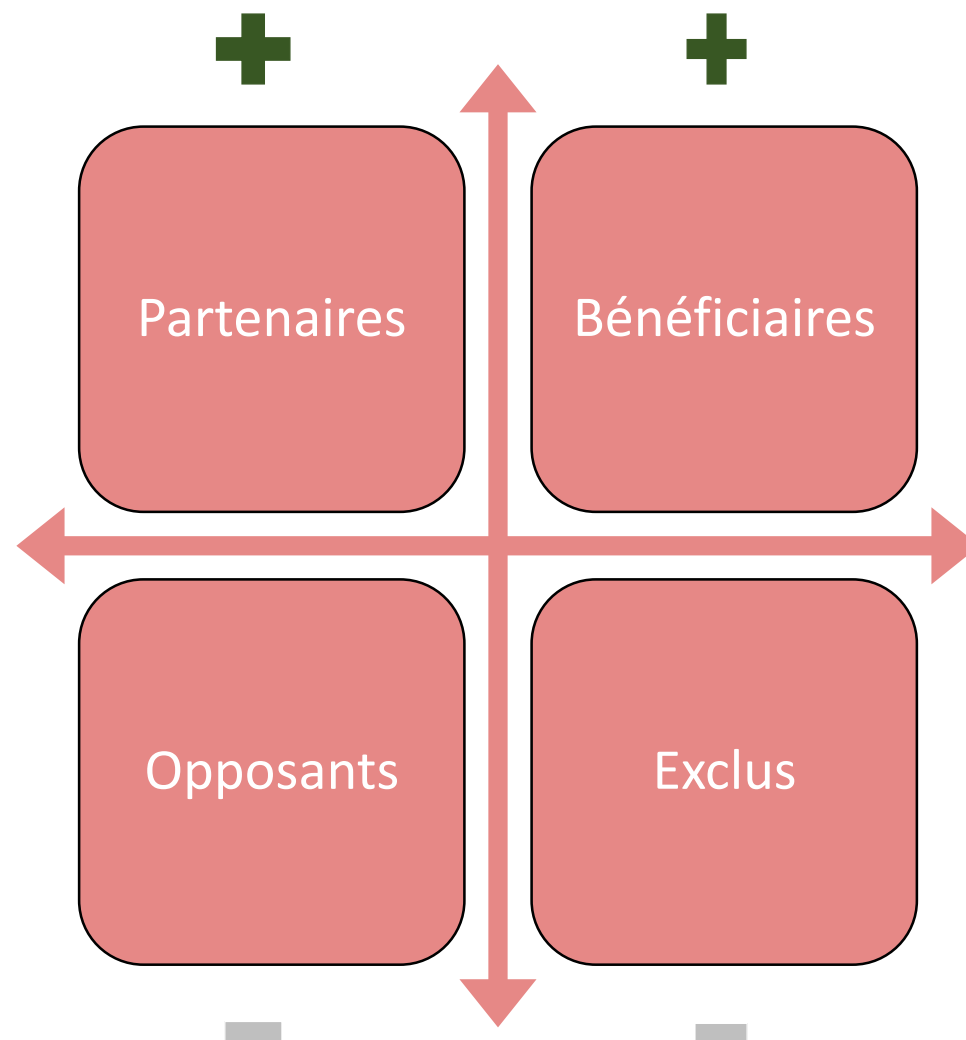
**Les outils préliminaires au montage du projet associatif :**

- 1. Les parties prenantes**
- 2. La matrice SWOT**
- 3. L'analyse des risques**

# 1. Les parties prenantes

L'analyse des parties prenantes permet d'identifier tous les **individus, les groupes de personnes et les organismes** qui ont **un lien avec le projet**.

- + Elles **impactent** le projet de façon positive ou négative
- Elles **sont impactées** par le projet de façon positive ou négative



# 1. Les parties prenantes

On analyse **les parties prenantes** grâce au tableau suivant:

Partie prenante	Intérêts, besoins et attentes en général	Capacités et motivation pour le changement	Interactions avec le projet	Stratégie à adopter
Bénéficiaires				
Partenaires				
Exclus				
Opposants				

## 2. La matrice SWOT

**(SWOT) - AFOM : Atouts, Faiblesses, Opportunités, Menaces**

La matrice AFOM établit un rapport entre le projet et son environnement

- Elle est essentielle à l'élaboration d'une stratégie d'action
- Elle permet de comprendre ses capacités et ses limites
- Elle permet d'appréhender les risques



	Positif	Négatif
Interne	Atouts/ Forces	Faiblesses
Externe	Opportunités	Menaces

## 2. La matrice SWOT

Interne (association)		Atouts/Forces 	Faiblesses 
		<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Motivation de l'équipe</li> <li>✓ Bonne connaissance de l'histoire de la Medina par les membres</li> <li>✓ Nombre important de bénévoles</li> <li>✓ Expérience d'activités de</li> <li>✓ sensibilisation dans la Medina</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Manque de moyens financiers</li> <li>- Manque de partenaires</li> <li>- Peu de disponibilité des membres de l'association pour se réunir en semaine (étudiants)</li> <li>- Pas de local</li> </ul>
Externe (contexte)		Opportunités	Menaces
		<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Nouveau contexte associatif</li> <li>✓ Des réseaux associatifs se mettent en place</li> <li>✓ Développement des offres et de la demande en éco-tourisme</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Touristes peu concernés par l'écologie</li> <li>- Résistance des autorités compétentes</li> </ul>



## 2. SWOT de l'association

Interne (association)	Atouts/Forces	Faiblesses
Externe (contexte)	Opportunités	Menaces

# 3. L'analyse des risques

Le risque est l'effet de l'incertitude sur l'atteinte des objectifs:  
C'est tout ce qui échappe au contrôle de l'équipe projet et qui pourrait avoir des répercussions négatives !

Qu'est-ce que l'analyse des risques?

Identification → Priorisation → Prévention/Gestion → Suivi des risques

L'analyse des risques est importante **pour vous**, pour mener à bien le projet, mais aussi **pour les bailleurs de fonds** !

# 3. L'analyse des risques

➤ Il s'agit de récapituler les différents risques, leurs impacts possibles et les actions de diminution de ces risques au sein du **tableau de bord des risques**.

Risque	Impact sur le projet	Niveau	Gestion	Responsable
Désintérêt des compagnies de voyage pour le projet	Les services de visite proposés par l'association ne sont pas promus	Fort	Campagne de communication auprès des compagnies de voyage	Coordinateur /trice de projet
Concurrence d'un projet similaire	Risque de conflit pour la recherche de partenariat et de financement	Moyen	Proposer un partenariat ou affiner l'offre	Chargé/e de communication externe

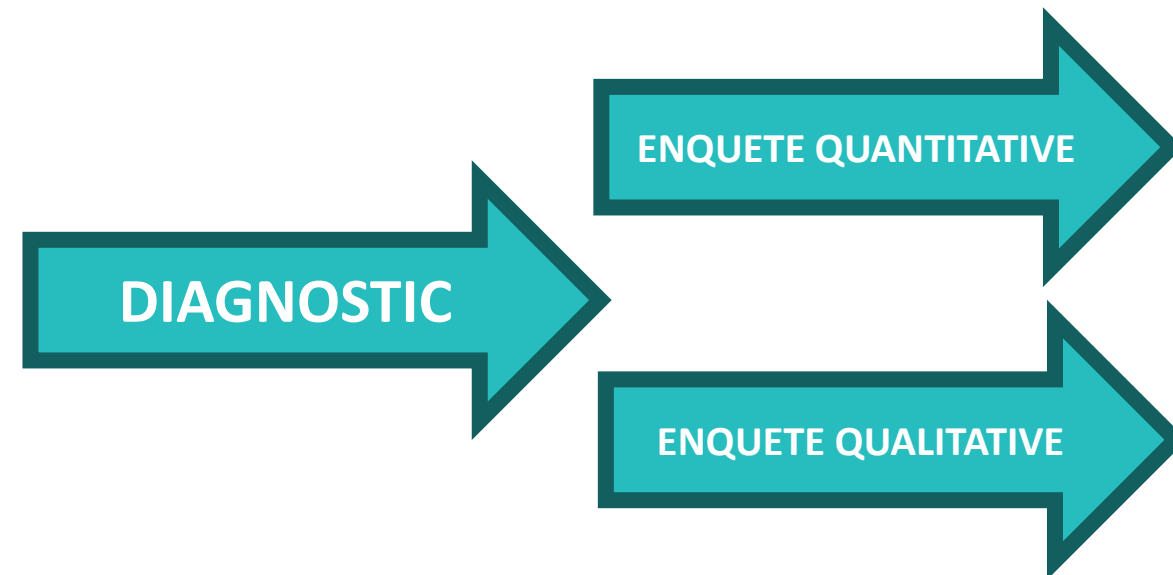
## **L'arbre à problème :**

- 1) Identification du problème**
- 2) Créer son arbre à problème**

# 1) Identification du problème

## Comment identifier les problèmes ?

- Quels sont les problèmes rencontrés par la **population cible** et sur notre région d'intervention ?
- Pourquoi ces problèmes existent-ils ?
- Quelles sont les conséquences de ces problèmes ?



# 1) Identification du problème

ENQUETE QUANTITATIVE

## LE QUESTIONNAIRE

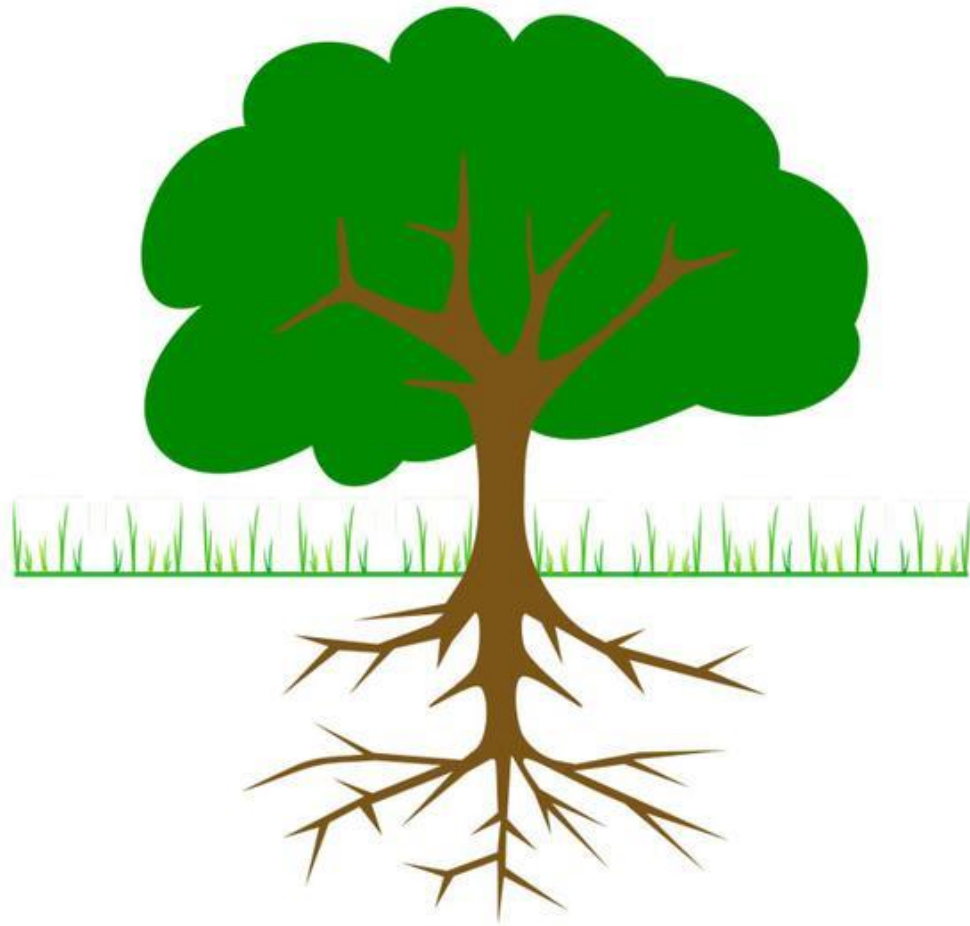
- L'outil : Google forms
- La méthode :
  - 1) Les hypothèses
  - 2) Le questionnaire :
    - i) Cibler la population : âge, genre, CSP,
    - ii) Interroger la population sur les variables identifiées en hypothèses
    - iii) Laisser les questions délicates pour la fin : revenus, violence etc.

ENQUETE QUALITATIVE

## LES ENTRETIENS

- L'outil : le guide d'entretien
- La méthode : idem questionnaire
- A enregistrer, retranscrire et analyser

## 2) L'arbre à problèmes



Effets



Problème

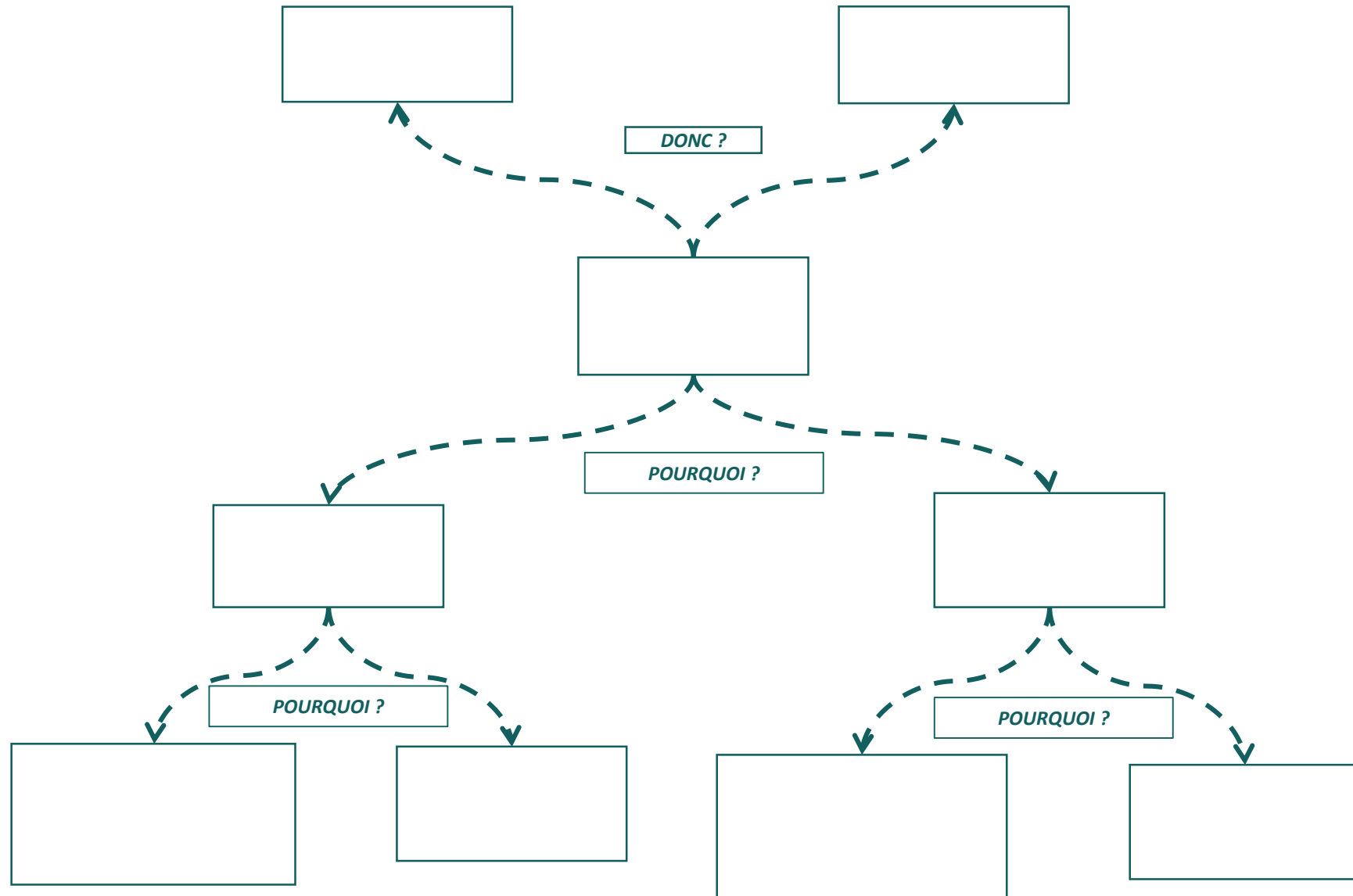


Causes

Donc ?

Pourquoi ?

## 2. L'arbre à problèmes



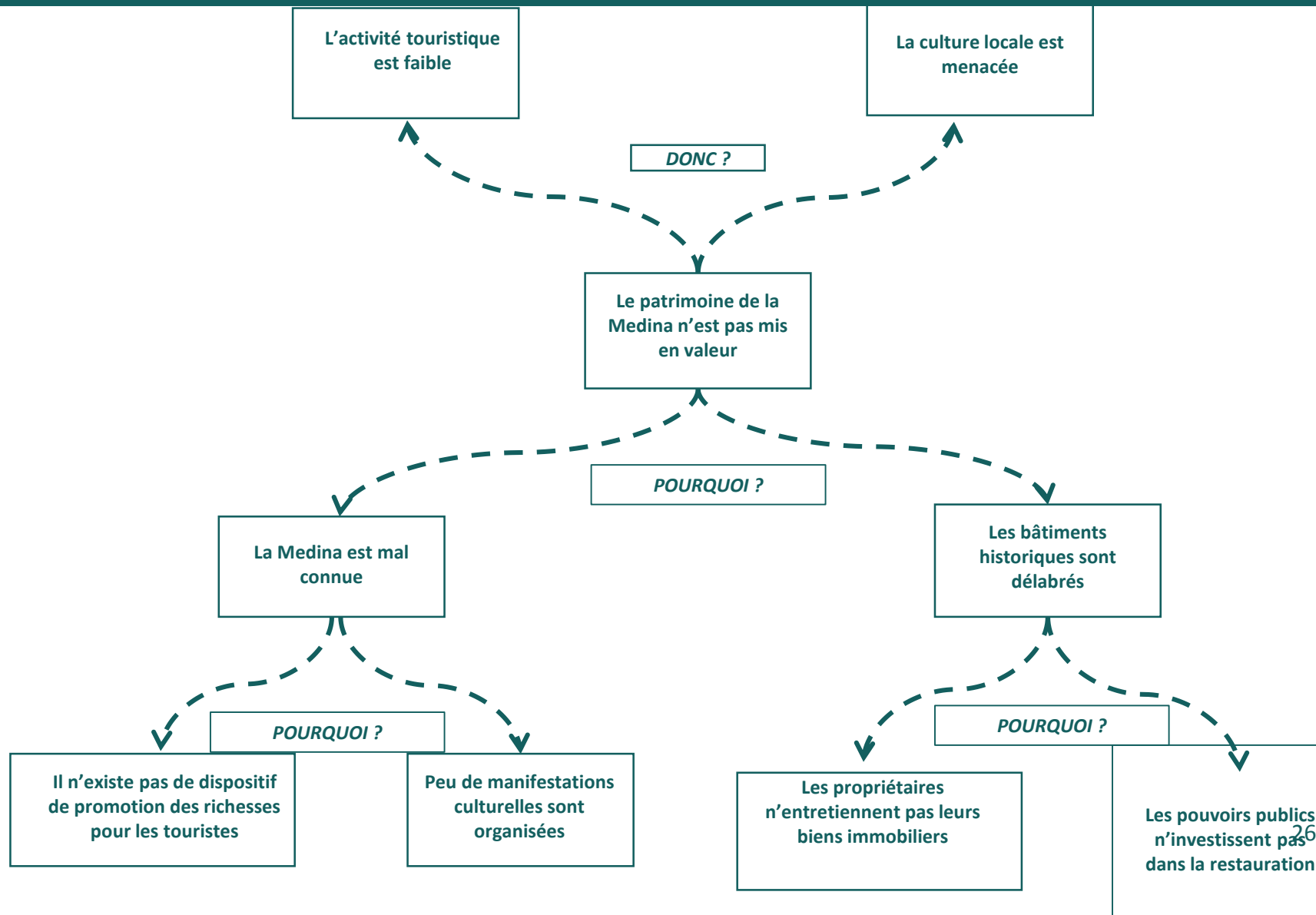


## 4. L'arbre à problèmes: Exercice

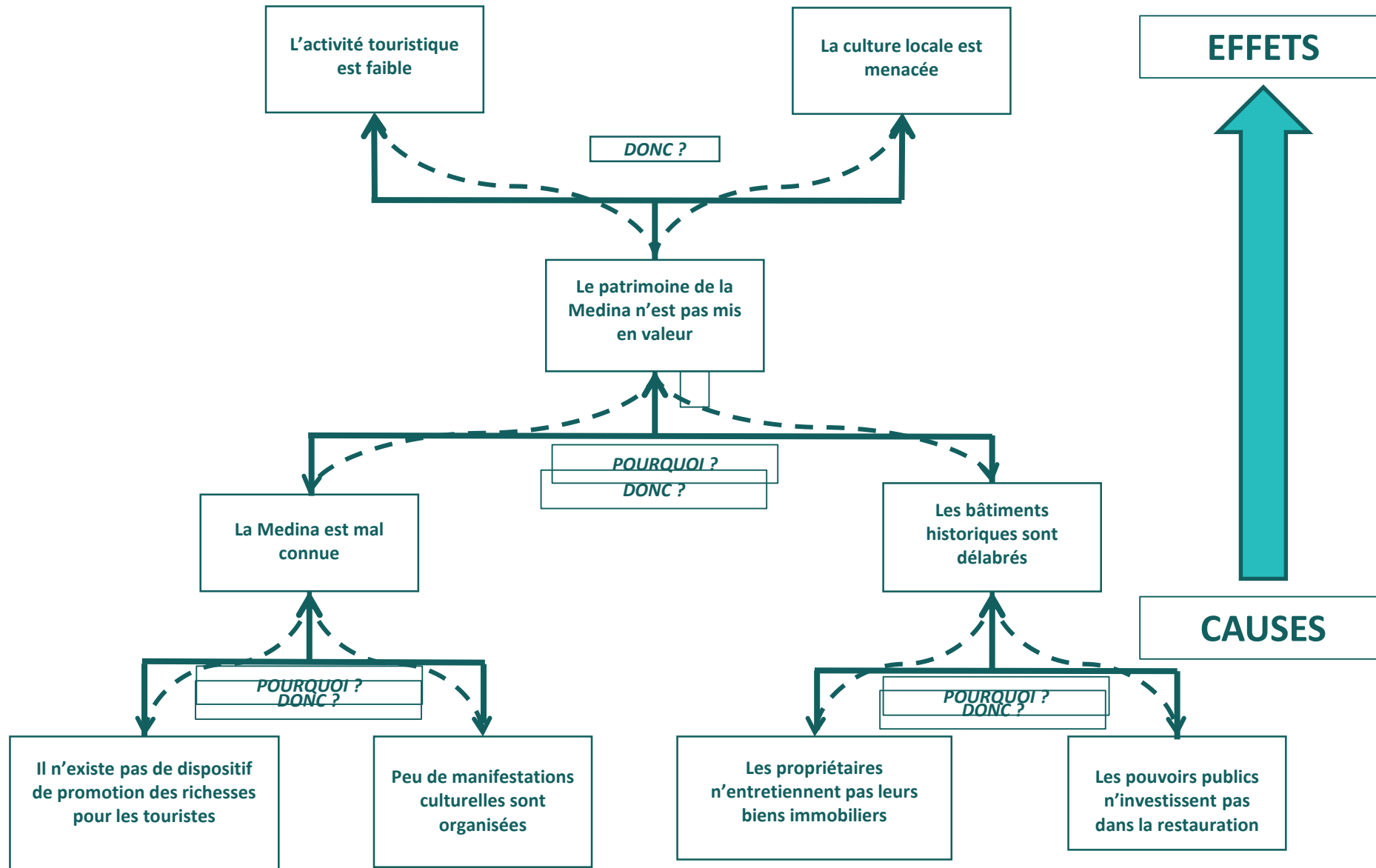


**A VOUS DE JOUER !!**

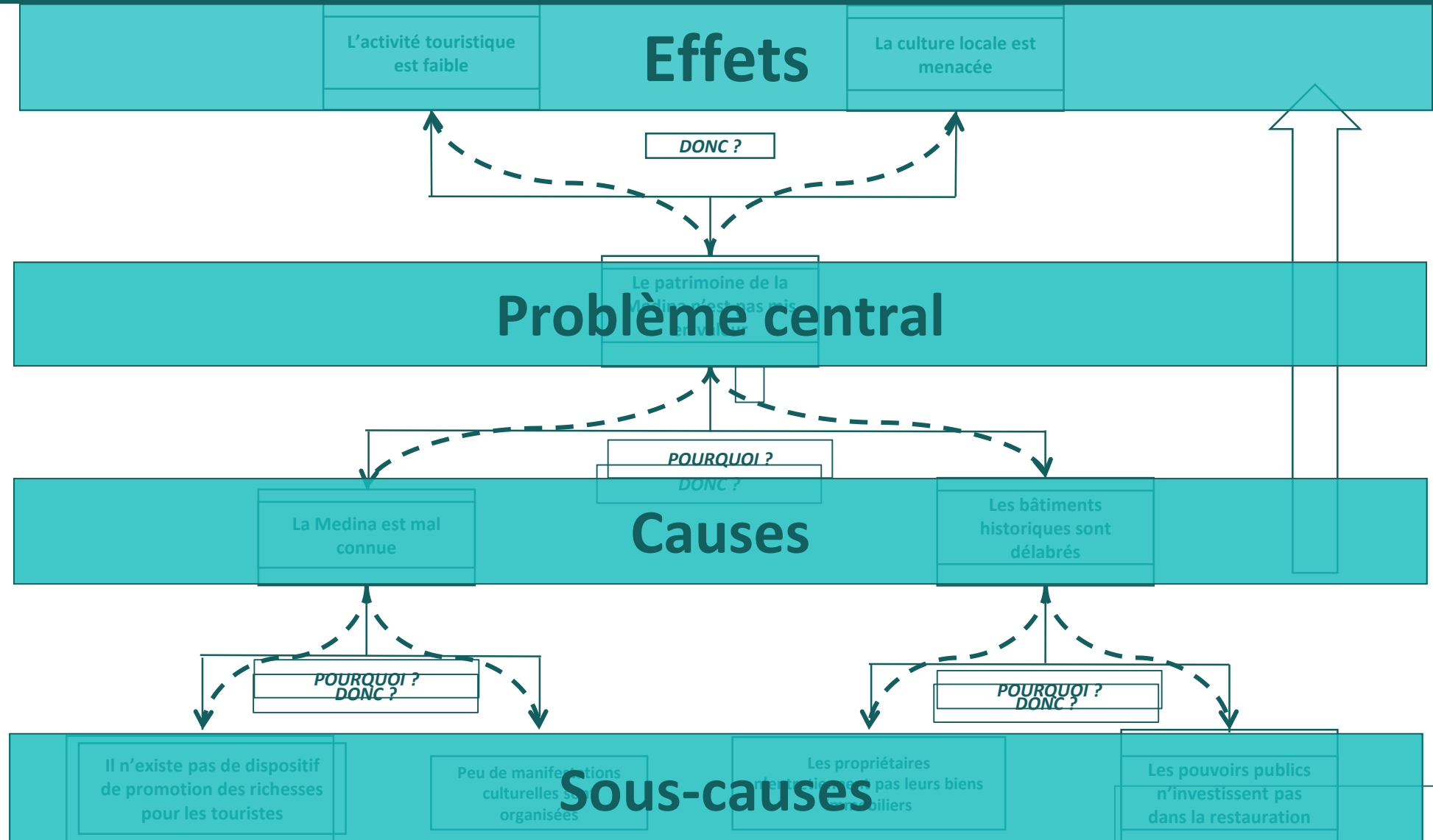
## 2. L'arbre à problèmes: Exemple



## 2. L'arbre à problèmes Exemple



## 2. L'arbre à problèmes Exemple



**Elaboration**

**d'une**

**stratégie d'action**

**I. L'arbre à objectifs**

**II. Le cadre logique**

# I. L'arbre à objectifs

Arbre à Problèmes

Arbre à Objectifs

Effets

Objectifs généraux

Problème

Objectif spécifique

Causes

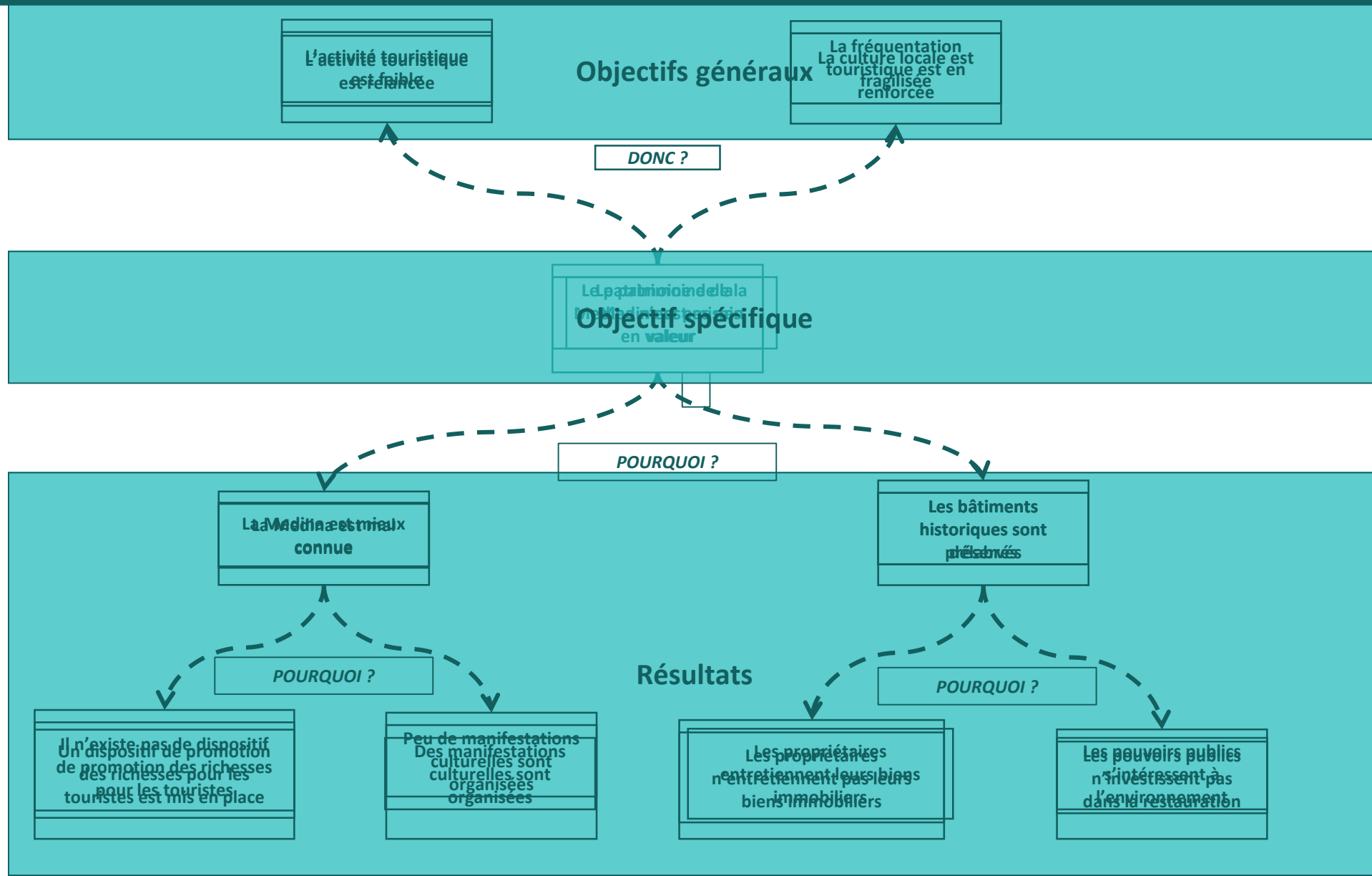
Résultats

Activités

# L'arbre à objectifs

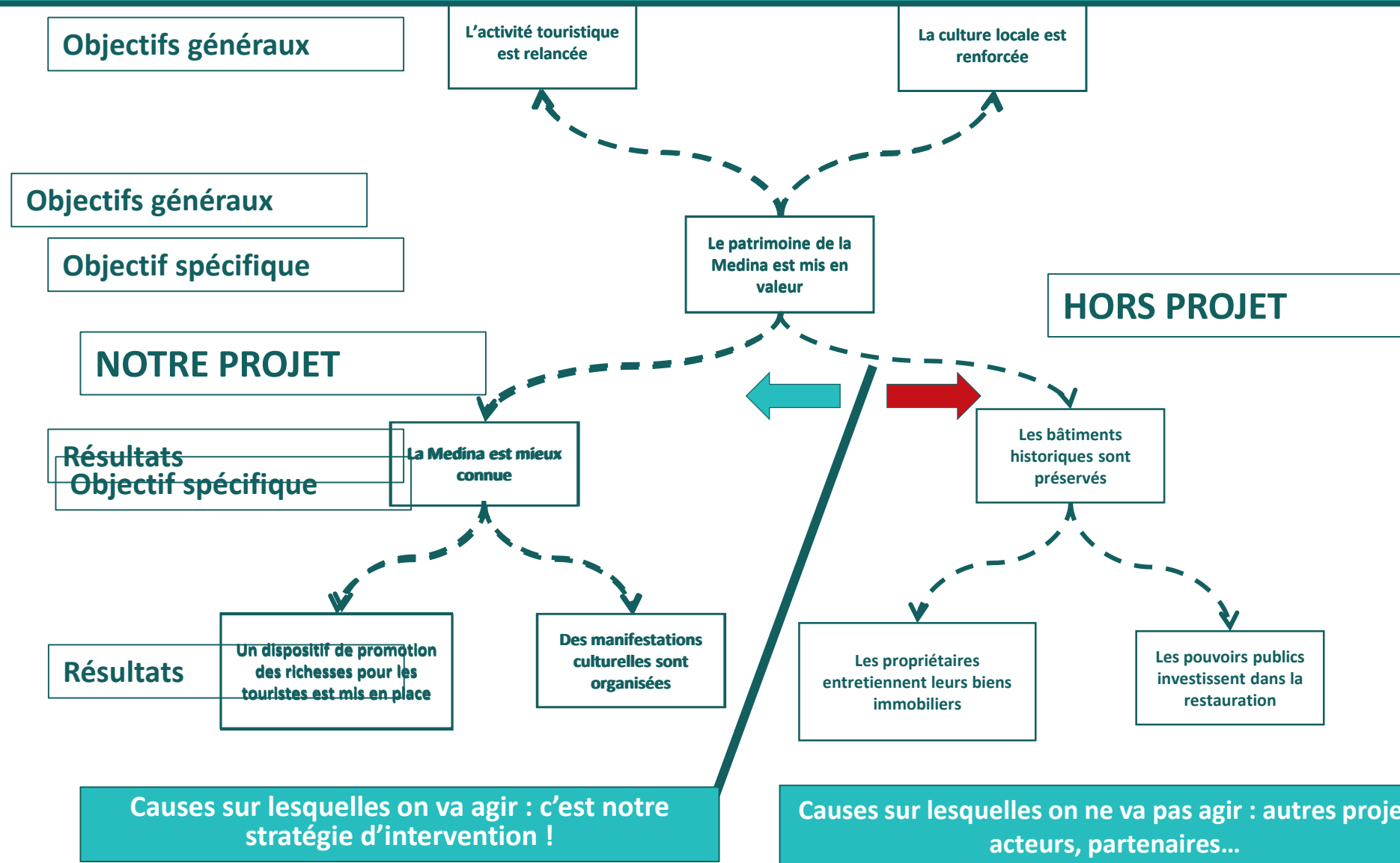


# 1. L'arbre à objectifs

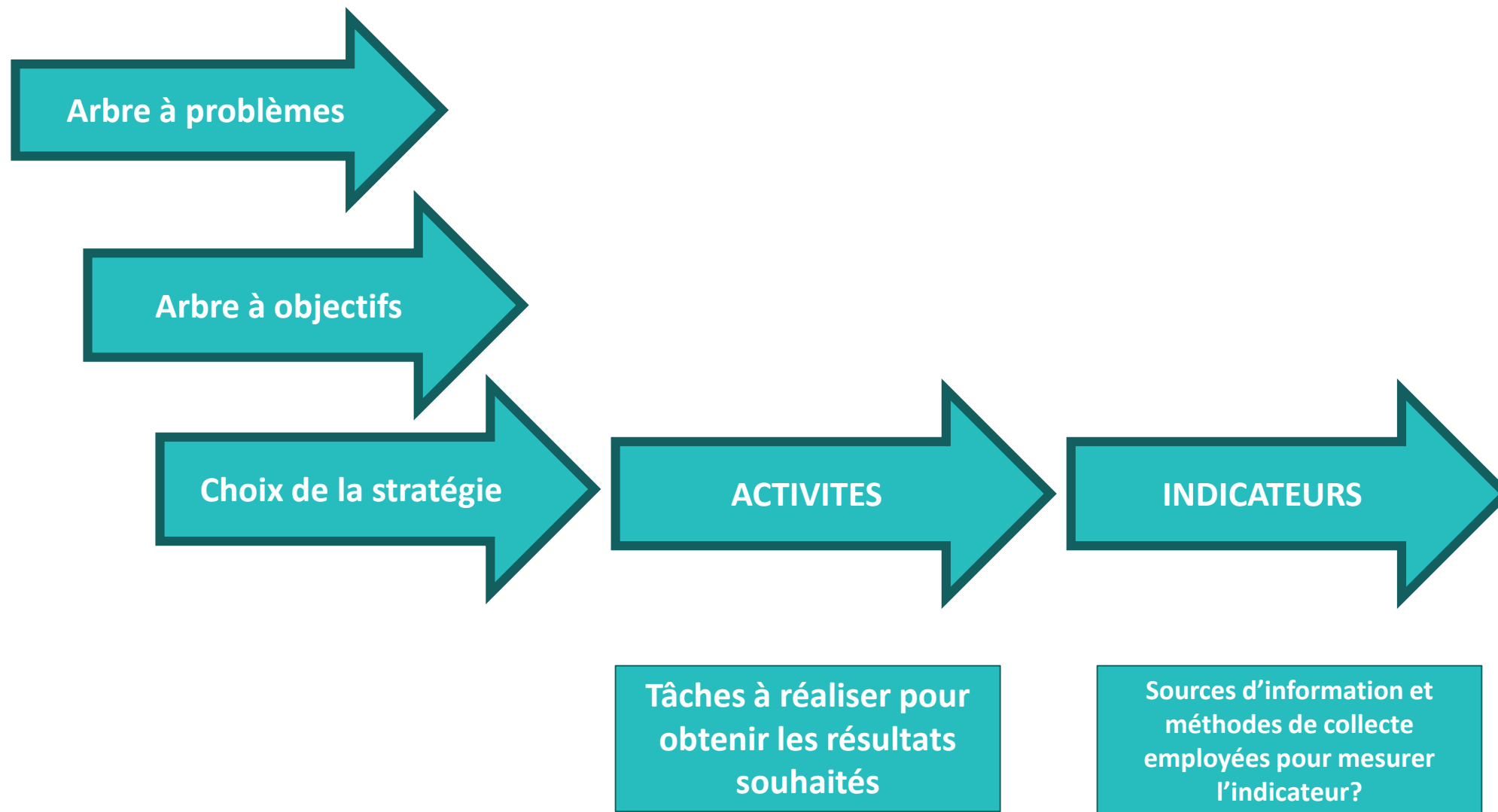




# La stratégie d'intervention



# Les activités et les indicateurs



# Les activités et les indicateurs

**S**  
**M**  
**A**  
**R**  
**T**

Logique d'intervention	Indicateurs Objectivement Vérifiables	Sources de vérification
Objectifs Généraux		
Objectif Spécifique		
Résultats attendus		
Activités		

## II - Le cadre logique

Le cadre logique est un outil de planification qui résume le projet généralement sous forme de tableau

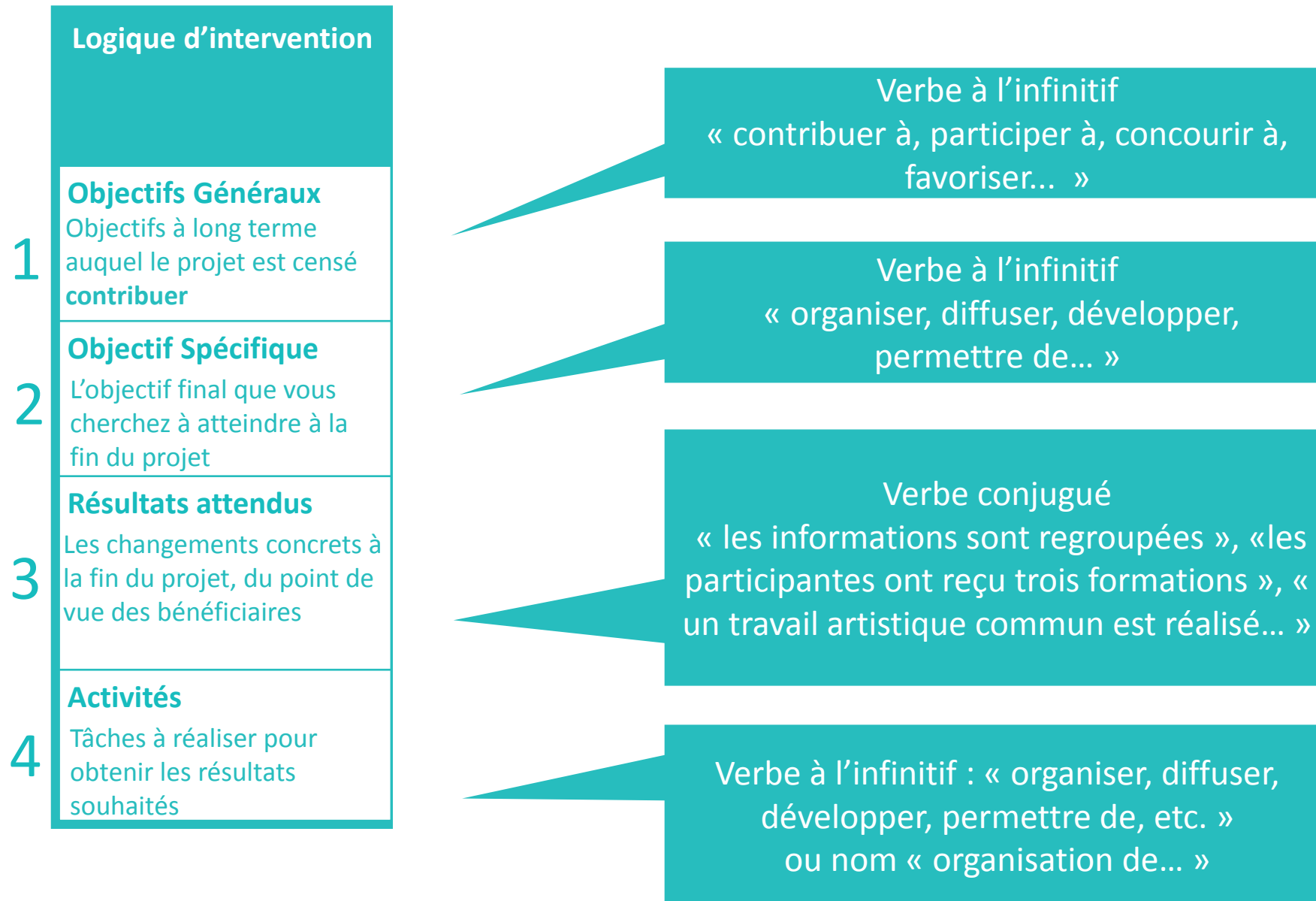
C'est un outil d'analyse destiné à faciliter la planification, la gestion, le suivi, et l'évaluation d'un projet.

- *La matrice du cadre logique est un résumé de la conception du projet*
- On trouve dans le cadre logique la réponse à **toutes ces questions**:
- Quels **résultats** comptez-vous atteindre à travers le projet?
- Quelles **activités** seront nécessaires pour atteindre ces **résultats** et **objectifs**?
- Quelles **ressources** seront nécessaires?
- Quels sont les **problèmes** potentiels pouvant affecter le succès du projet?
- Comment l'évolution et le succès du projet seront-ils **mesurés** et **vérifiés** ?

# Le cadre logique : comment le remplir ?

Logique d'intervention	Indicateurs Objectivement Vérifiables	Sources de vérification	Hypothèses
Objectifs Généraux 1	5	6	Rien!
Objectif Spécifique 2	7	8	Hypothèses 13
Résultats attendus 3	9	10	Hypothèses 12
Activités 4	Les moyens 14	Les coûts 15	Conditions préalables 11

# A. Logique d'intervention



# A. Logique d'intervention

## Logique d'intervention

### Objectifs Généraux

Objectifs à long terme auquel le projet est censé contribuer

### Objectif Spécifique

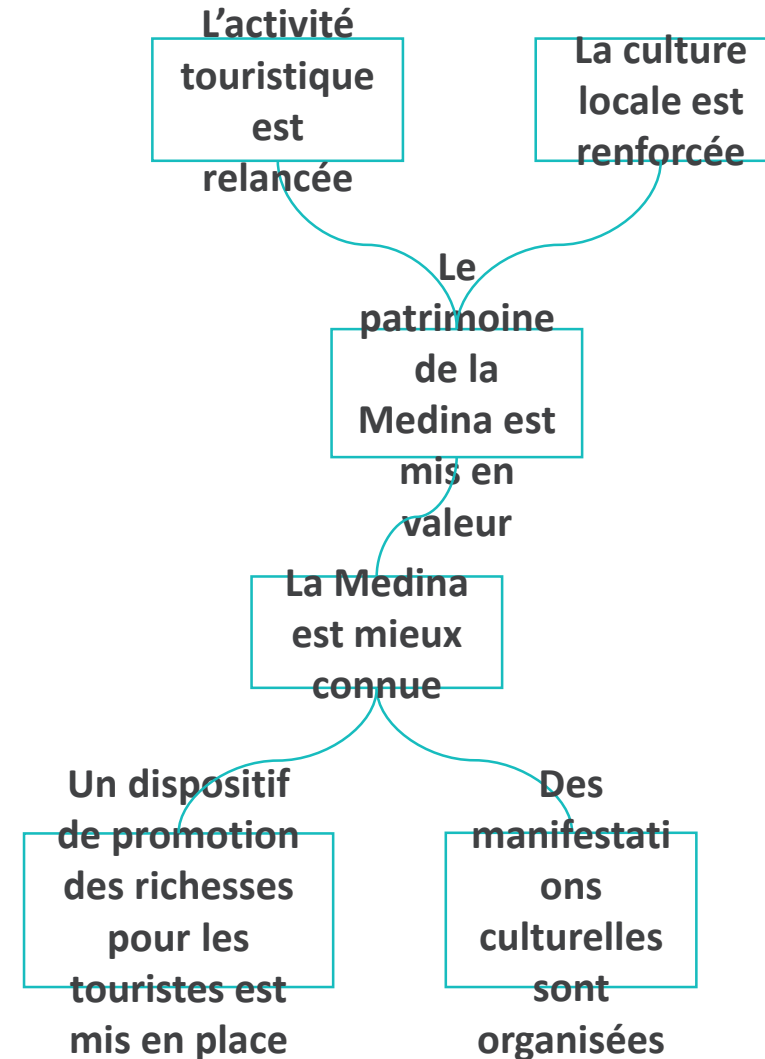
L'objectif final que vous cherchez à atteindre à la fin du projet

### Résultats attendus

Les changements concrets à la fin du projet, du point de vue des bénéficiaires

### Activités

Tâches à réaliser pour obtenir les résultats souhaités



# A. Logique d'intervention

## Logique d'intervention

### Objectifs Généraux

- Contribuer à dynamiser le tourisme
- Contribuer à valoriser le patrimoine local

### Objectif Spécifique

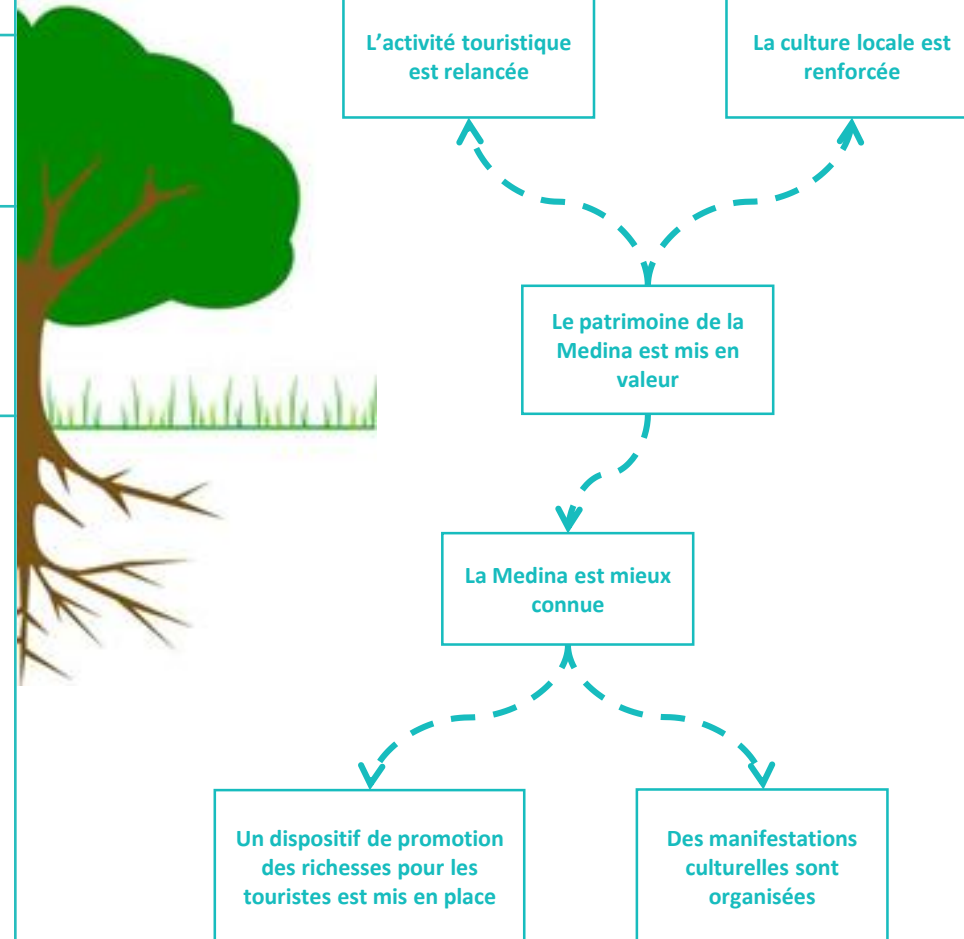
Faire connaître les richesses de la Medina aux touristes et aux tunisiens de la ville

### Résultats attendus

- R1. Un dispositif de promotion des richesses de la Medina est mis en place
- R2. Des manifestations culturelles sont organisées

### Activités

- A1.1 -Organisation de 12 visites « découverte du patrimoine »
- A1.2 -Rédaction et distribution de 1000 brochures présentant la médina et ses richesses
- A 1.3 – Création et animation de supports web et sociaux pour partager les informations sur la Medina et nos activités
- A2.1. Organisation de 3 concerts de musique traditionnelle
- A2.2 Organisation d'ateliers hebdomadaires dispensés pendant l'été par les artisans de la Medina (8)





## B. Indicateurs et sources de vérification

Logique d'intervention	Indicateurs Objectivement Vérifiables	Sources de vérification	Hypothèses
<b>Objectifs Généraux</b> Objectifs ultimes, à long terme, auquel le projet est censé <b>contribuer</b>	Comment savoir si le projet a contribué aux OG? <b>5</b> Indicateur d'impact	<b>6</b> Sources	
<b>Objectif Spécifique</b> L'objectif final que vous cherchez à atteindre à la fin du projet	Comment savoir si l'OS a été atteint? <b>7</b> Indicateur de résultat	d'information et méthodes de collecte employées pour mesurer l'indicateur? <b>8</b>	
<b>Résultats attendus</b> Les changements concrets à la fin du projet, du point de vue des bénéficiaires	Comment savoir si on a obtenu les résultats attendus? <b>9</b> Indicateur de réalisation	<b>10</b>	
<b>Activités</b> Tâches à réaliser pour obtenir les résultats souhaités			

# B. Indicateurs et sources de vérification

**Un indicateur peut être exprimé par:**

- Le nombre, la fréquence, le pourcentage, les écarts, le niveau de revenu, etc.
- La qualité, la portée, le niveau de satisfaction, le degré d'influence, les changements de perceptions, etc.
- *Exemple d'indicateur: % d'augmentation du nombre de femmes votantes entre 2011 et 2014*
  
- **La source de vérification :**
- Manière dont l'information sera collectée ou source documentaire disponible
- *Ex de source: listes de votants des bureaux de votes; rapport de l'ISIE...*
  
- En réfléchissant à la source de vérification, vous remarquerez parfois que l'indicateur choisi n'est pas bon car il sera trop difficile de trouver l'information

## B. Indicateurs et sources de vérification


Logique d'intervention	IOV	Sources	Hypothèses
<p><b>Objectifs Généraux</b></p> <p>Contribuer à dynamiser le tourisme. Contribuer à valoriser le patrimoine local.</p>	<p>Mentions des activités de l'association dans au moins 2 guides touristiques au bout de 2 ans. Augmentation d'au moins 15% du nombre d'activités culturelles dans la Medina au bout de 2 ans.</p>	<p>Guides touristiques Office national du Tourisme</p>	
<p><b>Objectif Spécifique</b></p> <p>Faire connaître les richesses de la Medina aux touristes et aux tunisiens de la ville</p>	<p>Au moins 70% des participants des activités disent en savoir plus sur la Medina et ses richesses. 4000 visiteurs et 1000 likes/followers de la page Facebook au bout de 6 mois</p>	<p>Statistiques de la page Facebook Questionnaire de satisfaction soumis lors des activités</p>	
<p><b>Résultats attendus</b></p> <p>R1. Un dispositif de promotion des richesses de la Medina est mis en place R2. Des manifestations culturelles sont organisées</p>	<p>R1: 240 visiteurs guidés dans la Medina / 1000 brochures sont diffusées dans 20 lieux stratégiques (office tourisme, café culturel, ...) / Création de 3 supports web R2: 150 personnes ont assisté aux concerts de musique traditionnelle 80 participants aux ateliers</p>	<p>R1: Liste des participants / Tableau de distribution des brochures Création d'une page facebook, twitter, blog R2: Nombre de coupons d'entrées aux concerts / Liste des participants / Photos des ateliers</p>	
<p><b>Activités</b></p> <p>A1.1 -Organisation de 12 visites « découverte du patrimoine » A1.2 -Rédaction et distribution de 1000 brochures présentant la médina et ses richesses A 1.3 – Création et animation de supports web et sociaux pour partager les informations sur la Medina et nos activités A2.1. Organisation de 3 concerts de musique traditionnelle A2.2 Organisation d'ateliers hebdomadaires dispensés pendant l'été par les artisans de la Medina (8)</p>			



# Restons connectés

# Suivez-nous sur Facebook !

 7 Rue du Docteur Alphonse Laveran, 1002 belvédère Tunis

 (+216) 71 287 688

 [contact@labess.tn](mailto:contact@labess.tn)

