

GUIDE METHODOLOGIQUE

DE LA CONDUITE

DE PROJET



Liberté • Égalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

Premier ministre

LE HAUT COMMISSAIRE
À LA JEUNESSE



www.enviedagir.fr

AVANT-PROPOS

Premier programme national de soutien à l'engagement et à l'initiative des jeunes, Envie d'agir encourage, soutient et valorise l'esprit d'initiative et d'entreprise des jeunes de 11 à 30 ans, seuls ou en groupe, dans tous les domaines : culturel, social, solidaire, économique...

Envie d'agir apporte un soutien à la fois pédagogique, technique et financier permettant d'accompagner les jeunes de l'émergence à la réalisation effective de leur projet, quel que soit leur âge, leur situation ou l'envergure de leur projet.

S'appuyant sur l'expérience acquise depuis plus de 20 ans dans l'accompagnement de projet de jeunes, ce guide pratique présente une approche globale et concrète des principales étapes de la conduite de projet. Il s'adresse aux professionnels en charge de l'accueil, de l'information et de l'accompagnement des jeunes mais aussi, et avant tout, aux jeunes porteurs de projet eux-mêmes.

Étape par étape, pas à pas, ce document guide les jeunes engagés dans des projets, et plus particulièrement ceux pouvant éventuellement déboucher sur une insertion professionnelle, voire une création d'activité économique dans le cadre de Défi jeunes.

Pour autant, chaque jeune peut y trouver ce qui correspond à ses besoins, quelle que soit la nature et l'envergure de son projet, car ce livret propose de nombreuses pistes pour le faire évoluer et grandir.

Le site www.enviedagir.fr met à disposition des jeunes et des professionnels de nombreuses ressources et des dizaines de portraits de lauréats à découvrir. Ils l'ont fait, alors pourquoi pas vous ?

INTRODUCTION

MONTER UN PROJET OU CONDUIRE UNE ACTION : DU PAREIL AU MÊME

Sans même en avoir conscience, nous sommes régulièrement en situation de projet.

Tous les projets sont dans la nature, à tous les âges, dans tous les domaines, comme organiser une fête, partir en vacances sans les parents, monter un groupe de musique, organiser un festival, agir avec les pays en voie de développement, créer son propre emploi, voire sa propre entreprise...

Monter un projet c'est tout simplement se fixer un objectif et se donner les moyens de l'atteindre.

L'objectif de ce guide est :

☞ De vous faire bénéficier de l'expérience de milliers de lauréats Envie d'agir qui ont été jusqu'au bout de leur idée avec le soutien des services du Haut commissaire à la jeunesse et de nombreux partenaires.

☞ De vous donner les principaux points de repères qui vous permettront de commencer à réfléchir sérieusement au projet que vous avez en tête.

Petite vue d'ensemble pour commencer : sachez que tout projet comporte cinq dimensions.

1. Une dimension personnelle

UNE VRAIE DÉMARCHE D'APPRENTISSAGE

La première et la plus évidente. Il s'agit de votre idée, ce que vous allez mettre de vous-même, ce que vous allez découvrir de vous-même et des autres.

2. Une dimension sociale

UN PROJET NE SE MONTE JAMAIS SEUL, VOUS AUREZ BESOIN DES AUTRES

Vous ne vivez pas dans une bulle. Votre action s'inscrit nécessairement dans un environnement plus ou moins éloigné du vôtre. Vous allez entrer en relation avec lui, engager le dialogue, développer de nombreux contacts.

3. Une dimension technique

PARTEZ DU BON PIED AVEC UNE BONNE ORGANISATION

Il s'agit de tous les aspects matériels et concrets du projet qu'il faut posséder et maîtriser.

4. Une dimension économique

PAS DE PROJET SANS BUDGET ET QUI PLUS EST CRÉDIBLE

Tout le monde le sait, l'argent est le nerf de l'action. Votre projet a un coût (il faudra trouver les financements nécessaires) mais il peut aussi être créateur de richesses.

5. Une dimension temporelle

POUR CONSTRUIRE SOLIDE, IL FAUT DU TEMPS

A moins d'une baguette magique, rien ne se construit en un claquement de doigts. Un projet a un début, un milieu et une fin. Il peut se prolonger, se développer, se pérenniser. Savoir agir dans l'urgence sans se précipiter : un vrai défi.

INTRODUCTION

À GARDER EN TÊTE :

1. Ne sous-estimez pas la phase de préparation, elle est essentielle. Se poser toutes les bonnes questions, c'est déjà entrevoir les solutions ou les impasses.
2. N'hésitez surtout pas à demander conseil. De nombreux professionnels sont là pour vous accompagner et vous aider à réaliser votre projet.
3. C'est en "forgeant que l'on devient forgeron", les anglo-saxons disent "learning by doing" ce qui signifie en clair que vous avez le droit à l'erreur, à charge pour vous d'en tirer les enseignements pour aller plus loin.









JUSTEMENT PARLONS DE LA MÉTHODE, VOICI LES 10 PRINCIPALES ÉTAPES DE LA CONDUITE DE PROJET :

1. Clarifier l'idée.
2. Faire l'état des lieux.
3. Elaborer le budget prévisionnel.
4. Formaliser le projet.
5. Trouver des partenaires.
6. Bâtir le plan d'action.
7. Communiquer.
8. Réaliser le projet.
9. Evaluer et rendre compte.
10. Prolonger l'action.

4 Tout projet est évolutif, comme vous, il est vivant, il change et il grandit.

5 Pas d'autocensure a priori. Vous ne pouvez pas savoir ce qui sortira en fin de compte de la marmite, tous les jours l'impossible est en cours !

LES PRINCIPAUX INGRÉDIENTS DONT VOUS AUREZ BESOIN POUR CONDUIRE VOTRE PROJET :

-  Une bonne dose d'imagination et de créativité : osez !
-  Une réelle ouverture d'esprit et beaucoup d'écoute.
-  De l'audace et du réalisme, c'est-à-dire une prise de risque raisonnée.
-  Une détermination sans faille : croyez en vous et en votre projet.
-  Une patience à toute épreuve.
-  Du travail, encore du travail.
-  Un questionnement critique permanent.
-  Ce qu'il faut de méthode et d'organisation.

N'oubliez pas le joker, **la méthode GBS** (Gros Bon Sens) chère aux Québécois.

BONNE ROUTE...

CLARIFIER L'IDEE



À QUOI ÇA SERT ?

À SAVOIR CE QUE VOUS VOULEZ ET OÙ VOUS VOULEZ ALLER.

C'EST LE B A BA, LE POINT DE DÉPART À NE LOUPER SOUS AUCUN PRÉTEXTE : VOUS DEVEZ SAVOIR CE QUE VOUS VOULEZ RÉELLEMENT ET PRÉCISÉMENT FAIRE, POUR POUVOIR ENSUITE CONSTRUIRE LE CHEMIN QUI VOUS Y CONDUIRA DANS LES MEILLEURES CONDITIONS.

Commencez par répondre

à ces deux questions :






-  Qu'est-ce que je veux faire concrètement ? (QUOI ?)
-  Qu'est-ce que j'en attends ? Pour moi, pour les autres... ? (POURQUOI ?)

Ne vous y trompez pas, répondre à ces deux petites questions peut prendre un certain temps. Mais plus vous serez clair dans votre tête plus vite vous avancerez ensuite.

Concrètement, cela doit se traduire par des objectifs et des finalités.






OBJECTIF : QUOI ? FINALITÉS : POURQUOI ?

Exemples simplifiés :

-  Organiser un concert pour les groupes de ma ville.
 - pour créer une animation pour les jeunes.
 - pour offrir une 1ère scène à des groupes et les aider à se faire connaître.
 - pour découvrir les métiers du spectacle.
-  Créer un centre d'accueil pour les enfants des rues au Burkina Faso.
 - pour participer au développement des pays du Sud par solidarité.
-  Monter une activité de soutien scolaire dans mon village.
 - pour créer mon propre emploi.
 - pour faire un travail que j'aime près de chez moi.
-  Mettre en place un atelier théâtre dans son quartier.
 - pour favoriser l'accès de tous à la culture.
 - pour permettre l'expression des jeunes sur des thèmes qui les concernent.
-  Ouvrir un commerce équitable.
 - pour exercer une activité en lien avec mes aspirations personnelles.

CLARIFIER L'IDEE

À GARDER EN TÊTE :

-  L'exercice irremplaçable du "grattage de méninges" favorise l'expression de tout ce qui vous trotte dans la tête. Cette méthode permet de "voir large et complet" et, en particulier, de mettre à jour des objectifs que vous n'aviez peut-être pas identifiés.
-  Les projets peuvent avoir plusieurs objectifs : des principaux et des secondaires. Il faut donc faire le tri entre ce qui est vraiment important et ce qui l'est moins, et faire ensuite les choix qui en découlent.
-  Il est plus facile d'aller du concret à l'abstrait, des objectifs aux finalités, de l'action au sens que vous lui donnez.
-  L'objectif est un résultat à atteindre, non une tâche. Il doit être concret et donc mesurable.
-  Un objectif peut avoir des finalités différentes. Là aussi, il faut choisir car "qui trop embrasse, mal étreint".

Vous savez maintenant, dans les grandes lignes, ce que vous voulez faire et pourquoi vous voulez le faire. Il est temps de tester votre idée auprès de votre entourage, de vos amis, des professionnels du sujet ou de l'accompagnement de projets.

C'est une phase très importante. Elle vous apportera le premier regard extérieur dont vous avez besoin pour vérifier si votre idée tient la route, avancer dans votre projet, commencer à lui donner vie.

Vous devez pouvoir décrire en cinq lignes maximum votre projet, en envisageant d'ores et déjà le moment et le lieu de sa réalisation.

RÉSUMONS-NOUS, POUR CLARIFIER VOTRE IDÉE IL FAUT :

1. Vous poser les questions du quoi et du pourquoi.
2. Les approfondir par une séance de « grattage de méninges ».
3. Démêler et classer les objectifs et les finalités par ordre d'importance.
4. Tester l'idée.
5. Fixer par écrit un descriptif sommaire de votre projet.
6. Nommer votre projet, ce sera en quelque sorte son acte de naissance.

FAIRE L'ÉTAT DES LIEUX

À QUOI ÇA SERT ?

À SAVOIR OÙ VOUS METTEZ LES PIEDS, À CONNAÎTRE VOS ATOUTS ET VOS FAIBLESSES.



Il s'agit d'une étape incontournable qui peut sembler ennuyeuse mais qui vous confortera dans votre idée, la fera évoluer ou vous la fera définitivement abandonner. Pourquoi réinventer l'eau chaude ? En allant découvrir et étudier des projets similaires au vôtre, vous profiterez de l'expérience de vos prédécesseurs.






Vous gagnerez beaucoup de temps sur la suite des opérations.

GROSSO MODO, VOUS DEVEZ RECHERCHER TROIS GRANDES CATÉGORIES D'INFORMATION :




1. Qui fait quoi ? Qui sont les principaux acteurs ?
2. Comment ? Quels sont les méthodes, les procédures, les réglementations, les outils employés ?
3. Avec quoi ? Quelles sont les ressources humaines, financières et matérielles à réunir ?

Plus concrètement, vous aurez fait le tour de l'état des lieux si vous êtes en mesure de répondre aux questions suivantes :

-  Comment ça marche ? Moyens, coûts, compétences, procédures, réglementations, délais...
-  Qu'est-ce qui ne marche pas ?
La localisation, la disponibilité du public, les contraintes techniques, juridiques...

-  Quels sont les moyens dont je dispose ?
Autofinancement, compétences, disponibilité, carnet d'adresses, expérience préalable...
-  Quels sont les moyens qui me manquent ?
Matériels, humains, financiers...
-  Qui sont les principaux acteurs ?
Services municipaux, services de l'État, associations locales, entreprises, professionnels... (que font-ils ? Quelles sont les ressources dont ils disposent qui pourraient servir mon projet ?).
-  Qui sont les partenaires potentiels ?
Ceux vers qui je vais aller en priorité.
-  Quel est l'état de la concurrence ?
Qui sont mes principaux concurrents et qu'est-ce qui fait la différence ?




COMME VOUS LE VOYEZ, VOUS AVEZ INTÉRÊT À NOTER PRÉCIEUSEMENT TOUTES LES INFORMATIONS QUE VOUS ALLEZ COLLECTER. ELLES SONT INDISPENSABLES POUR :

-  Approfondir et affiner votre projet :
Quelle est sa valeur ajoutée ?
Qu'est-ce qui fait la différence ?
Et quels sont ses "plus" ?
-  Construire votre budget.
-  Préparer l'argumentaire qui vous permettra de convaincre vos futurs interlocuteurs.

Aller à la découverte de votre environnement vous aidera à vous situer. Osez frapper aux portes, demander des rendez-vous. Vous vous habituerez aux refus et prendrez de plus en plus d'intérêt et de plaisir aux rencontres qui vous attendent.

FAIRE L'ETAT DES LIEUX

À GARDER EN TÊTE :

-  Commencez à côté de chez vous : interrogez d'abord votre entourage, puis les services de la ville, une association que vous connaissez, le Point Information Jeunesse le plus proche, la Direction Départementale de la Jeunesse et des Sports.
-  Demandez conseil auprès de nouveaux contacts et allez ainsi de contact en contact, du plus proche au plus loin.
-  N'oubliez pas Internet.

Pour vous aider voici un exemple de fiche-contact, afin de vous rappeler tout ce que vous avez fait, conserver les informations et surtout vous en servir.

FICHE - CONTACT

Coordonnées complètes de la personne

Nom, Prénom : Tel, Fax :

Adresse : Organisme :

..... E-mail :

Contact établi par l'intermédiaire de M./Mme :

CONTACTS	INFORMATIONS RECUEILLIES / RESULTATS	SUITES À DONNER
Téléphone Le : Avec : M/Mme :		A rappeler : Date :
Courier Le : A : M/Mme :		Relance le :
Rendez-vous Le : Avec : M/Mme :		

ELABORER LE BUDGET PREVISIONNEL

À QUOI ÇA SERT ?



À SAVOIR COMBIEN VA COÛTER VOTRE PROJET (LES DÉPENSES) ET SI VOUS ÊTES EN MESURE DE RÉUNIR LES FINANCEMENTS NÉCESSAIRES (LES RECETTES).





Le budget prévisionnel doit refléter fidèlement l'analyse de vos besoins et les ressources que vous avez ou que vous comptez réunir pour les satisfaire. Soyez sûr d'une chose : c'est sur cet élément du dossier que vos interlocuteurs jugeront, d'un coup d'oeil, du sérieux de votre motivation et de la rigueur de votre démarche.

Pas de projet sans argent, pas d'argent sans un minimum de comptabilité, pas de comptabilité sans budget prévisionnel écrit.



Vous devez considérer le budget prévisionnel (ou plan de financement) comme un outil à votre service. Il vous permet de suivre point par point l'avancement de votre projet. Il évolue avec lui. Il vous oblige à faire preuve de réalisme en identifiant toutes les dépenses que vous serez amené à faire (merci l'état des lieux).

QUELQUES PRINCIPES À RETENIR IMPÉRATIVEMENT :

-  Les recettes et les dépenses doivent toujours être présentées en colonnes équilibrées (égales).
-  Chaque dépense (on dit poste) doit être justifiée : pas de chiffres «bidons», pas de partenaires fantaisistes... Pas d'estimation à la louche, faites faire des devis ou allez relever les prix dans les magasins.

-  Dans la colonne des recettes, doivent apparaître les ressources dont vous disposez déjà (apport personnel ou autofinancement...).
- Pour les partenariats, précisez s'ils sont acquis, en cours de négociation ou à acquérir.
-  Distinguez les apports en financement direct ou en nature.
-  Pensez à anticiper une marge d'imprévu de l'ordre de 10%, que vous pouvez intégrer dans vos frais de communication ou administratifs.
-  Parce qu'il est évolutif un budget doit toujours être daté : budget prévisionnel au «1er avril 2008».

PETIT TRUC DE LAURÉATS ENVIE D'AGIR : PRÉPAREZ DEUX VERSIONS DE VOTRE BUDGET :



-  le « budget idéal » permettant la réalisation du projet dans les meilleures conditions. C'est celui-ci que vous présentez aux financeurs.
-  le budget plancher ou « bouts de ficelle » qui permettrait de réaliser le projet « a minima », et donc celui en dessous duquel vous ne pouvez mettre en œuvre le projet. Celui-ci doit rester un outil de travail interne qui vous rappelle ce que vous devez impérativement réunir pour que le projet existe.


ELABORER LE BUDGET PRÉVISIONNEL

EXEMPLE DE BUDGET PRÉVISIONNEL SIMPLIFIÉ :

Le projet : création d'un local d'initiation à l'informatique pour les jeunes du quartier. Le local est géré par des bénévoles à son démarrage, il n'y a donc pas de frais de personnel.

COMMENTAIRES :

-  Le loyer est réduit car le maire a accordé un tarif préférentiel en échange des travaux de remise en état du local. La différence apparaît dans la colonne des recettes au titre de la participation en nature de la mairie. Idem pour les ordinateurs
-  Les lettres d'engagement des partenaires acquis doivent figurer en annexe du dossier.

 Imaginons que ce budget prévisionnel soit celui de votre projet. Il montre que vous vous investissez personnellement (auto financement et bénévolat valorisé), que vous avez su convaincre à la fois des partenaires publics (mairie) et privés impliqués dans la vie du quartier (association des commerçants, MJC), que vous avez pensé à vous entourer des compétences nécessaires (professeurs volontaires).

Autant d'arguments qui plaident en faveur de votre motivation, du sérieux avec lequel vous conduisez votre projet et qui devraient vous permettre de réunir les 4 394 manquants.

Dépenses TTC	Euros	Recettes TTC	Euros
Installation du local		Apport financier	
Travaux (plomberie, électricité, peinture, sol)	2 134 €	Autofinancement (apport personnel)	732 €
Mise aux normes de sécurité	823 €	Mairie – mobilier (acquis)	1 200 €
Équipement mobilier (tables, chaises, étagères)	1 951 €	Conseil général (en cours)	2 000 €
Frais de fonctionnement 1^{ère} année		Association MJC (acquis)	915 €
Assurance	274 €	Association des commerçants du quartier (acquis)	1 220 €
Électricité	762 €	Mairie (35% du loyer)	2 742 €
Loyer et charges (350 x 12 mois)	4 200 €	Société Ordinafort (50% sur les ordinateurs)	2 400 €
Matériel pour activités		Associations des professeurs (30 heures de cours offertes)	732 €
Achat de 4 ordinateurs avec logiciels	4 800 €	Bénévolat valorisé rénovation du local (10 jours x 3 pers. X 76 €)	2 280 €
Documentation, abonnement	600 €	RÉSULTAT INTERMÉDIAIRE	14 221 €
Intervention de professeurs (60 heures x 15 €)	900 €	Reste à trouver (18 615 € - 14 221 €)	4 394 €
Divers, imprévus	1 500 €		
TOTAL	18 615 €	TOTAL	18 615 €

FORMALISER LE PROJET

À QUOI ÇA SERT ?






C'EST L'ENGAGEMENT ÉCRIT (VISIBLE) DE VOTRE DÉTERMINATION À RÉALISER VOTRE PROJET.

C'est une étape essentielle. Elle atteste de la réalité du projet. Cette formalisation est le préalable à la recherche de partenaires. Vous avez réuni suffisamment d'éléments pour monter le dossier de présentation de votre projet. Votre objectif maintenant est de convaincre, pas de faire de la littérature.

CONCRÈTEMENT VOUS ÊTES DÉSORMAIS EN MESURE DE RÉPONDRE AUX QUESTIONS SUIVANTES : QUI, QUOI, POURQUOI, POUR QUI, COMMENT, OÙ, COMBIEN ?

- 1. Qui ?**
Porteur et origine du projet.
- 2. Pourquoi, Pour qui ?**
Finalités.
- 3. Quoi, Où, Quand ?**
Contenu précis (description), échéance et localisation du projet.
- 4. Comment ?**
Approche technique (besoins, ressources, compétences...).
- 5. Combien ?**
Approche financière.










LE DOSSIER DE PRÉSENTATION EST BÂTI SUR LA TRAME DE CES QUESTIONS. IL INTÈGRE UN VOLET FINANCIER ET UN VOLET COMMUNICATION. IL DOIT ÊTRE :

-  **Court** : maximum 12 pages bâties sur la trame des questions.
-  **Clair** : synthétique et aéré (encore des choix à faire...)
-  **Vivant** : motivant.
-  **Crédible** : toutes les informations doivent être vérifiées et argumentées, notamment le volet financier.
-  **Evolutif** : adaptable en fonction des interlocuteurs.

Vous allez envoyer ou remettre ce dossier à vos interlocuteurs. Il vous représente, témoigne du travail que vous avez déjà effectué et de votre détermination à réussir. Soignez-le sans luxe inutile, la forme sera presque aussi importante que le contenu.




FORMALISER LE PROJET

EXEMPLE DE COMPOSITION DE DOSSIER :

-  Une couverture avec le titre et vos coordonnées (1 page). Voir plus loin la fiche communication.
-  **Un court sommaire** avec une pagination ou un système de fiches numérotées (1 page).
-  **La présentation du ou des porteurs** du projet et de son origine : **QUI ? POURQUOI ?** (2 pages maxi).
-  **Le descriptif du projet :** **QUOI ? OÙ ? QUAND ?** (2 pages maxi).
-  **Les moyens à mobiliser :** humains, techniques, logistiques, financiers. **COMMENT ?** 2 pages maxi en précisant ceux que vous avez déjà réunis.
-  **Le budget prévisionnel : COMBIEN ?** (1 page).
-  **L'argumentaire** adapté en fonction du partenaire sollicité : pourquoi soutenir ce projet ? Pourquoi lui ? Ce que vous attendez de lui et ce qu'il peut attendre de vous en contrepartie (2 pages maxi). Remarque : avec le budget prévisionnel, c'est l'une des fiches les plus évolutives du dossier.
-  **La communication :** ce que vous avez prévu de faire pour promouvoir votre projet et vos partenaires (1 page).
-  **Les annexes :** engagements de soutiens déjà acquis, contacts en cours, articles de presse, indications techniques complémentaires, photos, dessins...

Faites le compte, nous voici déjà à 12 pages sans les annexes, auxquelles il faudra ajouter une **lettre d'introduction** si vous envoyez le dossier par courrier. 1 page maximum pour dire qui vous êtes, ce que vous voulez faire et en quoi votre interlocuteur peut y trouver intérêt. Il est bon qu'elle se termine par une **demande de rendez-vous**.

À GARDER EN TÊTE :

-  **Faites relire votre dossier** par plusieurs personnes avant de le diffuser. Elles vous diront si tout est clair et compréhensible. Ce qui vous semble clair peut ne pas l'être pour quelqu'un qui ne connaît pas le sujet comme vous. Ces personnes relèveront les fautes que vous avez oubliées car on en oublie toujours même après relecture !
-  **Travaillez sur ordinateur** pour pouvoir faire évoluer le dossier sans problème.
-  **La réalisation d'un dossier de présentation et sa diffusion ont un coût :** papier et timbres notamment, prévoyez-le au budget prévisionnel.

TROUVER DES PARTENAIRES

À QUOI ÇA SERT ?

À VOUS DONNER LES MOYENS D'ALLER AU BOUT DE VOTRE IDÉE ET DE RÉALISER VOTRE PROJET DANS LES MEILLEURES CONDITIONS.





Vous voici arrivé à la grande épreuve de vérité. Vous allez confronter votre idée, donc un peu de vous-même, aux regards critiques de professionnels qui n'ont généralement pas beaucoup de temps à vous consacrer.



C'est parfois douloureux et exaspérant, mais cet "effet miroir" est indispensable pour affiner et clarifier votre projet, révéler vos compétences de négociateur. Vous allez devoir argumenter et convaincre, essayer probablement de nombreux refus avant les premiers accords qui donneront un coup d'accélérateur à votre projet.

Si l'état des lieux a été bien fait, vous devez savoir quels sont les organismes les plus à même de vous aider. Peut-être en avez-vous déjà rencontrés certains ? Commencez par ceux-là.








Les aides sont aussi diverses que les partenaires sont multiples : mairies, associations, entreprises, commerçants, directions départementales de la jeunesse et des sports, fondations spécialisées dans l'aide aux projets et médias locaux, ...

Selon l'organisme, vous pouvez obtenir :


-  Un soutien financier : sponsoring, mécénat, prêt, subvention, bourse, prix...
-  Une aide en nature : réduction sur du matériel, prêt d'un local...
-  Un parrainage médiatique : articles ou reportages sur votre projet.
-  Des conseils et des contacts : mise en relation avec d'autres partenaires potentiels.

-  Une caution morale : les encouragements de vos partenaires sont précieux, surtout si ce sont des personnalités reconnues.
-  Une approche nouvelle ou des pistes pour développer votre projet auxquelles vous n'aviez pas pensé.

LA MARCHÉ À SUIVRE :

-  Sélectionnez vos "cibles" : une vingtaine au maximum après avoir identifié, pour chacune d'entre elles, comment elle peut vous aider et ce que vous pouvez lui apporter en contrepartie.
-  Construisez un argumentaire court et précis.
-  Formulez une demande réaliste.
-  Envoyez un dossier adapté au partenaire et dans la mesure du possible prenez rendez-vous.
-  Préparez soigneusement l'entretien.
-  Demandez à formaliser les engagements par écrit. Ce qui n'est pas écrit, n'est pas acquis.
-  Suivez de près les décisions et assurez-vous qu'elles sont appliquées.

À GARDER EN TÊTE :

-  Analysez précisément vos besoins, sans les sous-évaluer, en distinguant le partenariat en nature du partenariat financier. Cela vous aidera à formuler une demande précise et vous rendra plus crédible. N'oubliez pas de prévoir une marge de sécurité pour prendre en compte les imprévus.

TROUVER DES PARTENAIRES




QUELQUES DÉFINITIONS POUR FINIR :








Parrainage/sponsoring : soutien matériel ou financier en vue d'en retirer un avantage publicitaire.

Mécénat : soutien matériel ou financier sans contrepartie.

Partenariat : coopération d'institutions ou de personnes sur un objectif partagé.





Patronage : soutien moral.

-  Pour amorcer la pompe et vous faire les dents, commencez par les apports en nature.
Normalement, ils sont plus faciles à obtenir et vous permettront de donner corps à votre dossier en montrant que vous avez déjà convaincu des partenaires (toujours la question de la crédibilité).
-  Construisez un argumentaire simple qui prend en compte le point de vue du partenaire que vous sollicitez et ce que vous pouvez lui apporter. Les bonnes négociations sont les négociations "gagnant-gagnant". Mettez-vous à la place de votre interlocuteur.
-  Présentez un dossier qui tient la route techniquement et financièrement.






-  Osez même ce qui vous semble impossible si vous avez foi en votre projet. Au pire vous aurez un "non".
-  Préparez l'entretien : durée, contenu, expression, écoute, attitude. Quoi qu'il arrive, pensez à demander à votre interlocuteur s'il connaît d'autres contacts pour votre projet :
"À votre avis qui pourrait être intéressé par ce projet ? Si oui, est-ce que nous pouvons appeler de votre part ?"
-  Diversifiez vos sources de financement. Il arrive que des partenaires se désistent au dernier moment. Ne prenez pas le risque de vous retrouver à zéro au moment de passer à l'action. Ne mettez pas tous les oeufs dans le même panier.
-  Soyez attentif aux réactions de votre interlocuteur. Ce sont autant d'indications utiles sur les points forts et les faiblesses de votre projet et sur la façon dont vous le présentez.
-  Faites preuve de détermination et surtout de patience. Qui dit négociation, dit durée.
-  Contractualisez avec les partenaires importants. Les écrits restent.
-  Maintenez les contacts (cf. fiche de contact) durant la réalisation du projet et au-delà. Les contacts d'aujourd'hui peuvent être les partenaires de demain si vous vous y prenez bien.

RÉSUMONS-NOUS :

Les sponsors et les partenaires détestent

-  Être appelé cinq fois par jour pour savoir s'ils ont pris une décision.
-  Perdre leur temps et leur argent.
-  Ne pas comprendre ce que vous leur dites.
-  Avoir l'impression qu'on leur force la main.

Les sponsors et les partenaires aiment




-  Qu'on sache ce qu'ils représentent.
-  Qu'on leur dise qu'ils sont indispensables au projet.
-  Pouvoir communiquer à travers le projet.
-  Rencontrer un jeune qui a la même passion qu'eux.
-  L'enthousiasme et la détermination.

BATIR LE PLAN D'ACTION




À QUOI ÇA SERT ?

À SAVOIR CE QU'IL Y A À FAIRE, QUI DOIT LE FAIRE ET QUAND. LE PLAN D'ACTION EST LE TABLEAU DE BORD DU PROJET. IL EST À LA FOIS VOTRE PENSE-BÊTE ET VOTRE SIGNAL D'ALARME SI VOUS SORTEZ DES CLOUS.



Il permet :

-  D'organiser votre travail en grandes étapes.
-  De planifier dans le temps les activités et les tâches de chaque étape.
-  De visualiser l'état d'avancement du projet.

Chaque étape doit être considérée comme un objectif avec :






-  Une cible à atteindre.
-  Une mesure quantitative ou qualitative que vous avez fixée vous-même, indique que l'objectif est atteint.
-  Une échéance de réalisation.

À GARDER EN TÊTE :

-  Le plan d'action est comme "checklist". C'est simple, c'est du GBS (Gros Bon Sens). Il se remplit de gauche à droite, du plus général au plus précis : d'abord grandes étapes, puis les activités, puis les délais, puis le découpage en tâches précises.
-  **Le temps est au cœur du plan d'action.**

N'ayez pas les yeux plus gros que le ventre.




Faites preuve de lucidité pour évaluer le temps nécessaire à chacune des tâches que vous vous êtes fixées.

-  Pensez en semaines, voire en mois, mais fixez des dates réelles d'échéance. De toute façon, au début, vous serez toujours trop court, alors **prévoyez large**.
-  Le plus simple au départ, c'est de partir de la date butoir, de l'échéance ultime qui vous change en citrouille si elle n'est pas respectée. Donc remontez le temps, raisonnez en **"rétro planning"**.
-  Vous devez régulièrement faire le point sur ce qui a été fait et **réajuster le plan d'action** (insérer, modifier, supprimer) en fonction de l'évolution du projet et de son contexte : nouvelles tâches à effectuer et nouveaux problèmes à résoudre.
-  Si votre projet est collectif, il est très important **de bien répartir les rôles et les tâches** de chacun, en fonction de ses compétences et de ses disponibilités.
-  N'oubliez pas que vous avez des objectifs à atteindre, soyez réalistes.

Le plan d'action suivant n'est qu'un exemple simplifié.

Chaque plan d'action doit être bâti sur mesure, en fonction de ses objectifs, de ses moyens d'action et de ses contraintes.

Exemple de plan d'action individuel

-  Cible : créer une activité de soutien scolaire en milieu rural.
-  Mesure : suffisamment rentable pour que je puisse en vivre.
-  Echéance : à partir de la prochaine rentrée scolaire.

BATIR LE PLAN D'ACTION

ETAPES	ACTIVITES	ECHEANCE	TACHES	FAIT	Ressources à mobiliser
Valider mon idée Durée : 3 mois	Evaluer les besoins en soutien scolaire autour de ma commune	Fin Février	Démarche d'info : rencontrer des professeurs / directeurs des écoles primaires et du collège	ok	Frais de déplacement
			Démarche d'info : rencontrer les 2 associations des parents d'élèves	ok	
	Valider ma motivation pour les activités de soutien scolaire : QUI ?	Fin Février	Démarche d'info : rencontrer un professionnel du soutien scolaire	ok	
			Rédaction : mon expérience, mes compétences (utiles au projet), ma motivation	ok	Ordinateur du CE d'un des parents d'élève
Formaliser le projet Durée : 4 mois	Définir les services que je vais proposer : QUOI ?	Fin mars	Rédaction : contenu pédagogique des ateliers, types d'activités culturelles...	ok	
			Présentation du contenu pédagogique à un autre professionnel du soutien scolaire	ok	
	Faire l'étude des besoins : A QUI ? POUR QUI ? OÙ ?		Recenser les structures de soutien scolaire existantes : leurs méthodes, leurs tarifs, leur public, leur localisation	ok	Téléphone

BATIR LE PLAN D'ACTION

ETAPES	ACTIVITES	ECHEANCE	TACHES	FAIT	Ressources à mobiliser
Formaliser le projet Durée : 4 mois	Faire l'étude technique : COMMENT ?	Fin mai	Lister et reprendre contact avec les parents d'élèves qui m'ont parlé des besoins de leurs enfants : des futurs clients, des futurs dirigeants en cas de création d'association	ok	Téléphone
			Revoir directeurs d'écoles et associations de parents d'élèves : chiffrer le nombre d'élèves en difficulté dans un rayon de 30 Km autour de ma commune	ok	
		Fin mai	Lister le matériel nécessaire	ok	
			Chercher une formation pour acquérir les compétences en gestion qui me manquent	ok	
			Rechercher un local : voir le maire et le directeur du collège		
	Faire l'étude financière : COMBIEN ?	Fin juin	Demander des devis pour tout le matériel	ok	
			Deux jours de formation : calcul du chiffre d'affaires prévisionnel, du besoin en fonds de roulement et des besoins financiers pour démarrer	ok	
			Rédaction : budget prévisionnel	ok	



BATIR LE PLAN D'ACTION

ETAPES	ACTIVITES	ECHEANCE	TACHES	FAIT	Ressources à mobiliser
Rechercher des partenaires Durée : 4 mois	Préparer la communication autour du projet	Fin août	Impression de la plaquette présentant l'activité	ok	Frais d'impression
			Envoi au journal local et au rédacteur en chef du bulletin municipal	ok	Affranchissement
			Rédaction : annexe au projet précisant les moyens de communication	ok	
	Créer l'association support du projet	Fin août	Réunir les futurs membres de l'association	ok	Repas
			Rédiger un projet de statuts	ok	
			Organiser l'assemblée générale constitutive de l'association	ok	
	Faire l'étude financière : COMBIEN ?	Fin octobre	Revoir le Maire	ok	
			Voir les commerçants de la commune et les comités d'entreprise des parents d'élèves présents dans l'association	ok	
			Retirer et rédiger le dossier de demandes de subvention ou d'emploi aidé	ok	

COMMUNIQUER

À QUOI ÇA SERT ?




À SE DOTER DE MOYENS SUPPLÉMENTAIRES, PARFOIS ESSENTIELS, À LA RÉUSSITE DU PROJET : LE SAVOIR-FAIRE ET LE FAIRE-SAVOIR SONT INDISSOCIABLES.

Toute démarche de projet est une démarche de relation et d'interaction avec l'environnement.

Vous allez nécessairement entrer en communication avec lui.





La question est de savoir pourquoi ? Et comment ?

Avant de vous tourner vers les autres, **soyez d'abord au clair avec votre propre image**, ce que vous voulez en montrer, votre identité officielle en quelque sorte :




-  Qui vous êtes
-  Ce que vous faites
-  À qui vous vous adressez

Ensuite et seulement ensuite, vous pourrez diffuser cette information à l'extérieur en respectant les principes suivants.






1. CERNER LES CIBLES PRIORITAIRES : QUI ? POURQUOI ?

-  Les jeunes : quels jeunes, les étudiants, les ruraux...
-  Les partenaires : sociaux, économiques, publics, privés...
-  Le grand public, les familles, les adultes...
-  Les institutions et les médias.

2. DÉFINIR LE MESSAGE : QUOI ? POUR QUI ?

-  Positionner le projet par rapport à l'existant.
-  Identifier les principaux arguments en faveur du projet.
-  Adapter le message dans sa forme et son contenu en fonction des cibles.

3. CHOISIR LES MOYENS : QUELS SUPPORTS ? COMBIEN ?

-  Médias, locaux et/ou nationaux, audiovisuels.
-  Internet
-  Création de documents d'information, dépliants, affiches...
-  Information directe auprès des acteurs de terrain, associations...
-  Création d'événements...


La communication de votre projet est une question importante, qu'il ne faut ni sur-estimer, ni sous-estimer. Elle fait appel à des compétences spécifiques (rédaction, graphisme, infographie, relations presse...) qui sont autant de coûts supplémentaires. Raison de plus pour rechercher le plus d'impact à moindre coût en fonction des besoins de votre projet et de vos objectifs.

COMMUNIQUER

À GARDER EN TÊTE :

-  Commencez par le commencement.
Créez votre identité officielle et visuelle (logo).
-  **Identifiez vos priorités** en fonction de votre projet et des moyens dont vous disposez.
-  **Cherchez les compétences qui vous manquent** soit à travers un sponsoring (imprimeur, infographiste...), soit à travers des écoles spécialisées dont les étudiants ne demandent qu'à mettre en pratique ce qu'ils apprennent (BTS de Communication ou de Force de vente, écoles de graphisme, d'attachés de presse...). Ils seront d'autant plus motivés qu'il s'agit d'aider un jeune à monter un projet.
-  **Relier** si possible votre projet à l'actualité locale et nationale.
-  **Cherchez le contact avec les médias.** Donnez-vous du mal pour y arriver. Vous toucherez en même temps des partenaires potentiels et le grand public, sans rien dépenser, sauf votre matière grise et peut-être quelques frais de transport.
-  **Utilisez le potentiel des sites internet communautaires** comme Myspace, Facebook, etc pour faire parler de votre projet et diffuser toute actualité ou évènement. Vous pouvez même lancer un blog dédié au projet, moins complexe à mettre en place qu'un site.
-  **Epluchez la presse locale et régionale,** relevez les noms des journalistes qui pourraient être intéressés et contactez-les.
 Les jeunes qui bougent et qui entreprennent sont des sujets qui intéressent, profitez-en.
-  **Soyez crédibles :** argumentaire et fond de dossier doivent être prêts.

L'idéal est de laisser une note synthétique (communiqué de presse) qui reprend l'essentiel des informations. Vous faciliterez le travail du journaliste. Surtout évitez de vous contredire d'un contact à l'autre.

-  **Pensez à tenir les journalistes régulièrement informés de l'évolution de votre projet** et n'oubliez pas de leur renvoyer l'ascenseur si vous en avez l'occasion.
-  **N'oubliez pas les radios,** vous pouvez négocier un partenariat en spots publicitaires.
-  **Faites le choix de la simplicité et de la "lisibilité"** pour vos documents promotionnels.
 Allez à l'essentiel. Les dépliants surchargés d'informations, de motifs ou de couleurs en tout genre manquent en général leur cible. Simplicité ne veut pas dire absence de créativité.
-  **Élaborez un vrai plan de communication.**
 Réfléchissez bien au moment le plus opportun (ni trop tôt, ni trop tard), aux supports (dépliants, affiches, radio, encarts presse...), aux modes de diffusion (envois, dépôts, mailings...) et aux quantités nécessaires.

La communication est une fonction délicate mais valorisante. Lorsque le projet est collectif, elle peut créer des dissensions au sein du groupe si une "tête d'affiche" se détache indépendamment des autres membres de l'équipe. Mieux vaut le savoir pour contrôler les phénomènes de "vedettariat" qui peuvent perturber la vie du projet.

REALISER LE PROJET

À QUOI ÇA SERT ?

À SAVOIR QUE VOUS POUVEZ PASSER DE L'IDÉE AU PROJET, DE LA RÉFLEXION À L'ACTION.


UNE GRANDE QUALITÉ QUI VOUS SERVIRA DORÉNAVANT TRÈS SOUVENT.

VOUS ALLEZ FAIRE LA PREUVE DE VOTRE SENS DES RESPONSABILITÉS, DE VOTRE CAPACITÉ À PRENDRE DES DÉCISIONS ET À LES ASSUMER. BRAVO !

Bienvenue chez les stressés de l'action, vous allez découvrir la "dictature du temps", celle des délais à tenir, des problèmes à anticiper, des imprévus à gérer, le tout dans l'urgence et la sérénité.

Vous l'aurez compris, votre motivation étant acquise, tout repose maintenant sur votre disponibilité, sur votre capacité à organiser et gérer votre temps. Entourez-vous, l'expérience des autres est la meilleure arme contre l'erreur.


À GARDER EN TÊTE :


 **Préparez-vous au maximum avant la phase active.**


Essayez d'anticiper sur les problèmes que vous allez rencontrer. Cela vous fera gagner du temps au moment où vous n'en aurez pas assez, en particulier :


- N'hésitez jamais à vous renseigner, plutôt deux fois qu'une, à **prendre conseil notamment sur le plan juridique**, pour déterminer quel est le statut le mieux adapté à votre projet ou pour tout engagement contractuel.
- Prenez le temps de **lire et de comprendre tout ce que vous signez**.
- Ne vous engagez pas au-delà de ce que vous avez ou de ce que vous pouvez faire.
- **Constituez et conservez des traces écrites** de tout ce que vous communiquez et recevez. Sachez distinguer entre courrier simple ou recommandé. Certains courriers nécessitent la garantie supplémentaire "recommandé avec accusé de réception".
- **Identifiez précisément les incidences en matière de responsabilités civile et pénale** liées à la réalisation du projet.
- **Mettez-vous au clair avec toute la réglementation**, les déclarations, les obligations légales et les autorisations administratives qui relèvent de votre projet. Il sera trop tard pour vous apercevoir le soir du spectacle que vous n'êtes pas en conformité avec les règles de sécurité.
- **Ouvrez un compte en banque uniquement affecté au projet** à partir du moment où il y a maniement de fonds et veillez à n'y affecter que les dépenses et recettes qui relèvent du projet.


REALISER LE PROJET


 **Assurez-vous d'avoir au moins les bases des compétences requises.** Formez-vous si nécessaire. Si le temps vous manque, trouvez ces compétences chez un ou des coéquipiers. Sinon, sous-traitez ce que vous ne savez pas faire.


 **Continuez à demander conseil et à vous faire aider** même dans la phase de réalisation du projet. On croit avoir pensé à tout. Ce n'est jamais le cas. La gestion des imprévus fait partie des compétences requises et hautement valorisées.

 **Prenez régulièrement du recul par rapport à l'action.** Faites l'effort de lever la tête du guidon, de descendre de vélo et de vous regarder pédaler. Cela vous évitera de tomber dans le trou que vous n'avez pas vu s'ouvrir à vos pieds.

 **Mettez à jour tout aussi régulièrement le plan d'action.** Réagissez rapidement aux contraintes qui surgissent et aux opportunités qui se présentent.

 **Ne vous laissez pas écraser par l'urgence, ni mettre la pression.** Prenez le temps de réfléchir avant toute décision importante.

 **Pensez à protéger les droits de propriété intellectuelle** que pourrait susciter la réalisation du projet : création artistique, dessin, modèle, marque, brevet, etc.

 **Anticipez les obligations liées à l'attribution de toute aide publique** et, le cas échéant, privée (compte rendu d'activité, justificatifs d'utilisation des fonds reçus...).

Que votre projet soit ponctuel (organisation d'un événement) ou durable (création d'une activité), la phase de réalisation est une phase délicate mais, ô combien, exaltante. Une fois qu'on y a pris goût, on peut difficilement s'en passer.

"Le projet produit l'homme qui produit le projet."

Quel que soit en fin de compte le niveau de réussite du projet, sachez que durant tout ce parcours, vous aurez appris un tas de choses sur vous et sur les autres, acquis des compétences, des savoir-faire et des savoir-être, que vous n'imaginiez même pas. C'est acquis et bien acquis. Transformez cet acquis, réinvestissez et faites le valoir dans votre Curriculum Vitae.

EVALUER ET RENDRE COMPTE

À QUOI ÇA SERT ?

À PRENDRE DU RECUL PAR RAPPORT AU PROJET. À REGARDER DANS QUELLE MESURE LES OBJECTIFS ONT ÉTÉ ATTEINTS (PAS DU TOUT, PARTIELLEMENT, EN TOTALITÉ) ET À IDENTIFIER LES ERREURS À NE PLUS FAIRE. À DÉMONSTRER VOTRE CAPACITÉ À TIRER LES ENSEIGNEMENTS DE VOTRE EXPÉRIENCE ET DONC À CONSERVER LA CONFIANCE DE VOS PARTENAIRES. EN BREF, À VOUS DONNER LES MOYENS DE CONTINUER. MIEUX !

L'évaluation n'est pas la 8ème roue du carrosse que l'on "bâcle" en fin de projet. L'évaluation est au service du projet, elle est utile et nécessaire, bien plus que vous ne l'imaginez :

- ☞ Elle met le doigt sur vos forces et vos faiblesses.
- ☞ Elle met en évidence les compétences que vous avez mobilisées (les **acquis de l'expérience**). Quelles que soient les suites du projet, ces données sont à inscrire dans votre prochain CV.
- ☞ Elle permet de revenir vers vos partenaires avec un bilan lucide (crédibilité oblige). Les partenaires d'hier peuvent être les employeurs de demain.
- ☞ Elle contribue à fidéliser vos partenaires sur de nouveaux projets.
- ☞ Elle vous aide à déterminer vos prochains objectifs et vos prochaines actions.

À GARDER EN TÊTE :

- ☞ Prenez le plan d'action étape par étape, activité par activité, **mesurez et analysez les écarts entre les objectifs fixés et les résultats obtenus**, essayez de comprendre aussi bien les facteurs de réussite que les raisons des échecs.
- ☞ Notez les "+" et les "-", ce qui vous a paru le plus difficile et le plus facile, ce qui vous a donné la plus grande satisfaction et le pire désagrément, ce qui a été le plus formateur et ce que vous pensez avoir découvert sur vous-même.
- ☞ Procédez en deux temps : une première analyse à chaud, laissez décanter quelques semaines et remettez tout sur la table. La mise à distance apporte plus de sérénité et d'objectivité dans le jugement. Il faut le savoir et le vérifier concrètement.
- ☞ Constituez votre "**petite bibliothèque des erreurs**" à ne pas renouveler. On apprend plus des échecs que des réussites.
- ☞ Attention quand même, **les situations ne se reproduisent jamais à l'identique**. Les rapports humains ne se mettent pas en équation, heureusement, sinon quel ennui!
- ☞ **Confrontez votre analyse** avec des personnes extérieures au projet. Elles vous aideront à situer la part de chacun dans les réussites et les échecs.
- ☞ Une bonne évaluation est une formidable **aide à la décision** pour vos projets futurs.
- ☞ **Préparez un petit document de bilan à l'intention de vos partenaires**. Pensez à les remercier de leur participation. Vous pouvez soit vous déplacer chez eux pour leur présenter les résultats concrets du projet (film, expo, rencontres débats), soit organiser une petite fête de bilan qui réunira tout le monde. Tout dépend du lien que vous souhaitez conserver avec eux.



PROLONGER L'ACTION

À QUOI ÇA SERT ?

À CONSOLIDER ET DÉVELOPPER LE PROJET, EN GÉNÉRAL DANS UNE OPTIQUE PROFESSIONNELLE.









Votre projet est une réussite. Vous envisagez tout naturellement de lui donner une suite et d'amplifier cette première expérience. Peut-être même de trouver l'occasion de vous professionnaliser dans le domaine qui vous passionne. C'est une chance à saisir qui implique à nouveau de faire des choix.

Maintenant il faut consolider les fondations, développer et tenir la distance. C'est le moment de vérifier si la méthode est vraiment acquise. Sans cesse sur le métier remettez votre ouvrage : clarifiez les nouveaux objectifs, affinez l'état des lieux, refaites un budget prévisionnel, etc.

Changement d'échelle, changement d'enjeux.

Les paramètres ont évolué (créer des emplois, temporaires ou permanents, vivre de sa passion, se développer à l'international...). Il faut naturellement en tenir compte et repenser l'ensemble de votre démarche.

À GARDER EN TÊTE :

-  **Ne brûlez pas les étapes** sous prétexte que vous avez acquis de l'expérience.
-  **Repartez du bon pied** : commencez par combler les faiblesses que l'évaluation a mises en évidence. Appuyez-vous sur ces résultats pour gagner en temps et en efficacité.
-  **Demandez conseil** et continuez à vous former si votre projet l'exige.
-  **Soyez attentif à évaluer correctement la charge de travail** et l'investissement temps nécessaires au développement du projet.
-  **Conservez un questionnement critique** permanent.
-  **Fini le bricolage, vous passez «pro»**. Organisez-vous comme il faut. Prenez le temps de peser vos décisions : un peu moins d'intuition, un peu plus de réflexion seront les bienvenues.
-  **Continuez à vous faire plaisir**, ce sera votre moteur et votre bouée de sauvetage quand vous serez submergé de travail.
-  **Ne baissez pas les bras**, vous aurez forcément des hauts et des bas.

**Vous partez à la découverte
d'une nouvelle dimension,
alors écoutez l'avis d'un spécialiste :**

Alice : « Voulez-vous me dire, s'il vous plaît quelle direction je dois prendre ? »

Le chat : « Cela dépend dans une large mesure de là où vous voulez aller ».

Lewis CARROLL "Alice au pays des merveilles"

INFORMATIONS ET CONSEILS

RENCONTRER VOTRE DIRECTION DÉPARTEMENTALE OU RÉGIONALE DE LA JEUNESSE ET DES SPORTS (DDJS OU DRDJS)

Dans chaque département, les correspondants Envie d'agir aident les jeunes porteurs de projets dans leurs démarches. Ils les informent sur les dispositifs disponibles pour réaliser un projet, leur apportent des conseils, les dirigent vers un réseau de partenaires susceptibles de les soutenir dans leur(s) initiative(s). Chargés de l'animation du programme Envie d'agir au plan départemental, les correspondants organisent également des formations à destination des accompagnateurs ou des jeunes porteurs de projets. Ils proposent enfin des actions de valorisation et des initiatives dans la région.

VOUS RENDRE DANS UN POINT D'APPUI ENVIE D'AGIR

Les Points d'appui Envie d'agir permettent aux jeunes de recevoir un accueil, une information, et un accompagnement de proximité quelle que soit la nature de leur projet. Chaque PAEA dispose du Kit "Jeunes Initiatives", classeur de 500 pages qui apporte des conseils et qui recense l'ensemble des dispositifs d'aide pour concrétiser un projet. Il en existe actuellement plus de 950 répartis sur tout le territoire français.

Lorsque les projets le nécessitent, les correspondants Envie d'agir ou les Points d'appui dirigent les jeunes vers des structures expertes, qui pourront leur apporter des informations et un accompagnement plus technique, en fonction de la nature des projets concernés.

Ainsi il existe par exemple des Espaces Initiatives Jeunes, labellisés, pour accompagner les jeunes plus spécifiquement en matière de création ou reprise d'activité économique.

Pour retrouver les coordonnées des contacts Envie d'agir de votre département, rendez-vous sur le site <http://www.enviedagir.fr/correspondant.php3>

SITOLOGIE

SITE INTERNET SPÉCIFIQUE À ENVIE D'AGIR

www.enviedagir.fr

Le site internet propose une information complète spécifique au programme Envie d'agir et aux autres dispositifs de soutien à l'engagement et à l'initiative des jeunes. Les deux premiers sont gérés par les services du Haut commissaire à la jeunesse et le troisième par le centre régional d'information jeunesse de Lorraine.

Portail national de l'engagement et de l'initiative des jeunes, il informe et accompagne dans les différentes étapes de l'élaboration d'un projet avec des informations générales sur la façon de s'engager ou de conduire un projet, des conseils, des pistes, des bons plans, des informations locales grâce aux pages régionales et un service de réponses en ligne individuel et personnalisé.

ÉTAT ET SERVICES PUBLICS

www.jeunesse-vie-associative.gouv.fr/

Information nationale sur la jeunesse, les associations et les métiers de l'animation.

www.injep.fr

Centre de documentation, d'études et recherches sur la vie associative, les cultures et pratiques artistiques (...). Plusieurs guides projet à télécharger.

www.jeunes.gouv.fr

Portail d'information de la jeunesse sur toutes les thématiques avec une rubrique "S'engager, entreprendre".

<http://galaxiejeunesse.injep.fr>

Base de données de tous les dispositifs nationaux et des organismes publics dédiés aux jeunes.

www.service-public.fr

Portail de l'administration française.
Répertoire des sites publics, démarches et formulaires en ligne.

RÉSEAU INFORMATION JEUNESSE

www.cidj.com

Information Jeunesse au niveau national sur toutes les thématiques de la vie des jeunes.
Rubrique spécifique concernant l'engagement.

LES SITES PAR THÉMATIQUES

Les sites Internet qui proposent une information utile aux porteurs de projets sont très nombreux. Loin d'être exhaustive, la liste ci-dessous ne répertorie que les plus généralistes dans les domaines cités. En fonction de la nature de votre projet vous pourrez obtenir d'autres contacts auprès des correspondants ou des Points d'appui Envie d'agir.

CRÉATION D'ACTIVITÉS **Accompagnement et financement**

www.apce.com

Information, conseils et formation pour tous les créateurs ou repreneurs d'entreprises.

entreprises.gouv.fr

Site gouvernemental sur les entreprises.

www.cjd.net

Site ressource des jeunes dirigeants d'entreprise.

www.oseo.fr

Fiches pratiques, annuaire de contacts locaux, service de renseignements en ligne.

www.artisanatpourentreprendre.fr

www.boutiques-de-gestion.com

Réseau de conseillers. Accompagnement, formations, aide à la recherche de financement.

www.adie.org

Accompagnement et micro-crédit pour les personnes exclues du système bancaire classique.

www.france-initiative.fr

Mobilisation de fonds, sous forme de prêt d'honneur, accompagnement en amont et suivi après création.

www.franceactive.org

Fonds Territoriaux pour l'insertion par l'économie pour un accès au crédit, une expertise et un soutien financier.

www.entreprendre-en-france.fr

Informations et conseils sur la création, les formalités des entreprises, la transmission et la reprise.

www.aides-entreprises.fr

Portail d'information sur l'ensemble des aides aux entreprises.

www.lanef.com

Société coopérative de finance solidaire.

www.cigales.asso.fr

Clubs d'investisseurs locaux au service du développement d'entreprises solidaires.

www.sinvestir.org

Collectif national de promotion d'initiatives autour de l'économie solidaire.

www.franceangels.org

Informations sur le réseau des business angels.

www.ashoka.asso.fr

Apport de capitaux, de compétences et de réseaux pour des projets sociaux et environnementaux innovants.

CRÉATION D'ACTIVITÉS **Réglementation et fiscalité**

www.infogreff.fr

Information légale sur les entreprises, guide des formalités, formulaires en ligne.

www.urssaf.fr

Espace créateurs d'entreprise avec législation, dossiers réglementaires.

www.net-entreprises.fr

Site officiel des déclarations sociales.

www.netpme.fr/vie-juridique

Fiches conseils, modèles de contrats, outils pratiques.

www.le-rsi.fr

Informations sur le régime social des indépendants et rubrique "objectif entreprise".

www.scic.coop/

LES SITES PAR THÉMATIQUES

SPORT

www.infosport.org

Centre de ressources sur le sport. Informations sur le fonctionnement et la réglementation des clubs sportifs.

AIDE AU PROJET

www.projaide.asso.fr

Mutualisation d'informations pour les accompagnateurs, conseils pour les jeunes et répertoire exhaustif des sources de financement.

ENVIRONNEMENT

www.fne.asso.fr

Toute l'information sur les associations de protection de la nature et de l'environnement, nombreux liens utiles.

www.ecole-et-nature.org

Site ressource pour les acteurs de l'éducation à l'environnement. Outils et publications thématiques.

ASSOCIATIONS

www.associations.gouv.fr

Politique associative de l'Etat, informations générales et guides pratiques.

www.associationmodeemploi.fr

Site des bénévoles et salariés du secteur associatif. Services en ligne, base documentaire, publications.

www.guidon.asso.fr

Publication d'un guide pratique pour aider à la création et à la gestion des associations "loi 1901".

www.juris-associations.com

Toute l'actualité juridique des associations.

Brochure, formations et service de réponse en ligne.

www.juniorassociation.org

Informations pratiques pour jeunes mineurs souhaitant se regrouper et fonctionner telle une association loi 1901.

BENEVOLAT ET VOLONTARIAT

www.benevolat.org

Traite des thèmes généraux et des problèmes se posant aux bénévoles et aux associations.

www.espacebenevolat.org

Aide tous ceux qui cherchent à faire du bénévolat à trouver une association qui leur convienne.

www.servicecivilvolontaire.fr

Informations sur le service civil volontaire, témoignages, mise en relation avec des lieux de mission.

CULTURE

www.passeursdeculture.fr

Accompagnement des pratiques artistiques et culturelles réseau d'échange d'expériences.

www.villette.com/fr/parc-villette-ressources/guide-pratique/

Le guide de financement des projets culturels. Principalement centré sur l'Île de France, il présente cependant de nombreux dispositifs nationaux.

www.culture-proximite.org

Réalisation d'études, accompagnement à la création pour les initiatives culturelles de proximité.

www.irma.asso.fr

Centre d'information et de ressources pour les musiques actuelles.

www.cnd.fr

Site ressource pour l'accès à la culture chorégraphique, la création et diffusion.

www.cnac.fr

Centre de ressources et de formation sur les Arts du Cirque.

www.cnt.asso.fr

Centre d'information et de documentation sur le théâtre. Aide à la création.

LES SITES PAR THÉMATIQUES

www.sacem.fr

Infos sur le droit de diffusion et de reproduction de la musique.

www.agessa.org

Infos et docs en téléchargement pour la gestion de la sécurité sociale des auteurs.

www.inpes.sante.fr

Toute l'information utile pour la prévention et l'éducation à la santé.

www.drogue.gouv.fr

Dossiers et ressources pour la mise en place d'actions de prévention.

www.tabac-info-service.fr

Outils en téléchargement pour la prévention et l'éducation anti-tabac.

www.lecrisps-idf.net

Ressources et information sur le VIH/sida. Brochures et plaquettes en ligne.

EUROPE

europa.eu/youth/index.cfm?l_id=fr

Toute l'information utile sur l'Europe pour les jeunes. Rubriques "citoyenneté active" et "monter un projet".

www.touteleurope.fr/

Portail français d'information sur les questions européennes.

www.injep.fr/rubrique.php3?id_rubrique=22

Agence française pour le Programme Européen Jeunesse en Action. Aide à la réalisation de projets individuels et collectifs.

CITOYENNETÉ

www.place-publique.fr

Site ressource pour les initiatives citoyennes, la réflexion et le débat public. Base de données, espaces thématiques.

www.vie-publique.fr

Actualité, repères et ressources sur la vie publique.

www.cidem.org

Collectif d'associations pour l'éducation à la citoyenneté et la participation à la vie démocratique.

SOLIDARITÉ INTERNATIONALE

www.ritimo.org

Site portail sur la solidarité internationale et le développement. Notamment la rubrique « pistes pour agir et s'engager ».

www.diplomatie.gouv.fr/fr/actions-france-830/ong-organisations-non-gouvernementales-1052/les-jeunes-solidarite-internationale-3960/rapprocher-les-jeunes-du-nord-du-sud-4080/index.html

Information sur les dispositifs VVV-SI et JSI, avec une note technique intéressante.

1er programme national

**de soutien à l'engagement
et à l'initiative des jeunes**

**Vous avez entre
11 et 30 ans ?**

**Un projet qui vous
tient à cœur ?**

**Envie d'agir vous aide
à le réaliser !**



Pour en savoir plus : www.enviedagir.fr



www.jeunesse-vie-associative.gouv.fr