

# LES OUTILS POUR AIDER A LA REDACTION ET L'EVALUATION DES PROGRAMMES

## Canevas de rédaction pour les demandes supérieures à 7.500 €

Il est recommandé de se limiter au nombre de pages indiqué, et de présenter de façon synthétique toutes les informations permettant aux commissions de se prononcer. Des informations complémentaires peuvent être fournies sous forme d'annexes, mais la fourniture d'une annexe ne peut justifier l'absence de réponse à une rubrique du canevas.

### A. IDENTIFICATION

#### 1. Promoteur (une page maximum)

*Ces éléments ont pour but d'identifier le promoteur et d'estimer s'il offre des garanties jugées suffisantes en termes de crédibilité (compétence, expérience et capacité technique générale de l'organisation). L'absence d'expérience spécifique en promotion de la santé n'est pas un critère d'exclusion. C'est la capacité à réaliser le programme proposé qui est estimée.*

- 1.1. Nom de l'organisme, adresse, téléphone, télécopieur, courrier, compte bancaire (s'il s'agit de la première demande de subvention ou si les données précitées ont été modifiées depuis la dernière demande de subvention, joindre un bulletin de virement ou une attestation de la banque reprenant les coordonnées exactes et actualisées du titulaire du compte bancaire).
- 1.2. Nom du responsable de l'organisme.
- 1.3. Nom du responsable du programme.
- 1.4. Statut juridique (s'il s'agit d'une personne morale privée, joindre une copie des statuts en annexe lors de la première demande).
- 1.5. S'il y a lieu, expériences, activités et formations antérieures en promotion de la santé de l'équipe attachée au projet (complément d'informations en annexe).

#### 2. Présentation générale du projet (une page maximum)

*Cette présentation générale met en évidence les principales caractéristiques du projet. Elle permet aux lecteurs une première approche des cinq critères de sélection : la priorité de la situation et du public, la pertinence des objectifs et de la stratégie, la cohérence entre le problème, les objectifs et la stratégie, la crédibilité du projet et la plus-value.*

- 2.1. Comment l'idée du projet est-elle née (une demande, une intuition, un intérêt, le constat d'un problème ou d'un besoin) ?
- 2.2. A quelle problématique voulez-vous répondre par votre action ou votre recherche (problème à résoudre, besoin à satisfaire) ? Pour quel public ?
- 2.3. Qu'espérez-vous comme changement au terme du projet (votre objectif principal ou votre hypothèse principale) ?
- 2.4. Que voulez-vous mettre en place comme processus pour réaliser cet objectif (votre stratégie d'action ou votre méthodologie de recherche) ?
- 2.5. Quels sont vos atouts pour réaliser ce projet (expérience, compétence, infrastructure...) ?
- 2.6. Quels sont vos contraintes pour réaliser ce projet ?
- 2.7. En quoi votre projet est-il innovant ? S'il ne l'est pas, en quoi est-il différent ou complémentaire de programmes, recherches ou services existants ?

*La présentation du programme se fait en sept points : analyse de la problématique et du public, description des objectifs, analyse de la stratégie, des méthodes et des ressources, description du plan d'activité, description du projet d'évaluation, description du projet de diffusion et budget. Nous avons choisi cette succession pour mettre en évidence le rapport étroit qui doit être établi entre les différentes parties d'un programme : les objectifs sont justifiés par l'analyse de la problématique et du public ; le plan d'action est justifié par l'analyse de la stratégie, des méthodes et des ressources ; le projet d'évaluation permettra de justifier plus tard les objectifs et le plan d'action. La cohérence (lien) et la pertinence (bien-fondé) sont des indicateurs essentiels de la qualité d'un programme. L'ordre de rédaction de ces rubriques reste cependant une indication. Il peut varier d'un programme à l'autre. Toutefois, la rédaction doit rester claire et structurée. Des allers-retours sont d'ailleurs indispensables lors de la conception.*

## 1. Analyse de la problématique et du public

---

### 1.1. Analyse de la problématique (deux pages maximum)

*Le problème à résoudre (problématique) peut être très variable : réponse à des aspirations ou à des demandes, problème de santé ou de qualité de vie, problème individuel, collectif ou structurel (qualité d'un service par exemple), problème d'action ou de recherche. Cependant, si la problématique ne doit pas concerner directement la santé, il convient d'établir un lien avec celle-ci. Cette analyse peut s'appuyer sur la demande d'un public, sur votre expérience et/ou sur les données de la littérature. Il pourra s'agir de données épidémiologiques, d'une enquête auprès de votre public, d'un audit de service, d'une revue de la littérature scientifique ou même de recommandations internationales.*

*L'important est de fournir les éléments permettant de convaincre de la priorité du problème, pas de faire une revue exhaustive de la littérature scientifique, mais pas non plus de faire seulement état de votre expérience. Le programme quinquennal de la Communauté française propose des problématiques prioritaires, mais non limitatives.*

- 1.1.1. *Quelle serait l'origine du problème ? Quelle serait son ampleur ? Comment pourrait-il évoluer ? Pourquoi serait-il important de le résoudre (raisons éthiques, sociales, économiques, sanitaires, éducatives,...) ?*
- 1.1.2. *Quels seraient les différents facteurs qui influencent (expliquent) ce problème (facteurs sociaux, économiques, biologiques, environnementaux, comportementaux,...) ? Sur quels facteurs serait-il possible d'agir ?*

### 1.2. Analyse du public et de sa demande (une page maximum)

*Dans l'analyse globale d'une situation, la problématique, le public, mais aussi les stratégies possibles et les ressources disponibles, sont interdépendants. Une analyse particulière du public est cependant souhaitable. Dans une perspective de promotion de la santé, il doit être considéré comme l'acteur du programme plus que son objet. Le public analysé est fonction du problème à résoudre. Il s'agit de définir le public concerné par la problématique identifiée et le public visé par le programme. Ce dernier peut être plus restreint (programme-pilote) ou même différent (publics-relais). Il y a alors souvent plusieurs niveaux de public à atteindre.*

*Les critères retenus sont l'importance du public au regard des priorités de la Communauté française, la pertinence du choix de ce public en fonction du problème abordé et l'existence d'une demande préalable ou potentielle du public.*

- 1.2.1. *Que sait-on des publics concernés par la problématique et par le programme (nombre, localisation, caractéristiques sociales, économiques, culturelles,...) ?*

- 1.2.2. Quelles sont leurs demandes et/ou leurs représentations (connaissances, attitudes) du problème et des solutions ?

## 2. Description des objectifs (une page maximum)

---

*L'évaluation de la problématique et des publics conduit à choisir et à formuler des objectifs, c'est-à-dire à décrire les changements attendus grâce au programme qui sera mis en place. Ces changements ne sont pas les activités, mais les effets attendus de ces activités sur un public déterminé. Les critères retenus sont la priorité (l'intérêt) et la pertinence des objectifs (ou hypothèses) par rapport à la problématique.*

*Les objectifs restent pourtant souvent fort vagues. Un moyen de les préciser est de décrire les effets attendus au moyen d'indicateurs observables et mesurables et de se fixer un niveau de réussite. Les indicateurs et les critères seront les éléments de base du futur projet d'évaluation. La pertinence des indicateurs et critères par rapport aux objectifs (spécificité, sensibilité) sont examinés par la Commission d'avis.*

- 2.1. Quels sont les changements que vous attendez, dans quel délai, et pour quel public (au niveau de la santé, de la législation, du milieu de vie, des comportements, de l'autonomie, de la participation, des connaissances,...) ? Ou quelles sont vos hypothèses de recherche ?
- 2.2. Comment observerez-vous et, si possible, mesurerez-vous ces changements (vos indicateurs) ? Quels sont vos critères de réussite pour chacun de ces indicateurs ?

## 3. Analyse et propositions de stratégies, de méthodes et de ressources

---

*L'analyse d'une situation comporte l'analyse des stratégies, méthodes, ressources humaines, matérielles et financières nécessaires pour résoudre le problème identifié. Idéalement, toutes les possibilités peuvent être explorées. L'important est de bien argumenter le choix que vous avez réalisé pour convaincre.*

### 3.1. Analyse et propositions de stratégies et de méthodes (une page maximum)

*La nature de la stratégie (le processus mis en œuvre) et sa pertinence sont appréciées. S'agit-il d'une stratégie de promotion de la santé ? Le programme quinquennal retient les stratégies prioritaires de la charte d'Ottawa : la participation communautaire, l'action sur le milieu de vie, le développement des aptitudes individuelles et sociales, la réorientation des services, la concertation et l'action intersectorielle, l'information et la formation continue. Cette stratégie est-elle en adéquation avec le problème à résoudre ? A-t-elle déjà fait ses preuves en termes d'efficacité, de coût et d'acceptabilité ?*

- 3.1.1. Dans la situation analysée, quelles sont les stratégies et méthodes d'action ou de recherche que vous avez choisies ?
- 3.1.2. Quelle est leur pertinence (efficacité, coût, acceptabilité) ? Ont-elles déjà été utilisées et avec quels résultats ?

### 3.2. Analyse des ressources disponibles (une page maximum)

*Avant de définir un plan d'action, il est nécessaire d'explorer les ressources existantes. Cette analyse va permettre de faire des choix et/ou de déterminer ce qu'il faudra créer.*

*Les critères retenus sont la variété et la pertinence des ressources.*

- 3.2.1. Quelles sont les ressources humaines, matérielles (documents, équipement), financières qui seraient disponibles (analyse du partenariat, inventaire des outils existants, analyse de ressources financières complémentaires,...) ?

#### 4. Description des activités (deux pages maximum) \_\_\_\_\_

*L'analyse des stratégies, méthodes et ressources conduit à décrire le plan d'action ou de recherche.*

*L'appréciation porte surtout sur la faisabilité du programme. Les critères sont la cohérence et la pertinence des activités en regard des objectifs fixés et de l'analyse de la stratégie, des méthodes et des ressources. Divers critères sont utilisés comme la qualification du personnel, l'adéquation de la planification temporelle,... La présence d'un partenariat et la participation du public sont aussi des critères importants pour un programme de promotion de la santé. Ils interviennent également dans un programme de recherche ou de médecine préventive.*

4.1. Qu'allez-vous mettre en place concrètement comme activités pour atteindre vos objectifs (ou vérifier vos hypothèses) ? Quel est votre plan d'action ou de recherche ?

*Décrivez chaque activité avec autant de précision que possible.*

*Par exemple, qui (avec quelle compétence) va faire quoi, pour qui, avec qui, quand, pendant combien de temps, comment, de quelle manière et avec quelles ressources ?*

*S'il y a lieu, précisez le partenariat prévu (si possible en joignant en annexe une déclaration d'intention des partenaires) et les modes de participation.*

#### 5. Description de l'évaluation (deux pages maximum) \_\_\_\_\_

*L'évaluation du programme d'action ou de recherche est une obligation. Même si elle est exclusivement réalisée par le promoteur, elle doit être décrite.*

*Le projet d'évaluation est la description des objectifs fixés à l'évaluation et des moyens qui seront mis en œuvre pour apprécier le déroulement du projet et sa réussite.*

*Le Conseil apprécie la pertinence et la faisabilité de l'évaluation. Il apprécie également son utilisation. L'évaluation peut être utile aux bénéficiaires du programme, aux acteurs et au pouvoir subsidiant. L'évaluation permet de mieux connaître l'action, de juger de la qualité du programme (déroulement et effets) et de prendre des décisions sur son utilisation ultérieure (renouvellement, prolongement, diffusion).*

5.1. A quoi et à qui servira l'évaluation (habitants, relais de proximité, experts, institutionnels) ?

5.2. Comment allez-vous savoir que votre programme se déroule selon votre plan (évaluation du processus) ?

Quels seront les objets de l'évaluation, les méthodes, les outils de recueil et d'analyse de l'information ?

Qui va évaluer, avec quelles ressources (compétences, temps, budget) ?

5.3. Comment allez-vous savoir que vos objectifs sont atteints ou que vous avez obtenu des effets non prévus (évaluation des effets attendus et non attendus) et les raisons de la réussite ou de l'échec ? Quels seront les objets de l'évaluation, les méthodes, les outils de recueil et d'analyse de l'information ? Qui va évaluer, avec quelles ressources (compétences, temps, budget) ?

#### 6. Description de la diffusion (une page maximum) \_\_\_\_\_

*La diffusion du programme fait partie du plan d'activité. Elle est mise en évidence ici pour attirer l'attention du promoteur sur l'importance accordée à cet aspect par la Commission d'avis. L'argent public investi dans un programme doit pouvoir bénéficier à l'ensemble des acteurs de la promotion de la santé et à travers eux à l'ensemble de la population.*

*Le Conseil est attentif à la plus value du programme pour la population et pour les acteurs de la promotion de la santé (information et généralisation). La pérennité d'un programme (son intégration dans les structures et services existants) peut, dans certains cas, constituer un critère important.*

- 6.1. Comment allez-vous faire connaître les résultats de votre programme d'action ou de recherche (information) ?
- 6.2. Comment allez-vous, au besoin, assurer la viabilité du programme après le financement ?
- 6.3. Comment allez-vous favoriser son utilisation par d'autres (généralisation) ?

## 7. Budget prévisionnel (une page maximum)

---

*Le promoteur doit présenter un budget prévisionnel, préciser les moyens disponibles et ceux qu'il faudra mettre en œuvre. Le budget présenté doit être en équilibre, la subvention demandée à la Communauté française figurant parmi les recettes.*

*Il est indispensable que le budget reflète les activités qui sont proposées.*

*Appréciation de la pertinence du budget, c'est-à-dire le bien-fondé de celui-ci en fonction des différents éléments du programme : la priorité, les objectifs proposés, les activités envisagées.*

*Le rapport entre les avantages escomptés et la subvention demandée est aussi examiné.*

*Les contributions financières complémentaires doivent apparaître clairement dans le budget. A titre d'exemple, les postes suivants devraient figurer :*

### 7.1. Frais de personnel (globaux et par activité) :

Personnel salarié ou expert (y compris frais de déplacement)

### 7.2. Frais de fonctionnement : (globaux et par activité) :

- Frais généraux : frais administratifs, frais d'exploitation, aide technique.
- Frais de documentation.
- Frais de production de documents et d'outils.
- Frais de formation et colloques.

### 7.3. Recettes et/ou autres financements (globaux et par activité).

## Canevas de rédaction pour les demandes inférieures ou égales à 7.500 €

Ce canevas réduit répond aux exigences de la réglementation. Il comporte deux parties. La première est un descriptif rapide du promoteur. La seconde est une présentation générale du projet pour permettre aux lecteurs de situer rapidement les principaux éléments du dossier. La réduction porte essentiellement sur l'ampleur de l'analyse de la problématique, du public, des stratégies, méthodes et ressources. Il est recommandé de se limiter au nombre de pages indiqué, et de présenter de façon synthétique toutes les informations permettant aux commissions de se prononcer. Des informations complémentaires peuvent être fournies sous forme d'annexes, mais la fourniture d'une annexe ne peut justifier l'absence de réponse à une rubrique du canevas.

### 1. Identification du promoteur (une page maximum) \_\_\_\_\_

*Ces éléments ont pour but d'identifier le promoteur et d'estimer s'il offre des garanties jugées suffisantes en termes de crédibilité (compétence, expérience et capacité technique générale de l'organisation). L'absence d'expérience spécifique en promotion de la santé n'est pas un critère d'exclusion, c'est la capacité à réaliser le programme proposé qui est estimée.*

- 1.1. Nom de l'organisme, adresse, téléphone, télécopieur, courriel, compte bancaire.
- 1.2. Nom du responsable de l'organisme.
- 1.3. Nom du responsable du programme.
- 1.4. Statut juridique (s'il s'agit d'une personne morale privée, joindre une copie des statuts en annexe lors de la première demande).
- 1.5. Quels sont vos atouts pour réaliser ce projet (expérience, compétence, infrastructure...) ?

### 2. Présentation générale du projet (trois pages maximum) \_\_\_\_\_

*Cette présentation générale met en évidence les principales caractéristiques du projet. Elle permet aux lecteurs une approche des cinq critères de sélection : la priorité de la situation et du public, la pertinence des objectifs et de la stratégie, la cohérence entre le problème, les objectifs et la stratégie, la crédibilité du projet et la plus value.*

- 2.1. Comment l'idée du projet est-elle née ? A quoi et à qui doit servir le projet d'action (problème à résoudre, besoin à satisfaire) ? Faites référence au Programme quinquennal et au Plan annuel.
- 2.2. Qu'espérez-vous comme changement au terme du projet ? Formulez vos objectifs.
- 2.3. Que voulez-vous mettre en place comme processus pour réaliser ces objectifs ? Précisez votre stratégie d'action en situant son intérêt vis-à-vis des stratégies de promotion de la santé. Précisez aussi si votre projet est différent ou complémentaire de programme, ou services existants.
- 2.4. Quel est votre plan d'action ? Décrivez le déroulement du projet et les ressources nécessaires.
- 2.5. Comment allez-vous rendre compte du déroulement et des résultats du projet ? Décrivez l'évaluation.
- 2.6. Comment allez-vous faire connaître les résultats de votre projet et favoriser son utilisation par d'autres ?
- 2.7. Quel est le budget du projet ? Distinguez bien, parmi les recettes, les ressources propres, les ressources extérieures et la subvention demandée.