La méthodologie de projet : le B.A.BA

Documentation	Se renseigner sur ce qui existe déjà, ailleurs	◊
	Recueillir des informations (presse, études,...)	◊
	Voir si le projet est réalisable, trouver des nouvelles idées, repérer les difficultés	◊

Diagnostic	Analyser les données sur l'environnement dans lequel le projet peut se monter	◊
	Rencontrer des personnes pouvant donner leurs point de vue	◊
	Faire parler les chiffres	◊
	Vérifier si mon projet répond à une demande ou un besoin	◊
	Mettre en lumière les points forts	◊
	Vérifier si le projet est réalisable, ou s'il mérite d'être éventuellement modifié par rapport au territoire, au public, au calendrier.	◊
	Identifier les acteurs en présence et leurs relations	◊
	Déterminer le nombre de personnes à qui cela s'adresse ? A Quelle tranche d âge ? Les dates, le lieu ? Comment va s'appeler votre projet ? Durée ?	◊

Objectifs	Quels sont les intentions ? A quoi ça sert ?	◊
	Préciser ce qui me motive	◊
	Donner un cadre et fixer les limites de mon projet	◊
	Susciter l'intérêt et l'adhésion d'autres acteurs au projet	◊
	Un objectif commence par un verbe	◊

Partenaires	Leur présenter les objectifs du projet , s'assurer qu'ils sont partagés , et que l'intérêt pour le projet est commun	◊
	Définir ce sur quoi chacun peut s' engager sur le plan financier, matériel, humain…	◊
	L'union fait la force	◊
	Impliquer d'autres acteurs dans la mise en œuvre du projet	◊
	Augmenter l'audience du projet	◊
	Repérer des financements que je pourrais demander	◊
	Éventuellement, trouver une structure porteuse du projet	◊
	Dans quel cadre l'action s'insère t-elle ?	◊

Organiser les taches à accomplir	Définir, pour chacune des étapes :	◊
	Qui fait quoi ?	◊
	Quand ?	◊
	Échéancier, tableau de bord	◊
	Qui écrit ?	◊
	Intégrons nous la démarche écologique dans notre manifestation ?	◊

Moyens	humains, matériels et financiers	◊
	Ce que j'ai	◊
	Ce que je peux mobiliser auprès de mes partenaires	◊
	Ce que je dois trouver par ailleurs	◊

Communication	Faire connaître et mettre en valeur le sens du projet	◊
	Faire adhérer les gens à mon action	◊
	Mettre en valeur le projet , la structure porteuse, mais aussi les partenaires qui y ont contribué	◊
	Quel est Le message	◊
	Pour quel public ?	◊
	les outils : réseau social, presse, affiche	◊
	Quelques contacts sur le plan local et départemental	◊

Budget	Combien ça va coûter ?	◊
	Qui va payer ?	◊
	Que mettre dans la colonne recettes et dans la colonne dépenses ?	◊

Évaluer	Les critères de l'évaluation se déterminent avant la réalisation de l'action	◊
	Définir quelques indicateurs précis – quantitatifs et qualitatifs	◊
	Évaluation collective	◊