

Méthodologie

Concevoir et mettre en œuvre un projet professionnel

Le projet professionnel vous permet de prendre contact avec le milieu dans lequel vous vous destinez à travailler. S'il est bien mené, il peut être présenté lors d'un entretien d'embauche et constituer un bon moyen pour vous faire connaître dans un milieu professionnel.

Cette approche, encore ancrée dans le milieu universitaire, vous permet de modéliser un projet utile à la structure dans laquelle vous comptez le développer, de prendre en considération toutes les contraintes inhérentes à ce type de travail et d'adopter un recul critique par rapport à vos réalisations.

Le projet professionnel est un projet de médiation culturelle. Vous êtes à l'origine du projet culturel que vous destinez à un organisme, à un public.... Bref, vous avez une cible et c'est cette cible qui oriente la forme que prendra votre projet : par exemple montrer tel événement pour tel type de public, prévoir une visite, élaborer un itinéraire culturel (les façades, les maisons, les églises...) destiné à l'Office de tourisme. Les projets professionnels les plus fréquents sont les expositions et les itinéraires culturels.

Un projet professionnel se bâtit toujours autour des mêmes questionnements : la conception, la réalisation, le budget, la communication. Il répond en outre toujours à des questions simples : qui ? quoi ? pourquoi ? où ? comment ? combien ?

Qui est ou qui sont le (les) porteur(s) du projet ?

Quel est ce projet ?

Quel(s) est (sont) le (les) objectif(s) du projet ? Quelles sont les raisons de son existence ?

Où se déroule le projet ?

Comment souhaitez-vous le mettre en œuvre ?

Combien va-t-il coûter ?

Voici quelques étapes pour vous permettre de mener à bien votre projet professionnel.

1. QUEL PROJET ?

Il s'agit d'identifier le projet.

De quoi s'agit-il ? Que voulez-vous mettre en place ?

Il faut trouver son intitulé, le baptiser et le résumer dans un texte de 10 à 25 mots.

⇒ Le formuler par écrit très tôt permet de le clarifier, de l'affermir, de prendre de la distance.

2. POURQUOI CE PROJET ?

Il s'agit d'un travail de justification du projet ; il faut dire quel est son bien fondé.

Quelle est l'origine de ce projet, son point de départ ? Quelle est sa raison d'être ? Qu'est-ce qui le justifie ? Sur quel constat (enquête, étude, diagnostic...) vous appuyez-vous pour le mettre en place ? Au nom de quoi le mettez-vous en place ?

Répondre à ces questions permet de justifier le sérieux du projet.

⇒ C'est l'intérêt du projet qui est ici en jeu.

3. OBJECTIFS : quels sont les buts, les intentions du projet ?

Les objectifs déterminent de manière très concrète le cadre de l'action du projet.

Quels sont les publics concernés ?

Quelles sont les réalisations à mettre en place en fonction de ce public ? Ces réalisations nécessitent-elles une documentation, des lectures préalables de votre part ?

Comment concrètement mettre en place ces réalisations ?

Cette étape vous permet

- ⇒ de donner un cadre et de fixer les limites de votre projet
- ⇒ de clarifier les résultats que vous voulez atteindre
- ⇒ de définir les actions que vous devez mettre en œuvre pour aboutir aux résultats que vous vous êtes fixés
- ⇒ de susciter l'intérêt des éventuels partenaires de votre projet

4. DOCUMENTATION & DIAGNOSTIC : « le projet est-il réalisable ? »

Il s'agit de voir concrètement si des projets similaires existent ou ont existé, comment ils ont été accueillis.

Il faut donc recueillir des données (articles de presse, rapports d'activité, dossiers de presse...) et rencontrer les dirigeants des structures où vous souhaitez intervenir (maison des associations, services municipaux concernés...)

Vous devez ensuite analyser ces informations concernant l'environnement dans lequel votre projet peut se réaliser.

Cette étape vous permet :

- ⇒ de vérifier que votre projet répond à un besoin ou à une demande
- ⇒ de faire apparaître des difficultés auxquelles vous n'avez pas songé, mais aussi de mettre en lumière ses points forts
- ⇒ de rencontrer des partenaires susceptibles de vous aider dans la réalisation de votre projet
- ⇒ de formuler des hypothèses quant à la construction de votre projet

5. RESSOURCES : financement, moyens techniques et humains

Il s'agit de déterminer quels sont le budget (cibler des financeurs potentiels comme le conseil régional, des entreprises...), les moyens humains (des bénévoles, des intervenants, vous-mêmes...), le matériel (location de matériel, prêts par certaines structures...) nécessaires au projet. Quelles sont les contraintes budgétaires, juridiques, techniques de votre projet ?

Il s'agit de déterminer quel est le porteur du projet, c'est-à-dire quelle structure sera garante de votre projet et éventuellement porteuse des demandes de financements. Par exemple un service municipal ou une association peut être porteuse de votre projet ; en fonction des partenaires à qui vous vous adressez, votre projet aura un impact particulier en matière de publics visés.

Cette étape va vous permettre :

- ⇒ d'impliquer des partenaires dans votre projet
- ⇒ de déterminer ce que vous pouvez mobiliser chez vos partenaires et ce que vous devez trouver par ailleurs

6. CALENDRIER

Quelles sont les contraintes temporelles pour la réalisation du projet. Il est souvent nécessaire d'établir un calendrier (lancement, démarrage et déroulement du projet) : des moments de l'année sont plus propices que d'autres à la réalisation de certains projets.

Si vous réalisez un projet à plusieurs, il est important de lister les tâches que chacun accomplit.

Cette étape vous permet

- ⇒ de voir comment l'ensemble de projet s'inscrit dans un agenda culturel,
- ⇒ de vérifier la pertinence de chaque date butoir
- ⇒ de voir s'il faut tenir compte de la saisonnalité, de l'actualité
- ⇒ de savoir qui fait quoi

7. COMMUNICATION

Il s'agit de faire passer le message auprès des publics ciblés, grâce à des outils adaptés n'oubliant pas, bien sûr, de faire mention des partenaires du projet.

Il faut mettre en valeur le sens du projet et faire adhérer les gens à votre action. Il faut mobiliser leur intérêt dans l'espoir d'avoir des retombées.

Cela implique de déterminer quelles sont les informations les plus pertinentes à transmettre et de faire un travail de formulation précis et ciblé en fonction des destinataires (on ne s'adresse pas de la même façon au grand public qu'à des financeurs potentiels).

Le message doit donc être traité et adapté aux destinataires, mais également aux supports que vous utilisez (affichette, journal, communiqué de presse, dossier de presse, radio, télévision...)

8. EVALUATION, quel est le bilan de votre projet ?

Il est important de mesurer l'impact de votre projet dans une étape de bilan.

Votre projet a-t-il été mené à terme ? Quel a été l'impact de votre action ? Quelle a été son efficacité ? Pensez-vous qu'il a été bien mené ? Quelles sont les difficultés que vous avez rencontrées ? Les partenaires se sont-ils impliqués ? Avez-vous pu réunir les moyens dont vous aviez besoin ? Les délais et étapes ont-ils été respectés ? Est-il possible d'envisager des suites à votre projet ?

Si votre projet professionnel n'a pas été mené à terme, quelles en sont les raisons ?

Cette étape vous permet

- ⇒ de prendre du recul par rapport à votre projet, d'en évaluer le bien fondé, les difficultés de réalisation ou les heureuses réussites
- ⇒ de conclure la présentation de votre projet professionnel en dégagant une vision d'ensemble de votre parcours