

ÉTAPE 8

Partager les résultats de l'évaluation



La communication des résultats est une étape décisive pour déployer le plein potentiel d'une évaluation. Les résultats (voir la figure 8), constats, conclusions et recommandations doivent être partagés pour être utilisés (étape suivante).

Si la production d'un rapport est le moyen conventionnel pour partager les résultats de l'évaluation, une série d'autres moyens peuvent être privilégiés. Une bonne stratégie de partage de résultats d'évaluation commence ainsi : se poser les bonnes questions. Par exemple, quels résultats partager et dans quel but? À qui s'adressent les contenus? Quels moyens choisir pour atteindre les publics ciblés? À quel moment les partager?

Quoi partager et dans quel but?

Les résultats et les apprentissages à partager diffèrent selon les objectifs et les publics visés.

EXEMPLES

- Transmettre les leçons apprises à l'interne afin de mieux orienter la prise de décision.
- Valoriser les accomplissements auprès de la communauté pour lui démontrer l'utilité d'une action.
- Diffuser les accomplissements aux membres du regroupement pour renforcer leur mobilisation.
- Faire valoir les retombées de certaines actions auprès d'un bailleur de fonds potentiel.
- Montrer les succès à un partenaire potentiel pour l'inciter à se joindre à l'action ou au regroupement.
- Partager des apprentissages auprès d'un public externe qui mène des initiatives similaires.



Partager les leçons apprises des réussites et des difficultés rencontrées

Il peut être valorisant et stratégique de partager les succès qui sont documentés par l'évaluation. À l'inverse, partager des difficultés ou des échecs peut sembler risqué. Pourtant, la personne qui démontre efficacement quelles leçons se dégagent des insuccès fait preuve d'une réelle volonté organisationnelle d'apprendre et de s'améliorer, ce qui permet à d'autres d'éviter les mêmes écueils.

« Je ne perds jamais. Soit je gagne, soit j'apprends. » Nelson Mandela

Le public cible : à qui s'adressent les résultats?

Il faut maintenant identifier le public-cible qu'on vise pour le partage. Les publics cibles peuvent être très différents. Ils ont chacun leurs propres besoin d'information, degré de connaissance technique et sensibilité face à certains enjeux. Il est essentiel de prendre en compte ces facteurs lorsque sont communiqués des résultats d'évaluation. Voici quelques exemples de publics cibles pour un regroupement de partenaires :

Tableau 8 - Publics cibles potentiels pour partager des résultats d'évaluation

Interne	Externe
Comité de gestion du regroupement	Parents de la communauté
Porteurs de projet	Citoyens de la communauté
Intervenants	Décideurs, élus
Gestionnaires	Leaders communautaires
Autres employés des organisations partenaires	Bailleurs de fonds actuels et potentiels

Quels moyens utiliser pour partager les résultats?

Une fois le public cible déterminé, une variété de moyens peut être utilisée pour réussir le partage des résultats de l'évaluation. Par ailleurs, une combinaison de moyens de partage peut être choisie afin de mieux rejoindre ce public. Voici quelques exemples :

Tableau 9 – Moyens pour partager des résultats d'évaluation

Vidéo promotionnelle	Présentation lors d'un événement
Médias traditionnels (journaux locaux, radio locale, dépliants)	Affiche/Infographie
Site web	Fiche synthèse
Médias sociaux (Facebook, Twitter, LinkedIn, YouTube, etc.)	Atelier pour faciliter l'utilisation des résultats.
Rapport	Courriels de groupe



Le partage des réalisations n'a jamais été aussi facile depuis l'avènement des médias sociaux. Il peut être pertinent d'inviter les partenaires et collaborateurs d'un regroupement de partenaires à partager leurs réalisations sur les médias sociaux. Une petite vidéo bien montée, une infographie très

parlante ou un article synthétique peuvent être vus et partagés par un large public rapidement et valoriser massivement l'action d'un regroupement.

Enfin, pour chaque public cible, certains moyens de communication seront davantage appropriés.

- À l'externe : une courte capsule vidéo pourrait s'avérer bien plus efficace qu'un rapport d'évaluation pour mettre en valeur les accomplissements d'un regroupement de partenaires auprès d'une communauté de pratique dans un domaine particulier.
- À l'interne : un atelier de bilan des apprentissages pourrait s'avérer fort enrichissant pour les porteurs d'un projet collectif, mais il ne serait pas pertinent d'utiliser cette technique pour l'ensemble des citoyens d'une communauté.

Partager les résultats au moment où ils seront le plus utiles

Il est souvent opportun de communiquer les résultats de l'évaluation rapidement après qu'ils ont été produits pour éviter qu'ils perdent leur caractère actuel. Toutefois, leur communication peut parfois être reportée pour profiter d'une opportunité telle que la réunion d'un comité de gestion. Enfin, il faut s'assurer que la communication arrive à un moment stratégique chez son public cible pour favoriser l'utilisation et le réinvestissement des résultats.

Outils

OUTILS



L'équipe de valorisation d'Avenir d'enfants a produit quelques outils pratiques à cette étape.

- Fiche 1 : Viser le partage et l'appropriation des connaissances [TÉLÉCHARGER](#)
- Fiche 2 : Identifier les différents publics cibles [TÉLÉCHARGER](#)
- Fiche 4 : Stratégies (moyens) à déployer [TÉLÉCHARGER](#)

Pistes pour aller plus loin concernant la communication de résultats

CENTRE D'EXCELLENCE DE L'ONTARIO EN SANTÉ MENTALE DES ENFANTS ET DES ADOLESCENTS (2013). *Stratégies pour communiquer des résultats d'évaluation*.

http://www.excellencepourenfantsados.ca/sites/default/files/docs/webinars/_attach/strategies_pour_commiquer_des_resultats_devaluation_presentation_2013-05-07.pdf

Extrait de TORRES, R. T., H. PRESKILL et M. PIONTEK (1996). *Evaluation strategies for communicating and reporting: Enhancing learning in organizations*.

http://portal.unesco.org/en/files/24475/11054646591Communicating_/Communicating+



Cette œuvre est mise à disposition selon les termes de la Licence Creative Commons : Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale - Pas de Modification