



Pourquoi partager ses réalisations et ses apprentissages?

Janvier 2018



AVENIR D'ENFANTS
DES COMMUNAUTÉS ENGAGÉES

Table des matières

Introduction	2
À qui nous adressons-nous?	3
Public cible : Décideurs (élus, directions d'établissements, etc.)	3
Public cible : Partenaires existants	4
Public cible : Partenaires potentiels	5
Public cible : Acteurs nationaux de la petite enfance	5
Public cible : Instances régionales	6
Public cible : Gestionnaires dans un organisme ou une institution	6
Public cible : Milieu de la recherche	6
Public cible : Intervenants	7
Public cible : Parents	7
Public cible : Représentants des médias (journalistes, chercheurs, etc.)	8
Public cible : Grand public	8



Ce document est mis à disposition selon les termes de la Licence Creative Commons:
Mention de l'auteur - Adaptation autorisée - Pas d'utilisation commerciale - Partage sous les mêmes conditions

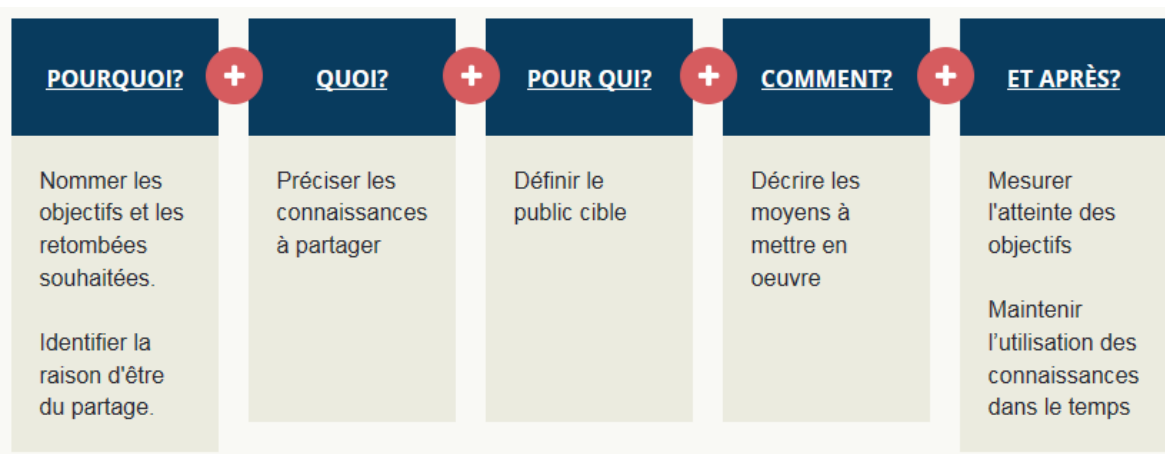
Introduction

L'outil *Pourquoi partager ses réalisations et ses apprentissages?* offre des éléments de contenus à prendre en considération dans l'élaboration d'une stratégie de partage et d'appropriation des connaissances. Présenté sous forme de tableau, il contient de l'information en fonction des objectifs poursuivis (Pourquoi?), des publics visés (Qui?), des effets attendus (Pour quelles retombées?) et des moyens à utiliser (Comment?). Il suffit de choisir la colonne correspondant à vos besoins.

De façon générale, les activités de partage et d'appropriation visent à :

- influencer les autres acteurs (positionner son expertise, son savoir-faire, ses réalisations, sa raison d'être, etc.)
- maximiser les retombées de nos actions (adhésion ou recherche de collaborateurs, durabilité des démarches entreprises, amélioration continue, etc.)
- inspirer les autres et s'inspirer soi-même (améliorer sa pratique, se comparer, offrir des pistes de solution, alimenter un réseau de connaissances, susciter l'engouement, etc.)

Pour guider la planification d'une stratégie en partage et appropriation, il existe **cinq questions incontournables** à se poser, et ce, quel que soit l'objectif poursuivi.



SOURCE : <http://www.agirtot.org/thematiques/partage-et-appropriation-des-connaissances/planifier-une-strategie-de-partage-et-d-appropriation-des-connaissances/>

NOTE : Cet outil est issu de l'expérience d'accompagnement des partenaires du projet collectif d'Avenir d'enfants en matière de partage et d'appropriation des savoirs. De plus, son contenu a été validé et bonifié par des partenaires d'Avenir d'enfants des paliers local et régional.

À qui nous adressons-nous?

Public cible : Décideurs (élus, directions d'établissements, etc.)

POURQUOI?	POUR QUELLES RETOMBÉES?	COMMENT?	EXEMPLES
Mettre en valeur sa contribution	<ul style="list-style-type: none"> · Se positionner comme acteur incontournable · Obtenir du soutien : financier, ressources humaines (RH), infrastructures 	<ul style="list-style-type: none"> · Élaborer une revue de presse · Chiffrer ses actions et les croiser avec d'autres données · Partager les résultats des évaluations · Utiliser la géomatique · Présenter les démarches et initiatives et leurs retombées 	<ul style="list-style-type: none"> · Synthèse des rapports annuels · Organisation d'activités de représentation
Faire valoir un enjeu	<ul style="list-style-type: none"> · Positionner la place de la petite enfance · Atténuer des obstacles existants ou anticipés · Développer des collaborations · Mettre en œuvre de nouveaux projets · Influencer lors du changement ou de la mise à jour de politiques 	<ul style="list-style-type: none"> · Partager les éléments des mises en contexte · Établir le lien entre les enjeux et la petite enfance · Démontrer le lien entre les enjeux et les domaines de compétence des décideurs · Proposer des pistes de solutions (actions réalisées, démarches en cours, expertise développée) · Contacter les attachés de presse · Développer des argumentaires 	<ul style="list-style-type: none"> · Revue de littérature
Pérenniser des actions, démarches, approches	<ul style="list-style-type: none"> · Institutionnaliser des approches * · Obtenir du soutien (financier, RH, infrastructures) 	<ul style="list-style-type: none"> · Démontrer les effets des actions et des démarches (évaluation) · Proposer un plan de développement des actions menées 	<ul style="list-style-type: none"> · Exploitation des résultats d'évaluation
Informier et sensibiliser	<ul style="list-style-type: none"> · Se positionner auprès des décideurs et dans l'agenda politique 	<ul style="list-style-type: none"> · Présenter les démarches, les initiatives ainsi que leurs retombées 	<ul style="list-style-type: none"> · Représentations individuelles

*Tom WOLFF, S'outiller pour la pérennité. [<https://www.myctb.org/wst/GCP/Shared%20Documents/2009-2017-français.pdf>]

Public cible : Partenaires existants

POURQUOI?	POUR QUELLES RETOMBÉES?	COMMENT?	EXEMPLES
Améliorer les pratiques existantes	<ul style="list-style-type: none"> • Optimiser l'utilisation des ressources • Contribuer à la résolution de problème • Renforcer l'expertise des partenaires 	<ul style="list-style-type: none"> • Contextualiser les pratiques • Mettre en lumière des conditions de succès • Partager les apprentissages (défis et succès) 	<ul style="list-style-type: none"> • Diffusion de ses réalisations et outils (formulaire en ligne sur agirtot.org) • Communautés de pratiques • Ateliers d'appropriation • Codéveloppement professionnel
Renforcer les liens existants	<ul style="list-style-type: none"> • Optimiser l'utilisation des ressources • Consolider les collaborations autour des actions 	<ul style="list-style-type: none"> • Dresser un portrait des collaborations existantes et potentielles • Reconnaître le rôle et la contribution des partenaires • Se réseauter 	<ul style="list-style-type: none"> • Codéveloppement professionnel • Forums régionaux • Événements des partenaires
Pérenniser des actions	<ul style="list-style-type: none"> • Optimiser l'utilisation des ressources • Favoriser l'appropriation de l'initiative par la collectivité 	<ul style="list-style-type: none"> • Démontrer les effets des actions et démarches (évaluation) • Réinvestir ses apprentissages 	<ul style="list-style-type: none"> • Élaboration d'un plan d'évaluation • Exploitation des résultats d'évaluation
Assurer le maintien de la collaboration entre partenaires	<ul style="list-style-type: none"> • Pérenniser les actions 	<ul style="list-style-type: none"> • Mettre en lumière les retombées de la concertation • Caractériser les retombées (avant/après) 	<ul style="list-style-type: none"> • Témoignage sur le chemin parcouru • Exploitation des résultats d'évaluation
Partager les apprentissages et conditions gagnantes liés à la mise en œuvre des actions	<ul style="list-style-type: none"> • Créer l'adhésion • Créer ou consolider un réseau • Contribuer à la résolution de problèmes (s'inspirer) • Inspirer d'autres acteurs • Ne pas répéter les erreurs • Améliorer ses pratiques et renforcer ses capacités 	<ul style="list-style-type: none"> • Présenter les apprentissages réalisés • Organiser des activités d'interaction 	<ul style="list-style-type: none"> • Récits de pratiques, témoignages des acteurs concernés • Ateliers de résolution de problèmes • Événements • Communautés de pratique • Diffusion de ses réalisations et outils (formulaire en ligne sur agirtot.org) • Groupe de codéveloppement

Public cible : Partenaires potentiels

POURQUOI?	POUR QUELLES RETOMBÉES?	COMMENT?	EXEMPLES
Faire connaître son initiative	<ul style="list-style-type: none"> · Inspirer les partenaires potentiels · Développer de nouveaux partenariats 	<ul style="list-style-type: none"> · Effectuer de la représentation · Participer à des rencontres de partenaires 	<ul style="list-style-type: none"> · Événements · Présentation de son initiative lors d'événements (présentation par affiche, atelier, kiosque) · Matériel promotionnel
Pérenniser les actions	<ul style="list-style-type: none"> · Contribuer à la résolution de problèmes communs (s'inspirer) · Élargir la concertation · Maximiser l'utilisation des ressources · Disposer d'un nouveau levier d'action · Miser sur la force du groupe 	<ul style="list-style-type: none"> · Mettre de l'avant les avantages pour le partenaire potentiel · Effectuer de la représentation 	

Public cible : Acteurs nationaux de la petite enfance

POURQUOI?	POUR QUELLES RETOMBÉES?	COMMENT?	EXEMPLES
Trouver des alliés	<ul style="list-style-type: none"> · Coordonner ses actions en fonction de l'actualité de son réseau · Élargir la concertation 	<ul style="list-style-type: none"> · Se réseauter 	<ul style="list-style-type: none"> · Forum Tous pour eux · Grande semaine des tout-petits (GSTP)
Pérenniser les actions	<ul style="list-style-type: none"> · Maximiser l'utilisation des ressources · Disposer d'un nouveau levier d'action · Miser sur la force du groupe 		

Public cible : Instances régionales

POURQUOI?	POUR QUELLES RETOMBÉES?	COMMENT?	EXEMPLES
Obtenir du soutien (politique, matériel, financier, humain, etc.)	<ul style="list-style-type: none"> Exercer un pouvoir d'action sur un enjeu transversal (régional ou local) 	<ul style="list-style-type: none"> Dresser le portrait des enjeux Faire valoir les retombées positives pour le régional Faire valoir une préoccupation commune 	

Public cible : Gestionnaires dans un organisme ou une institution

POURQUOI?	POUR QUELLES RETOMBÉES?	COMMENT?	EXEMPLES
Pérenniser des actions, démarches, approches	<ul style="list-style-type: none"> Institutionnaliser des approches* Se positionner comme acteur incontournable 	<ul style="list-style-type: none"> Démontrer le lien entre les enjeux et les domaines de compétence des décideurs 	
Sensibiliser aux réalités et aux enjeux du milieu	<ul style="list-style-type: none"> Légitimer les démarches 	<ul style="list-style-type: none"> Proposer des pistes de solution (actions réalisées, démarches en cours, expertise développée) 	
Maintenir des acquis		<ul style="list-style-type: none"> Libérer des ressources pour participer à la concertation, aux actions, à la démarche 	

* Tom WOLFF, S'outiller pour la pérennité. [<https://www.myctb.org/wst/GCP/Shared%20Documents/2009-2017-français.pdf>]

Public cible : Milieu de la recherche

POURQUOI?	POUR QUELLES RETOMBÉES?	COMMENT?	EXEMPLES
Développer des collaborations pour bénéficier d'une expertise	<ul style="list-style-type: none"> Baser son action sur des données probantes Développer des cadres de référence Documenter les actions, les conditions gagnantes et les apprentissages Évaluer ses actions pour procéder à des ajustements éventuels 	<ul style="list-style-type: none"> Siéger à des comités de recherche Cibler les groupes de recherche dans les universités voisines 	

Public cible : Intervenants

POURQUOI?	POUR QUELLES RETOMBÉES?	COMMENT?	EXEMPLES
Faciliter l'appropriation d'une démarche ou initiative	<ul style="list-style-type: none"> Enrichir ou changer des pratiques 	<ul style="list-style-type: none"> Organiser des calendriers et des outils pour faciliter l'appropriation 	<ul style="list-style-type: none"> Atelier d'appropriation Forum Outils de communication existants

Public cible : Parents

POURQUOI?	POUR QUELLES RETOMBÉES?	COMMENT?	EXEMPLES
Inciter la participation active des parents	<ul style="list-style-type: none"> Positionner la petite enfance et le rôle du parent citoyen (localement) 	<ul style="list-style-type: none"> Cibler les avantages de l'implication des parents 	<ul style="list-style-type: none"> Voix des parents Journaux locaux
Faire connaître les services offerts	<ul style="list-style-type: none"> Influencer des politiques Améliorer la qualité de vie du milieu 	<ul style="list-style-type: none"> Favoriser le pouvoir d'agir, l'empowerment Adapter l'information pour la diffuser 	<ul style="list-style-type: none"> Documents d'information Rencontres d'information
Enrichir les pratiques du point de vue des parents	<ul style="list-style-type: none"> Changer des pratiques organisationnelles et partenariales 	<ul style="list-style-type: none"> Impliquer les parents dans les différentes sphères décisionnelles 	<ul style="list-style-type: none"> Comités de parents Rencontres de parents
Se doter d'orientations et de projets adaptés aux besoins des familles	<ul style="list-style-type: none"> Faire connaître les services existants Mobiliser les parents 	<ul style="list-style-type: none"> Consulter les parents 	

Public cible : Représentants des médias (journalistes, recherchistes, etc.)

POURQUOI?	POUR QUELLES RETOMBÉES?	COMMENT?	EXEMPLES
<p>Rayonner plus largement</p> <p>Faire connaître les services offerts</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Positionner la petite enfance • Occuper l'espace public 	<ul style="list-style-type: none"> • Développer des stratégies de relations publiques • Émettre des communiqués de presse • Inviter des médias à des événements • Contacter les médias locaux (hebdomadaires, radios, télé...) 	<ul style="list-style-type: none"> • Participer à la GSTP et communiquer de l'information sur ses actions

Public cible : Grand public

POURQUOI?	POUR QUELLES RETOMBÉES?	COMMENT?	EXEMPLES
<p>Occuper l'espace public</p> <p>Faire connaître la mobilisation</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Faire de la petite enfance un objet d'attention et un enjeu pour l'opinion publique • Positionner la petite enfance 	<ul style="list-style-type: none"> • Démontrer l'importance de s'intéresser à la petite enfance • Présenter des actions concrètes /en faire parler 	<ul style="list-style-type: none"> • Journaux locaux (article sur un événement, une action, une initiative, annonce d'un événement...)