



Exemple d'outil d'identification des ressources et des besoins

Les informations figurant dans cet exemple de tableau concernent un pays fictif. Cet exemple vise à présenter ce tableau une fois rempli.

	Avantages	Défis	Étapes suivantes
Ressources humaines	<ul style="list-style-type: none"> Plusieurs membres du personnel qualifiés et dévoués, ayant une expérience du plaidoyer 	<ul style="list-style-type: none"> Manque de personnel pour gérer les tâches régulières de gestion de projets 	<ul style="list-style-type: none"> Planifiez des projets impliquant peu de tâches administratives pour vous assurer que le personnel dispose de suffisamment de temps pour remplir ses autres obligations
Ressources financières	<ul style="list-style-type: none"> Le Programme national de lutte contre le paludisme soutient la campagne grâce à une subvention initiale de 50 000 dollars US 	<ul style="list-style-type: none"> La campagne ne dispose pas de ressources suffisantes pour assurer une sensibilisation à la marque et mener les activités de sensibilisation 	<ul style="list-style-type: none"> Proposez aux partenaires du secteur privé d'associer leur marque au marketing
Partenaires	<ul style="list-style-type: none"> Une grande entreprise de télécommunications a accepté de s'associer à une campagne pour le changement de comportement social 	<ul style="list-style-type: none"> Manque de partenaires au sein du ministère de la Santé pour défendre la cause 	<ul style="list-style-type: none"> Organisez une séance de sensibilisation pour le personnel du ministère de la Santé, afin de communiquer les messages sur le paludisme et de générer un soutien pour la campagne
Relations	<ul style="list-style-type: none"> Nombreux contacts au sein du ministère des Finances 	<ul style="list-style-type: none"> Aucun contact au parlement 	<ul style="list-style-type: none"> Demandez à un collègue du ministère des Finances de mentionner la campagne aux parlementaires lors de leur prochaine réunion. Demandez aux partisans de la campagne de se présenter aux parlementaires lors d'événements informels.
Réputation	<ul style="list-style-type: none"> De nombreux membres du gouvernement ont entendu parler de la campagne par l'intermédiaire de l'Union africaine 	<ul style="list-style-type: none"> Très peu de personnes dans le milieu des affaires ou dans la population en général ont entendu parler de la campagne. 	<ul style="list-style-type: none"> Utilisez des panneaux d'affichage et des annonces radiophoniques pour informer le public sur la campagne.

La plupart des campagnes de sensibilisation du public rencontrent des problèmes majeurs dans l'obtention de ressources financières suffisantes pour atteindre leurs objectifs. Pour que votre campagne soit efficace, vous devrez être créatif(ve) et astucieux(se). L'identification de parrains du secteur privé, la réduction des coûts administratifs et l'établissement de partenariats avec d'autres campagnes sont tous des moyens d'optimiser l'utilisation de vos ressources.

Analyse des risques

Chaque activité comporte certains risques. Les risques sont une composante acceptable et normale de tout projet, mais il est important de savoir ce qui est en jeu avant de commencer. Les risques peuvent être des facteurs susceptibles d'entraîner l'échec du projet ou de nuire au financement, à la réputation et même à l'existence de votre organisation.

Essayez l'exercice de réflexion suivant. Imaginez que vous êtes un an plus tard (ou cinq ans ou dix ans). Imaginez que vous n'avez pas atteint vos objectifs. À présent, écrivez plusieurs raisons potentielles expliquant pourquoi cela s'est produit.

Considérez maintenant la probabilité que chaque risque se produise et la gravité des conséquences que cela entraînerait. Vous pouvez utiliser la carte ci-dessous pour suivre chaque risque et vous aider à prendre des décisions éclairées sur ce qu'il convient de faire ensuite.

Outil de cartographie des risques

		Probabilité		
		Faible	Moyenne	Élevée
Conséquences	Élevée			Risque élevé : prenez des mesures pour l'éviter ou envisagez de changer de plan.
	Moyenne		Risque moyen : préparez-vous à l'éviter ou à l'atténuer	
	Faible	Faible risque : gardez le risque à l'esprit et évitez-le, si possible.		

Une fois que vous et votre équipe avez réfléchi à un certain nombre de risques pour le projet et l'organisation, notez-les

et identifiez des stratégies pour les éviter ou les atténuer s'ils ne sont pas évitables.

Outil de gestion des risques

Risque	Éviter le risque	Atténuer le risque

Adapté de : « Manuel de plaidoyer » de l'UNICEF (2010), New York

Outils supplémentaires

Le cadre RAPID pour l'évaluation des liens entre la recherche et la politique : cet outil peut vous aider à comprendre comment la recherche peut influencer le processus décisionnel. <https://www.odi.org/sites/odi.org.uk/files/odi-assets/events-documents/2764.pdf>

Identification des types de risques : décrit les différents types de risques en fonction de leur identification et de leur mesure correctes (connus avérés, inconnus avérés et inconnus non avérés). <https://www.projecttimes.com/articles/things-known-and-unknown.html>

Gestion des risques : comment se préparer aux risques non identifiés. <https://www.pmi.org/learning/library/characterizing-unknown-unknowns-6077>

S. D. Kim (2012). « Characterizing unknown unknowns ». Document présenté au Congrès mondial 2012 du PMI® – Amérique du Nord, Vancouver, Colombie-Britannique, Canada. Newtown Square, PA: Project Management Institute.