

**PARTENARIAT ACTEURS-CHERCHEURS :
VALORISER POUR DE NOUVELLES CONNAISSANCES
ET DYNAMIQUES DE DÉVELOPPEMENT
DES TERRITOIRES**

Plate-Forme régionale
Développement rural
Rhône-Alpes
2013





GUIDE D'UTILISATION

AVANT-PROPOS

A LA VALORISATION DÉCRYPTÉE

- 1 - LES BASES DE LA VALORISATION**
- 2 - LES DIFFÉRENTS PROCESSUS DE VALORISATION**
- 3 - LES SEPT INCONTOURNABLES**
- 4 - DIFFUSER DES PRODUITS DE VALORISATION**
- 5 - F.A.Q.**

B LA DÉMARCHE PAS À PAS

- 1 - REPÉRAGE**
- 2 - PRÉPARATION DU PROJET DE VALORISATION**
- 3 - MISE EN ŒUVRE DE LA VALORISATION**
- 4 - FINALISATION DES PRODUITS DE VALORISATION**
- 5 - ÉVALUATION**



C UN DISPOSITIF D'ACCOMPAGNEMENT DE VALORISATION

- 1 - L'ANIMATION D'UN DISPOSITIF DE VALORISATION**
- 2 - LE CHARGÉ DE MISSION VALORISATION DES RECHERCHES**
- 3 - COMMUNIQUER ET DIFFUSER**

D ILLUSTRATIONS DE PRODUITS DE VALORISATION

E FICHES TECHNIQUES

F GLOSSAIRE RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

GUIDE D'UTILISATION



Accéder au sommaire général



Sélectionner une partie



Retourner au sommaire de la partie en cours de lecture

◀ Afficher la page précédente. ▶ Afficher la page suivante.



ou Glisser la page.

Les éléments grisés, indiquent les liens hypertextes



Dans la partie B, ce pictogramme permet de revenir à la présentation globale des phases (p. 53)



Imprimer :
à partir de votre navigateur les pages écran,
au format pdf l'ensemble du document ou les pages souhaitées.

AVANT-PROPOS

Un type de valorisation

De quoi parle-t-on ? Des collaborations entre acteurs du développement local et chercheurs qui visent à produire de nouvelles connaissances ainsi qu'un regard nouveau sur les pratiques. Immédiatement utilisables, ces connaissances sont appelées **VALORISATION**.

Pour devenir opérationnelles, ces connaissances doivent être transcrites sur des supports tangibles (guides méthodologiques, outils de simulation, sessions de formation, rencontres d'échanges d'expériences...). Elles peuvent faire évoluer les savoir-faire existants, la prise de décision, l'action, la concertation...

La valorisation intéresse toutes les structures (collectivités territoriales, intercommunalités, associations, chambres consulaires, Parcs naturels régionaux, établissements d'enseignement, centres de ressources...) et toutes les personnes en charge du développement local, qui souhaitent se saisir des travaux de recherche pour leurs actions : agents de développement, formateurs, techniciens agricoles, élus territoriaux, chargés de missions des services de l'État, des collectivités (régions, départements).

La valorisation intéresse des scientifiques (géographes, économistes, sociologues, juristes, politistes, agronomes...) engagés dans des travaux sur les espaces ruraux et périurbains.

Conçu par la Plate-Forme régionale développement rural Rhône-Alpes comme un guide pour l'action, ce document est né des expériences acquises dans le cadre du programme « Pour et Sur le Développement Régional » (PSDR3). Il est le fruit d'un travail collectif des partenaires institutionnels régionaux du dispositif de recherche PSDR3 Rhône-Alpes sur la valorisation : Conseil régional, État (DRAAF), INRA, IRSTEA, Chambre régionale d'agriculture.

Lancé à l'initiative de l'INRA en 1993, le programme national Pour et Sur le Développement Régional (PSDR) est un dispositif de recherche en partenariat co-construit avec les acteurs régionaux et intégrant des actions de valorisation. La troisième génération PSDR3 (2007-2011) a poursuivi cette ambition de coopération entre chercheurs et acteurs pendant les différentes phases de conception, de réalisation et de valorisation des projets de recherche.

En Rhône-Alpes, à travers ce programme, la recherche a été orientée sur des enjeux et des questions clefs concernant l'agriculture et le développement des espaces ruraux et périurbains de la région, définis par les signataires de la convention.

L'objectif de chaque projet était à la fois de produire des connaissances scientifiques, de permettre aux acteurs du développement de s'approprier ces résultats de recherche et de déboucher sur des produits de valorisation répondant aux attentes des praticiens.

A qui s'adresse ce guide de la valorisation ?

Ce guide se propose de donner un cadre d'action et des outils pour agir en :

- précisant la spécificité de la valorisation des recherches ;
- décryptant ce qu'est la valorisation et en quoi elle se différencie des autres modes de collaboration entre acteurs et chercheurs ;
- explorant les diverses pratiques de la valorisation et ses applications professionnelles ;
- donnant des pistes pour s'organiser et agir.

Il s'adresse aux acteurs du développement local et aux chercheurs. Les institutions en charge de développement régional et les animateurs de dispositifs d'accompagnement de la valorisation trouveront également des éléments relatifs au processus de valorisation des recherches.

VOUS ÊTES UN ACTEUR du développement et vous souhaitez développer, initier des partenariats avec des chercheurs, engager des actions nécessitant des travaux de recherche, **mais...**

... vous vous interrogez sur la méthode pour vous approprier des résultats scientifiques, sur la façon de travailler avec des chercheurs, sur les étapes vous permettant la transformation des productions de recherche en outils opérationnels.

VOUS ÊTES CHERCHEUR et vous souhaitez mieux comprendre les préoccupations des acteurs du développement local, les repérer, les associer dans la conduite de projets de recherche et l'utilisation de vos résultats, **mais...**

... vous vous interrogez sur la méthode pour identifier les attentes des acteurs

en charge du développement, pour cerner les produits, issus de vos travaux de

recherche, attendus par les acteurs, sur la démarche pour conduire des valorisations de vos recherches avec des acteurs.

VOUS ÊTES UNE INSTITUTION et vous souhaitez élaborer un programme de valorisation des recherches, accompagner les initiatives de production de nouvelles connaissances, **mais...**

... vous vous interrogez sur les modalités pour favoriser les collaborations entre acteurs du développement et chercheurs, sur les temps nécessaires pour élaborer des produits de valorisation et sur les compétences et savoir-faire à promouvoir.

CE DOCUMENT PRATIQUE vous permettra de comprendre comment identifier les attentes des uns et des autres, vous renseignera sur les conditions pour conduire des actions de partenariat et vous éclairera sur les façons de faire pour produire de nouvelles connaissances.

Quel que soit l'avancement de vos réflexions et de vos pratiques, ce guide sur les collaborations pour la valorisation des recherches va vous être utile pour appréhender les modalités nécessaires, définir vos modes d'actions et éviter les écueils. Il va aussi devenir un outil de référence susceptible de vous aider pour la mise en place d'un dispositif d'accompagnement de valorisation des recherches où chercheurs et acteurs ont toute leur place.

L'ensemble de ce travail vise à fournir des conseils pratiques à chaque étape de la démarche de valorisation, car l'interaction entre acteurs du développement et chercheurs n'est pas spontanée et l'appropriation des résultats de recherches n'est ni automatique ni naturelle. En effet, l'expérience montre que les partenaires de valorisation sous-estiment trop souvent ou négligent la démarche, la méthode de travail, le temps et les moyens (ressources humaines,

moyens techniques et financiers) nécessaires pour construire de nouvelles connaissances. Or, la valorisation mobilise des outils appropriés, des postures spécifiques.

Comment utiliser ce document ?

Ce guide n'a pas vocation à être exhaustif sur toutes les valorisations ; seules celles issues de l'expérience PSDR3 Rhône-Alpes y contribuent. Ce document a été élaboré pour servir de ressources. Son contenu est divisé en 3 parties qui peuvent être lues indépendamment, en fonction de vos besoins.

- Les principes de la valorisation et les avantages des travaux de valorisation
- Les étapes clefs de la démarche de valorisation : les méthodes et les outils
- Les missions spécifiques d'un dispositif d'accompagnement de la valorisation des recherches

Une gamme de fiches techniques (textes informatifs, formulaires, modèles d'outils), des exemples de valorisation issus de PSDR2 et PSDR3 et des points de vigilance sous forme de conseils sont aussi proposés.

Nous espérons que ce guide interactif **en libre accès** ([format pdf](#) téléchargeable et imprimable) et évolutif vous secondera pour mener à bien vos collaborations et vos productions de nouvelles connaissances avec la recherche.

A

LA VALORISATION DÉCRYPTÉE

Quelques principes de valorisation

A
La valorisation décryptée

B
La démarche pas à pas

C
L'accompagnement de valorisation

D
Des produits de valorisation

E
Fiches techniques

F
Glossaire **A-Z**
Bibliographie 

1 LES BASES DE LA VALORISATION

- 1.1 Un processus construit et partagé
- 1.2 Son utilité
- 1.3 Ce qui la garantit
- 1.4 Sa plus-value

2 LES DIFFÉRENTS PROCESSUS DE VALORISATION

- 2.1 En fonction des travaux de recherches
- 2.2 En fonction des acteurs engagés
- 2.3 En fonction des modalités de collaboration acteurs - chercheurs

3 LES 7 INCONTOURNABLES

- 3.1 Des acteurs qui définissent leurs attentes et leurs besoins
- 3.2 Une connaissance des chercheurs et de leurs travaux
- 3.3 Des enjeux et des intérêts convergents
- 3.4 Un sujet de valorisation construit et partagé
- 3.5 Des acteurs responsables de la valorisation
- 3.6 Des méthodes de travail connues et partagées
- 3.7 Une posture active

4 DIFFUSER DES PRODUITS DE VALORISATION

5 F.A.Q.

1 - LES BASES DE LA VALORISATION

1.1 _ Un processus construit et partagé

La valorisation est un **processus** d'élaboration de connaissances opérationnelles pour les acteurs du développement à partir des travaux de recherche. C'est un processus construit qui permet à des acteurs de se saisir des acquis de la recherche, de les mettre en débat et de les intégrer dans leur pratique, en collaboration avec des chercheurs. Elle procède à la transformation, à la transcription, à la mutation des résultats de recherche en applications opérationnelles pour les acteurs.

La valorisation est un processus partagé qui permet le rapprochement entre chercheurs et acteurs. C'est un croisement des expertises entre ces différentes ressources de recherche et de pratiques d'acteurs.

Pour produire ces valorisations, sachant que l'on ne partage pas aisément les résultats de recherche et que leur adaptation n'est pas spontanée, des conditions doivent être réunies pour que ces nouvelles connaissances soient accessibles, compréhensibles et utilisées. Il existe une démarche qui se conçoit autour des réponses aux questions suivantes :

- ? . Que recherchez-vous ?
- ? . Qu'est-ce qui vous motive à valoriser ?
- ? . Sur quoi valoriser et pour qui ?
- ? . Comment repérer les résultats de recherches « utiles » ?
- ? . Comment les utiliser ? Et avec qui ?

La valorisation suppose des partenaires motivés concernant leurs intérêts :

- ? . en tant qu'acteur : « Que vais-je en retirer ? »
- ? . en tant que chercheur : « Pourquoi serais-je intéressé ? »

Ce que n'est pas la valorisation

La valorisation des recherches se différencie des autres approches de collaboration avec la recherche :

- L'expertise qui développe des connaissances scientifiques pour fournir un avis apte à nourrir la décision.
- L'étude externe et le diagnostic qui s'appuient sur un travail d'analyse sur un contexte précis, permettant de comprendre une situation et de mettre en évidence les éléments sur lesquels se fondera la phase de recommandations.
- La Recherche et Développement, qui vise à accroître la somme des connaissances pour de nouvelles applications. Le terme R&D recouvre trois activités : la recherche fondamentale, la recherche appliquée et le développement expérimental.
- La production d'innovation, qui présente des travaux de recherches innovants. Dans ce cadre, l'acteur engagé dans la valorisation des recherches assurera le déploiement du résultat obtenu et l'appropriation de cette nouveauté de manière optimale.
- La recherche-action, qui permet de réaliser des expériences, propose un ensemble de techniques de recherche. Dans ce processus de construction de la recherche, aussi bien les chercheurs que les acteurs participent à l'expérimentation. Sur ces bases, il s'agit de théoriser la pratique, de produire de la théorie et du concept.

Certaines approches peuvent intégrer **des phases de valorisation** où l'engagement des acteurs, garantit l'appropriation et l'adaptation des nouvelles connaissances. Ainsi la R&D, l'innovation ou la recherche - action peuvent intégrer de la valorisation. La valorisation dépasse le transfert de documents scientifiques, de références théoriques ou d'application de modes d'emploi.

1.2 _ Son utilité

La valorisation est une démarche **innovante et rigoureuse** qui s'inscrit dans le temps.

La valorisation permet d'**apprendre ensemble** (acteurs et chercheurs) pour construire de nouvelles connaissances (traduction de concepts, élaboration d'outils d'aide à la décision, approches méthodologiques, applications informatiques, référentiels de formation, supports d'animation, réflexions stratégiques...).

Caractérisée par sa dimension **modeste** mais **opérationnelle**, quel est l'intérêt de la valorisation pour les acteurs et que représente la valorisation pour les chercheurs ?

Lors de rencontres et d'ateliers d'échanges entre acteurs et chercheurs, les réponses suivantes ont été données :

..... **POUR LES ACTEURS**, la valorisation répond à une préoccupation principale : celle d'apprendre de la recherche en s'enrichissant, en élaborant de nouvelles connaissances utiles et utilisables. Les valorisations issues de cette dynamique deviennent ressources, support de développement local et régional.

Des paroles d'acteurs engagés dans la valorisation :

« La valorisation des recherches, par et avec des acteurs, est différente de la valorisation scientifique et de la vulgarisation des connaissances. »

« La valorisation est une transcription opérationnelle des résultats de la recherche dans les pratiques, répondant à un intérêt utilitariste. Elle permet d'élaborer de nouvelles méthodes et de forger ses propres outils. »

« La valorisation est une étape complexe, mobilisant du temps et une démarche. »

« La valorisation est une approche pragmatique et résulte d'une co-construction acteurs et chercheurs. »

« La valorisation est une médiation entre les résultats de recherche et les attentes précises des acteurs. »

« La valorisation avec des chercheurs, c'est tester, pratiquer, analyser les résultats en cours, les points de vue de la recherche pour se forger ses propres outils. »

« La valorisation est une démarche plus qu'un produit. Ce n'est pas un mode d'emploi mais un chemin pour aboutir aux résultats. »

..... **POUR LES CHERCHEURS**, la valorisation des recherches aux côtés des acteurs se distingue de la valorisation scientifique, rendue obligatoire et reconnue par la communauté scientifique et à laquelle ils sont soumis. Cette valorisation donne lieu à des publications, à des communications de leurs résultats pour leurs pairs. L'évaluation des chercheurs et des laboratoires s'effectue en priorité sur ces écrits scientifiques et moins sur les actions conduites avec et auprès des acteurs. Toutefois, des chercheurs souhaitent valoriser avec des acteurs, reconnaissant qu'ils ont aussi toute leur place à leurs côtés dans les démarches de valorisation de leurs recherches. Car cette phase :

- répond à une conception spécifique de la recherche, à l'écoute et au plus près des acteurs ;
- leur permet de contribuer aux questions de sociétés, de préciser les priorités de développement, d'approfondir un sujet, de s'ancrer sur un territoire, de développer leurs réseaux d'acteurs ;
- leur offre l'occasion de mettre en valeur leurs acquis, de présenter les avancées de leurs travaux et de préciser leurs études de recherche sur des terrains particuliers ;

→ leur permet aussi de renouveler et de reformuler des questions de recherche.

L'engagement des chercheurs résulte d'un équilibre entre production-valorisation scientifique et valorisation « opérationnelle » des acteurs.

Par conséquent, il est important de différencier les travaux de recherche conduits par les équipes de chercheurs en présence d'acteurs et les valorisations conduites par les acteurs avec la collaboration des chercheurs.

Dans la première configuration, les acteurs sont les partenaires des chercheurs dans les projets de recherche. Ils peuvent proposer des terrains pour les investigations scientifiques, faciliter les contacts et partager leurs connaissances, tout en laissant les chercheurs produire leurs analyses et construire leurs résultats scientifiques.

Dans la seconde configuration, les acteurs changent de posture en tant que partenaires. Ils conduisent des actions de valorisation issues des travaux de recherche. Ils définissent leurs objectifs, choisissent les messages clefs à délivrer, assurent leur transcription sur des supports. Responsables de ces valorisations, ils invitent les chercheurs à collaborer.

En conclusion, la valorisation résulte d'une interactivité entre savoirs, mettant en synergie des acteurs de la recherche et les acteurs de développement des territoires. La valorisation a un caractère utilitariste de part et d'autre.

Fruit d'une co-construction, la valorisation est une démarche souvent longue, toujours rigoureuse, impliquant une forte motivation des acteurs et des chercheurs, sans laquelle la valorisation n'existe pas. Pour ce faire, cela suppose des questions d'acteurs et des questions de recherche, un sujet commun et des modalités de collaboration précises et partagées.

1.3 _ Ce qui la garantit

Pour que la valorisation soit possible, il faut des règles et un cadre qui la garantissent. En Région Rhône-Alpes, des principes sous forme de critères ont été fixés dans le programme PSDR3. Par exemple :

- Elle doit s'appuyer sur des travaux scientifiques reconnus comme tels, identifiés précisément.
- Elle doit apporter des éléments de connaissance nouveaux ou complémentaires en matière de développement local et régional. En d'autres termes, les produits de valorisation doivent être originaux, pragmatiques, se différencier par leur approche. Ils doivent offrir une plus-value (d'analyse, de méthodes...) par rapport aux pratiques existantes des acteurs du développement.
- Sa conception doit être précise et ne peut pas découler de manière évidente de l'état de la technique, pour une personne connaissant le domaine technique concerné.
- Elle peut être transférable et transposable pour d'autres acteurs et sur d'autres territoires.
- Elle doit être connue, disponible, facilement appropriable.
- La valorisation doit être transcrite par et pour les acteurs, en collaboration, si possible, avec des chercheurs.

1.4 _ Sa plus-value

Quels sont les avantages à valoriser pour les acteurs du développement, les décideurs et les chercheurs ?

POUR LES ACTEURS

Le processus de valorisation permet de se professionnaliser, d'analyser des situations, de compléter des pratiques, d'acquérir de nouvelles méthodes, d'explorer un nouveau thème et d'agir (aide à la décision, à la concertation, à la prospective...).

Par ailleurs, des résultats de recherche peuvent coïncider avec des pratiques d'acteurs existantes et ainsi les valider. Dans cette configuration, ces résultats scientifiques renforcent les démarches entreprises et le positionnement des institutions.

Le processus de valorisation contribue à l'enrichissement des politiques des institutions en charge du développement (État, conseils régionaux...). Ces apports de nouvelles connaissances proposent des lectures facilitant la prise de recul. Des échanges permettent de faire évoluer les stratégies, les dispositifs sectoriels ou transversaux, d'acquérir des outils d'aide à la décision, d'imaginer de nouvelles actions, des dispositifs innovants et d'accompagner, d'impulser les travaux de valorisation.

POUR LES CHERCHEURS

La valorisation avec les acteurs est une manière d'entrer dans les territoires, de connaître au plus près les demandes sociétales, de se rapprocher des acteurs et de leurs réseaux et de participer au développement régional en lien

avec des demandes territoriales. La valorisation par étapes, avec des échanges continus, développe et précise les objets de recherche. Ces éclairages partenariaux contribuent à une lecture transversale des acquis, qui seront utilisables dans différents contextes.

2 _ LES DIFFÉRENTS PROCESSUS DE VALORISATION

Acte volontaire, la valorisation résulte de l'envie de découvrir, d'apprendre, sans aboutir obligatoirement à des productions matérielles.

Cependant, si l'on vise à partager des connaissances nouvelles ou de faire évoluer des pratiques, ces acquis doivent être matérialisés (documents écrits, séances d'échanges d'expériences, formations...).

Les processus de valorisation sont multiples en fonction de l'état d'avancement des travaux de recherche, des acteurs engagés et des modalités de la collaboration entre acteurs et chercheurs. Mais ils doivent toujours être pragmatiques.

2.1 _ En fonction des travaux de recherches

La valorisation est possible dans deux situations :

- pendant les projets de recherche, il s'agit de la valorisation « au fil de l'eau » ;
- à partir des résultats de recherche stabilisés, la valorisation est qualifiée « a posteriori ».

Il s'agit donc, avant de commencer la valorisation, d'appréhender l'état d'avancement des travaux de recherche.

Plus le rapprochement des acteurs et des chercheurs se situe en amont des travaux de recherche, plus le processus de valorisation est facilité, permettant ainsi aux acteurs de contribuer à la production de résultats scientifiques, qui deviendront ensuite des sources de valorisation.

La mise en œuvre de projets de co-construction montre que les apports et les échanges avec des chercheurs permettent aux acteurs de mieux préciser leurs attentes, d'appréhender différemment les réalités. Par cette dynamique et cette proximité, le processus de valorisation est favorisé.

2.1.1 _ La valorisation "au fil de l'eau"

Cette valorisation « chemin faisant » est un partage de résultats entre les partenaires. Au rythme du déroulement des travaux de recherche et des échanges, les acteurs captent de nouvelles informations, des connaissances et réfléchissent à leurs méthodes d'action. Ils imaginent, proposent des utilisations possibles issues des travaux de recherche et les expérimentent avec les chercheurs. Cette valorisation est très opérationnelle, limitée dans l'espace, répondant à un besoin précis, entraînant d'autres réflexions entre acteurs et, potentiellement, d'autres sollicitations auprès des chercheurs. Seuls les acteurs impliqués dans les projets de recherche peuvent valoriser « au fil de l'eau ».

2.1.2 _ La valorisation "a posteriori"

La valorisation "a posteriori" s'appuie sur des résultats scientifiques finalisés et vise à être décontextualisée des terrains de recherche, s'adressant à un cercle élargi d'acteurs connus ou non. La conception des produits de valorisation est rigoureuse et les nouvelles connaissances produites doivent être transférables et transposables.

Elle s'exerce dans deux cas de figures se situant :

→ **Soit** dans la continuité immédiate d'un travail scientifique, où la collaboration entre acteurs et chercheurs se poursuit souvent en fin de projet de recherche. Les acteurs, initialement partenaires du projet de recherche, changent de posture : ils pilotent leur projet de valorisation et en sont responsables. C'est également l'occasion d'intégrer de nouveaux acteurs.

→ **Soit** hors du projet de recherche initial. Elle résulte d'un croisement entre les préoccupations d'acteurs du développement et des travaux de recherche antérieurs, référencés. Un nouveau partenariat entre des acteurs et des chercheurs se construit, sans être obligatoirement rattaché à un cadre formalisé (institutionnalisé, lié à un programme de recherche).

Ces temps de valorisation imposent une organisation spécifique des acteurs qui valorisent. Ils ont la charge de la conception et de la diffusion des produits adaptés pour d'autres (voir 2.2) et peuvent solliciter des chercheurs pour contribuer à leurs activités de valorisation.

La durée des valorisations est estimée entre 6 mois – dans le meilleur des cas – et plusieurs années, en fonction du mode de valorisation et de la nature des connaissances. C'est pourquoi la présence d'un référent valorisation au sein de ces collaborations est nécessaire dans ces diverses configurations.

2.2 _ En fonction des acteurs engagés

Les processus de valorisation se différencient selon :

→ **Les intérêts et les enjeux des acteurs.** On peut valoriser pour son propre compte, pour d'autres ou pour des intérêts généraux ou financiers. Des acteurs peuvent se trouver en concurrence sur la même thématique, notamment lorsqu'ils proposent des prestations similaires. La ressource issue de la

recherche devient ainsi à valeur monétaire. Cette caractéristique est à préciser afin d'anticiper d'éventuels conflits.

→ **L'implication des acteurs** (concepteurs du produit de valorisation et/ou utilisateurs finaux).

- ◆ Il peut s'agir d'acteurs impliqués avec des chercheurs dans des projets de recherche. Dans le programme PSDR3, en amont des projets, des partenariats entre chercheurs et acteurs régionaux ont été construits, visant conjointement la production de connaissances scientifiques et de valorisation. Dans cette phase de rapprochement ([voir 3.6.1](#)), les acteurs peuvent expliciter leurs questionnements, leurs attentes vis-à-vis de la recherche et préciser les valorisations possibles des résultats de recherche.

- ◆ Il peut s'agir d'acteurs non impliqués dans la recherche initiale mais qui souhaitent s'approprier et utiliser des résultats scientifiques avec des chercheurs. Par exemple : une application informatique de géolocalisation nécessitant d'être adaptée pour la réalisation de diagnostics de création d'activité ; le passage du concept « combinaison des produits et des services » à une méthode d'analyse des potentiels des territoires pour bâtir une stratégie de développement ; une étude sur l'organisation du travail des exploitations pour aider les conseillers agricoles dans leur accompagnement...

- ◆ Il peut s'agir d'utilisateurs des produits de valorisation qui souhaitent les faire évoluer. La diffusion élargie de produits de valorisation peut donner d'autres applications. Par exemple : un coffret multimédia sur les expériences de « [Panier de biens et de services](#) », devenu support de sensibilisation et de formation sur les dynamiques de développement économique à l'international ; ou encore, des documents d'éclairage sur la notion d'[aménités environnementales](#), qui revisitent les stratégies de communication et les offres des tours opérateurs...

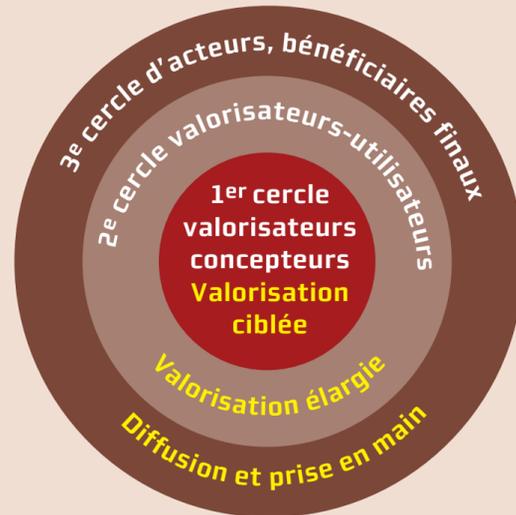
→ **Les objectifs des acteurs dans la valorisation**

- ◆ Il peut s'agir d'acteurs qui valorisent d'abord pour eux ou pour leur structure. Par exemple, l'influence de l'agrément paysagé d'un territoire sur les produits de terroir a permis aux acteurs d'une part, d'améliorer la lisibilité de leur produit fromager en revisitant leur support de communication : « Nous communiquons surtout sur un savoir-faire. On met désormais plus en avant nos paysages, en ayant conscience que la qualité du produit prime » ; et d'autre part, de mesurer les marges économiques possibles : « *Les aménités environnementales jouent incontestablement sur l'image du produit. Nos paysages sont une valeur ajoutée et contribuent à favoriser une progression du prix que le consommateur semble prêt à payer.* » (animatrice du Syndicat de la tome des Bauges.)

- ◆ Il peut s'agir d'acteurs relais qui valorisent avec et pour d'autres praticiens. Cela concerne par exemple le Groupement d'intérêt scientifique (GIS) Alpes Jura qui, avec des Parcs naturels régionaux, élabore des outils et une démarche de diagnostic des ressources territoriales et accompagne des réflexions de stratégies touristiques à partir de ces ressources.

- ◆ Il peut s'agir de centres de ressources ou d'un réseau rural qui valorisent, à partir de leur connaissance des besoins des acteurs, avec des chercheurs, les acquis de la recherche. Par exemple : l'organisation de formations et l'élaboration d'ouvrages de référence à destination des acteurs du développement sur la dimension culturelle des produits de terroir ; les démarches de diagnostic des circuits courts alimentaires ; la publication de périodiques sur les évolutions du contexte de l'ingénierie territoriale...

Dans les processus de valorisation, il est important de situer les acteurs engagés, sachant que le produit de valorisation doit être compréhensible au-delà du premier cercle d'acteurs.



2.3 _ En fonction des modalités de collaboration entre acteurs - chercheurs

La valorisation « au fil de l'eau » et la valorisation « a posteriori » privilégient un travail collaboratif avec des chercheurs. Cependant, il est envisageable que les acteurs valorisent sans les chercheurs, notamment pour la traduction d'écrits scientifiques, élaborant ainsi des supports d'information, de sensibilisation. En fonction de l'accessibilité des travaux de recherche et de la disponibilité de leurs auteurs, les chercheurs peuvent être mobilisés par les acteurs et par le chargé de mission d'animation et d'accompagnement de la valorisation pour :

- Des temps de découvertes de leur recherche lors de discussions et de réunions d'information autour du sujet, objet de valorisation.
- Des interventions dans des ateliers, qui permettent de mieux appréhender les résultats de recherche.
- Des séminaires de réflexion approfondissant une thématique, pour contribuer au débat.

La participation des chercheurs facilite la compréhension de leurs travaux de recherche et aide à leur mise en perspective dans diverses applications.

3 _ LES SEPT INCONTOURNABLES

Des questions préalables pour guider la réflexion

Un ensemble de questions qui doivent guider les acteurs et les chercheurs avant la valorisation :

→ **Qui valorise ?** Les acteurs engagés dans l'identification, la construction des produits de valorisation et qui garantissent leur diffusion. Responsables de ce processus, les acteurs définissent les objectifs, assurent leur mise en œuvre des actions de valorisation, en collaboration avec les chercheurs.

→ **Avec qui valoriser ?** Il est important que les acteurs et les chercheurs se connaissent et cernent des intérêts communs pour s'engager dans un projet de valorisation. La définition d'objectifs communs facilite la poursuite ou la mise en œuvre des collaborations entre acteurs et chercheurs. Dans un projet multipartenaires, un référent valorisation est à identifier, qui a la charge de :

- ◆ l'animation des relations entre acteurs et chercheurs au sein du projet ;
- ◆ le suivi du projet ;
- ◆ l'organisation de rencontres régulières sur la compréhension des résultats de recherches et sur les initiatives de valorisation ;
- ◆ la circulation de l'information à transmettre auprès du premier cercle d'acteurs, et de la communication auprès des institutionnels sur la progression des travaux et des applications en cours ;
- ◆ la conduite de la stratégie de diffusion ;
- ◆ la gestion administrative et financière. Ces temps d'administration et financiers sont nécessaires mais sont à séparer de celui du suivi de la démarche valorisation.

—> **Quoi valoriser ?** L'intérêt de la valorisation se définit en fonction des besoins des acteurs et des nouvelles connaissances de recherche. La présentation des applications possibles des résultats de recherche est à établir par les acteurs et à partager avec les chercheurs.

Validé par l'ensemble des partenaires (acteurs et chercheurs), ce cadre de collaboration pose les modalités de valorisation (c'est-à-dire la manière dont se fera l'action de valorisation : comment ? avec qui ? quand ?) des indicateurs de réalisation et les échéances. Pendant le projet de recherche, il faut veiller au croisement entre les préoccupations des acteurs de développement et les apports de la recherche.

—> **Comment valoriser ?** Il est important de limiter le champ de valorisation, en fonction des résultats des recherches disponibles et des priorités des acteurs.

Les objectifs de valorisation se construisent à partir de la compréhension des résultats de recherche et des connaissances et des pratiques des acteurs du développement. La réalité des projets conduit à des ajustements préservant souplesse entre valorisation et résultats de recherche en cours, et en fonction des opportunités. Il est nécessaire de chercher l'information dans le projet de recherche, de se saisir des productions intermédiaires, de les discuter, de les mettre en perspective avec d'autres références.

—> **Pour qui valoriser ?** Il est nécessaire de cibler les bénéficiaires des valorisations produites. Il s'agit par exemple de cerner les utilisateurs des outils d'animation, des outils méthodologiques présentés dans des ateliers d'échanges, dans des sessions de formation...

—> **Où diffuser ?** La stratégie de diffusion se définit dès le début du projet. Il s'agit également d'anticiper, de prendre en compte les changements d'échelles de diffusion (territoires, acteurs) et de repérer ceux qui peuvent conduire une diffusion élargie.

Les produits de valorisation sont à tester avant leur diffusion par le référent valorisation et les acteurs valorisateurs, dans leur environnement immédiat et si possible auprès d'un échantillon du public ciblé. Cette phase permet d'une part de vérifier l'acceptation de ces nouvelles connaissances, d'identifier les modes d'usages et de cerner les phases d'accompagnement ; et d'autre part de se saisir, lors de ces expérimentations, de nouvelles idées d'applications qui peuvent émerger.

3.1 _ Des acteurs qui définissent leurs attentes et leurs besoins

Les acteurs du développement doivent expliciter clairement leurs attentes et leurs besoins. Leurs préoccupations, leurs problèmes doivent être formulés et partagés entre eux ainsi qu'avec des chercheurs. Leurs questionnements sur les travaux de recherche leur permettent d'identifier les actions de valorisation possibles. Cette phase, qui n'est pas une commande auprès des chercheurs mais bien une construction, est incontournable pour définir les champs de collaboration possibles entre acteurs et chercheurs.

Cette étape est parfois longue. Elle est primordiale pour garantir l'adaptation des thématiques de recherche aux besoins et la co-construction du processus de valorisation.

En amont d'un projet de recherche, les acteurs proposent, participent et peuvent aussi influencer la définition des questions de recherche dont les résultats seront sources de valorisation. Si les objets de valorisation sont identifiés en amont, ils seront précisés au regard des nouvelles connaissances acquises pendant toute la durée des projets de recherche.

3.2 _ Une connaissance des chercheurs et de leurs travaux

Pour produire les connaissances issues de la recherche leur permettant d'alimenter leurs pratiques et leurs réflexions, il est important pour les acteurs :

- de connaître les chercheurs disponibles, leurs travaux, les études réalisées, leurs publications ;
- d'identifier les lieux de présentation des recherches (manifestations, publications disponibles) ;
- de solliciter les disciplines scientifiques et de penser à l'interdisciplinarité (économie, juridique, géographie, anthropologie, sciences cognitives, politiste, écologie, sciences de gestion, sciences sociales...). Cette ouverture des savoirs facilite la réflexion et offre une appréhension plus globale des réalités souvent systémiques ;
- de repérer les conditions et l'environnement des modes de recherche exercés (recherche partenariale, recherche appliquée, recherche et enseignement, consultation), ainsi que les projets scientifiques en cours ;
- de s'informer sur les différentes institutions de recherche : leurs missions, leurs pôles de compétences, leurs unités associées à d'autres organismes de recherche (CNRS, INRA, INSERM, IRSTEA, les universités...), ainsi qu'à des ministères et organismes d'État (ministère de l'Agriculture, ministère de l'Écologie, du Développement durable et de l'Énergie...).

L'animation de la valorisation des recherches dans un dispositif d'accompagnement peut aider à une meilleure connaissance de l'environnement de la recherche, permettre de diffuser des résultats scientifiques et faciliter la mise en réseau entre acteurs et chercheurs.

3.3 _ Des enjeux et des intérêts convergents

Des paroles d'acteurs et de chercheurs engagés dans la valorisation :

« Ce partenariat résulte d'une démarche active, "militante", portée par une envie de partager des connaissances, de les construire, de les comprendre, de les utiliser. »

« On valorise à partir d'actions, d'expériences étudiées, analysées par la recherche, on valorise des approches et des méthodes. »

« La valorisation des acteurs est une opportunité pour nous, nous permettant de préciser les travaux de recherche en cours à partir de leur questionnements, d'approfondir les sujets de recherche et de faire émerger de nouvelles thématiques de recherche. »

« La valorisation devient un outil d'aide à la décision publique. »

La valorisation est le fruit d'intérêts convergents répondant aux enjeux et aux attentes de chacun. C'est une démarche qui interpelle la motivation de l'ensemble des partenaires engagés dans la valorisation.

Pour ce faire, elle se construit par une phase d'interconnaissance. Il s'agit de se laisser le temps de comprendre mutuellement les logiques et modes d'actions de chacun, de préserver des co-apprentissages pour tisser une relation de confiance. Ces éléments constituent des préalables pour identifier un socle d'intérêts communs, traduire des résultats de recherche et élaborer de nouvelles références opérationnelles.

! Se connaître – se comprendre –, s'apprendre et être en confiance sont les éléments forts qui permettent de cerner les intérêts réciproques.

Des intérêts réciproques réunissent les acteurs et les chercheurs :

- L'appropriation de connaissances nouvelles par l'ensemble des partenaires et une meilleure compréhension des questions et des réalités des acteurs.
- La plus-value de réflexions issues des analyses et des lectures originales de la recherche, et l'émergence de nouveaux sujets portés par des acteurs.
- Une meilleure connaissance et reconnaissance des institutions.
- L'ouverture sur des réseaux d'acteurs et de chercheurs et la consolidation des liens entre les partenaires.
- La construction des dynamiques : Construction -> Approfondissement -> Valorisation [traduction -> transformation]
- Le fait de servir une finalité commune : celle de créer du développement, de participer au changement.

3.4 _ Un sujet de valorisation construit et partagé

Le temps de formalisation du sujet de valorisation est à construire entre acteurs du développement puis avec des chercheurs. Souvent exprimé sous forme de questionnements, le sujet de valorisation doit être partagé et discuté dès le début de la collaboration. La présentation d'un problème et des situations de blocages ou des hypothèses d'actions exprimées pose un cadre. Cette phase permet de reformuler les besoins et les attentes des acteurs sur les actions de valorisation.

Il est important d'écrire cette situation qui devient un repère pour des valorisations « au fil de l'eau » ou « a posteriori », où la valorisation explicitée par les acteurs devient l'objectif de la collaboration.

Car si le sujet de valorisation n'est pas abordé ou mal défini (« on verra bien ») dans le projet de recherche, il sera difficile d'engager des valorisations probantes.

La problématique partagée a une double vertu :

→ Elle facilite la contribution des acteurs à la production des travaux de recherche et favorise la valorisation « au fil de l'eau ». À partir des questionnements partagés, les acteurs engagés découvrent de nouvelles démarches, s'approprient de nouveaux éléments et peuvent les inscrire immédiatement dans leurs pratiques.

→ Elle favorise le rapprochement entre acteurs et chercheurs et sécurise ces derniers sur l'utilisation prévue de leurs productions. Elle limite ainsi leur réticence à livrer leurs résultats de recherche avant qu'ils ne soient stabilisés et publiés. En effet, l'utilisation des connaissances par autrui n'est pas neutre et peut être dérangeante pour les auteurs. Car les chercheurs perdent la maîtrise de leurs travaux scientifiques avec le risque, dans ce procédé de mutation, que leurs apports soient réduits, non maîtrisés ou incompris.

3.5 _ Des acteurs responsables de la valorisation

La valorisation implique les acteurs, qui ne sont plus uniquement des contributeurs dans les projets de recherche mais deviennent maîtres d'œuvre des projets de valorisation.

Responsables de la valorisation des recherches, les acteurs garantissent l'adaptation des travaux de recherche aux préoccupations des acteurs. Ils procèdent à la transcription-transformation des savoirs. Connaissant leurs pairs, les acteurs repèrent plus facilement les points d'attention. Ils peuvent ainsi concevoir, ajuster des applications, définir leurs modes d'usage et choisir le langage approprié. En collaboration avec des chercheurs, pour produire des références opérationnelles, utilisables et appropriables par les acteurs, ces derniers :

- explicitent leurs préoccupations en amont et pendant la durée du projet de recherche ;
- précisent le sujet de valorisation ;
- veillent au croisement entre leurs questions et les résultats de recherche ;
- conçoivent le projet de valorisation définissant les produits de valorisation et leurs publics ;
- élaborent des cahiers des charges techniques ;
- contractualisent les interventions des chercheurs et des prestataires ;
- assurent le suivi du déroulement du projet de valorisation ainsi que la qualité des produits réalisés [\(voir Fiche technique n° 1\)](#).

Dans un contexte multipartenaires, il est important d'identifier un référent valorisation qui devient l'interlocuteur principal des acteurs et des chercheurs au sein du projet de valorisation.

Le consensus acteurs-chercheurs n'est pas obligatoire et continu. Il faut savoir accepter des paroles diverses, des tensions, savoir créer des distinctions et des temps formels ou informels d'échanges. La formalisation de la problématique de valorisation permet de rappeler le sens des collaborations et les différences connues par tous.

La valorisation aboutit à des résultats visibles, compréhensibles et opérationnels. Pour ce faire, la valorisation suppose :

- des acteurs responsables et proactifs ;
- des travaux de recherche accessibles et expliqués ;
- un référent valorisation assurant le suivi du projet de valorisation ;
- des méthodes de travail communes et partagées entre acteurs et chercheurs ;
- une communication en continu sur les actions conduites pour faire connaître les valorisations ;
- la présentation et la diffusion des nouvelles connaissances produites.

Cependant, il existe des situations où des acteurs ne seront pas spontanément les concepteurs - auteurs des produits de valorisation, soit par manque de temps, d'intérêts et d'objectifs institutionnels... (voir encadré). Cette configuration nécessite une étape importante d'identifier celui qui aura la charge de valoriser, de s'assurer des compétences pour produire ces nouvelles connaissances pour d'autres. [\(voir Partie B - Etape 11\)](#)

Et si aucun acteur ne s'engage, que faire ?

La valorisation est un acte rarement aisé car elle mobilise du temps, et nécessite des missions reconnues et des compétences spécifiques. L'expérience en Rhône-Alpes montre que peu de structures terrain (communauté de communes, association...) ont réussi à être actives sur plusieurs années pour concevoir des produits de valorisation.

Divers motifs peuvent expliquer ce déficit d'acteurs dans le temps : le choix et l'intérêt ponctuel pour un sujet de valorisation, l'objectif d'applications immédiates et ciblées de cette ressource scientifique, le manque de temps et de reconnaissance de cette action au sein de leur organisme. Par ailleurs, ces structures n'ont pas vocation à produire de la ressource pour la communauté d'acteurs, elles ne peuvent donc investir du temps et de l'argent sur des actions de valorisation qui sont longues et n'ont d'intérêt que si elles sont partagées. En fait, ce sont particulièrement des structures (centres de ressources, Réseau rural, GIS, PNR, chambre régionale d'agriculture) qui ont pour mission de produire des ressources à usage plus large, qui se sont engagées.

Pour faciliter cette production, diverses possibilités apparaissent. Il s'agit :

- à l'échelle de réseaux ou de régions, de renforcer la compétence en valorisation au sein des structures, pour créer durablement une mission valorisation reconnue en interne et en externe ;
- de promouvoir la mission de valorisation dans les métiers d'agents de développement, de techniciens, d'ingénieurs de recherche ;
- de confier cette mission à une structure régionale ([voir Partie C - Un dispositif d'accompagnement de valorisation](#)).

3.6 _ Des méthodes de travail connues et partagées

3.6.1 Une connaissance mutuelle

Afin de favoriser le rapprochement entre les acteurs du développement et les chercheurs, la connaissance des méthodes de travail de chacun est un élément décisif du partenariat. Chaque partenaire doit pouvoir s'engager en toute connaissance de cause dès la conception du projet de valorisation.

Aussi est-il important de réserver du **temps d'interconnaissance** pour se comprendre, cerner les intérêts de chaque partenaire autour d'un enjeu partagé sur le sujet de valorisation, en d'autres termes pour se choisir !

Les discussions sur les positionnements, les méthodes et les expériences de chacun mesurent l'importance accordée à la valorisation. C'est l'occasion de cerner les motivations de chacun. Dans cette dynamique de rapprochement, la reconnaissance des acquis, des savoir-faire et des pratiques est aussi au cœur de la réflexion.

Pour faciliter la connaissance mutuelle, il est important de :

- Rendre possible le dialogue entre les partenaires car il n'est pas si aisé, pour les acteurs :
 - ◆ d'accéder aux résultats de recherche, de connaître et de contacter leurs auteurs ;
 - ◆ de questionner : « Que demander aux chercheurs ? », « Comment les questionner ? », « Comment exprimer nos préoccupations ? » « Comment seront-elles traduites par la recherche ? » ;
 - ◆ de cerner, en début de projet, les produits de valorisation, les applications envisageables à partir des apports de recherche attendus ;
 - ◆ de comprendre les démarches scientifiques ;
 - ◆ de savoir pourquoi les résultats de recherche évoluent dans le temps ;
 - ◆ de s'estimer légitimes pour suivre les travaux de recherche.

Et pour les chercheurs également, il n'est pas si facile :

- ◆ de comprendre en quoi leurs travaux vont servir et comment ils peuvent être utiles pour les acteurs ;
- ◆ de collaborer pour des actions de valorisation si les utilisations de leurs résultats de recherche envisagées par les acteurs sont peu exprimées ou non explicitées.

La connaissance mutuelle permet :

→ de clarifier des sujets de valorisation, leur déclinaison en produit de valorisation et de cerner les destinataires ;

→ de réunir les conditions favorables à une valorisation durable par le choix d'une coordination du partenariat, l'identification du référent valorisation, l'organisation de rencontres, la mobilisation de temps d'apprentissage et d'expérimentation. *« On a valorisé dès le premier jour, lors des échanges et des confrontations » ;*

→ de définir les moyens mobilisables (humains, techniques, temps) et de positionner le rôle de chacun. En effet, cette interconnaissance est un atout pour préparer le dispositif de pilotage, appréhendant la place respective des acteurs et des chercheurs, dans la conception mais aussi dans la réalisation du projet ;

→ de définir ensemble les modalités de communication autour du projet : « Quels sont les messages à transmettre ? À quel moment ? ». La diffusion d'information en continu renforce la reconnaissance des actions menées et, par conséquent, crédibilise le processus de valorisation. Cette communication constitue l'une des conditions favorables à l'engagement des partenaires et de leurs institutions respectives ;

→ de mieux comprendre le contexte des partenaires et l'origine de certaines sollicitations à très court terme des praticiens, parfois perçues par les chercheurs comme des demandes de prescription. *« Les chercheurs se sont vraiment mis à notre portée, mais il y a une distance entre leurs travaux et leur utilisation dans les procédures de développement. Il faut bien réfléchir aux modalités et aux formes de cette valorisation. »*

Pour cela, il faut oser s'exprimer, parler concrètement, solliciter des précisions, montrer et demander des exemples sur des actions antérieures d'utilisation

des connaissances de recherche et repérer les expériences conduites avec des acteurs et des chercheurs.

Ces rapprochements, ces temps d'interconnaissances, sont primordiaux pour appréhender l'intérêt de chaque acteur et de chaque chercheur à s'engager dans la démarche de valorisation. Le fruit de ces échanges crée un climat de confiance qui favorise, à terme, les actions de valorisation.

3.6.2 Un pilotage défini et partagé

L'ensemble des partenaires (acteurs et chercheurs) doivent participer activement à la conduite du projet de valorisation. Pour ce faire, les modalités de pilotage doivent être mises en place dès le démarrage de la collaboration. Le pilotage sera négocié et structurera les relations reflétant les dynamiques entre les protagonistes.

Cette construction de pilotage est l'occasion :

- de donner un cadre de collaboration ;
- de retraduire le positionnement de chacun, ses attentes, ses intérêts ;
- de définir les modes de travail (séances d'échanges, d'analyses, de confrontation pour une coproduction de valorisation) ;
- de préciser le rôle du référent valorisation et des autres partenaires ;
- d'identifier le chercheur référent du projet de recherche ;
- de souligner les engagements des acteurs et des chercheurs ;
- d'élaborer et de présenter les divers outils de suivi utilisés (tableau de bord valorisation, planning, compte rendu de séances). [*\(voir Fiche technique n° 1\)*](#)

Chaque projet a son propre système d'organisation, indépendamment de son modèle de financement. Toutefois, en plus des aspects techniques, décisionnels, le pilotage intègre les dimensions liées à la gestion administrative et financière du projet de valorisation.

Les règles partagées de fonctionnement facilitent les relations entre acteurs et renforcent leur légitimité. Par ailleurs, elles favorisent le suivi du projet, l'organisation des rencontres axées sur la compréhension des avancées et des réalisations. Ce cadre concerté assure l'indispensable transparence et permet à chacun de communiquer sur les actions de valorisation entreprises.

3.6.3 Un calendrier et des règles communs

En complément, pour conduire le projet, la mise en place d'un calendrier contribue à repérer les temps différents des acteurs et des chercheurs, les délais et les priorités.

Ce support collaboratif ([voir Fiche technique n° 1](#)) définit les fréquences des échanges, garantissant leur régularité et donc des rendus progressifs. Soulignant les échéances, ces éléments de suivi aident chacun à honorer ses engagements, à préparer et à être actif dans les différentes étapes de valorisation.

3.6.4 Des temps de travail organisés



Mieux comprendre pour se situer et pour agir.

Le repérage et la traduction des connaissances de la recherche par les acteurs (supports écrits et audiovisuels) sont des éléments fondamentaux de la valorisation dans une démarche apprenante et agissante.

Il s'agit de donner des informations, de porter à connaissance et de confronter les acquis de la recherche avec les pratiques des acteurs.

Ces séances permettent de comprendre, d'apprendre et de tester de nouvelles démarches pour mieux prendre les décisions et les orientations adéquates.

Pour ce faire, diverses initiatives sont repérées :

→ Séries de rencontres et d'échanges, de mise en place de débats autour des acquis de la recherche en cours ou finalisés.

→ Organisation de temps méthodologiques :

◆ des ateliers de formation-action, conduits en petits groupes, sont des espaces d'apprentissage permettant à chaque acteur de revisiter ses modes d'intervention, de situer son action accomplie et de cerner les points d'amélioration et les leviers d'action. L'analyse d'expériences s'articule aussi autour d'un questionnaire porté par des chercheurs sur la base de leurs connaissances acquises ;

◆ la lecture et l'usage de supports méthodologiques constituent également des temps d'apprentissage. Il s'agira pour le premier cercle d'acteurs, avec les chercheurs, de concevoir et de tester des méthodes et des outils. Ensuite, les acteurs analysent et formalisent ces acquis. Ils identifient les entrées utiles pour d'autres. Ils explicitent les démarches et les modes d'utilisation. Cette progression est gage d'une valorisation transférable et transposable.

3.6.5 Une communication en continu



Communiquer pour accroître et consolider la crédibilité du processus de valorisation, communiquer pour diffuser.

Communiquer en continu sur le processus de valorisation est primordial car la valorisation est complexe et se déroule parfois dans le temps.

Il est important que la valorisation soit reconnue par les structures de développement, les financeurs, l'État, les régions et les organismes de recherche afin de :

- confirmer l'intérêt de cette démarche de production de connaissances nouvelles entre acteurs et chercheurs ;
- préserver l'engagement des partenaires sur le long terme ;
- reconnaître leurs fonctions (réfèrent valorisation, acteurs partenaires, chercheurs engagés dans les valorisations opérationnelles) ;
- réunir les moyens nécessaires (dont la mobilisation de temps) à cette coproduction.

Pour asseoir la crédibilité de la démarche de valorisation, les partenaires veillent à communiquer aussi bien à l'interne qu'à l'externe.

Ils se dotent d'un vocabulaire commun, partagent une présentation globale du projet (un contexte et une problématique) et identifient des données à communiquer : « Quelles sont les informations à transmettre auprès de qui, à quel moment et sous quelle forme ? »

Au sein du projet, l'ensemble des partenaires restent informés des progressions des résultats en cours de la recherche, de l'évolution des actions de valorisation, des échanges réalisés et des produits de valorisation.

Il s'agit de partager et de faire circuler les données efficacement (transmission des comptes rendus et des documents produits) auprès des partenaires et dans leurs organisations, afin d'éviter les pertes de confiance « passagères », les démobilisations voire les abandons. La communication doit être garantie auprès du premier cercle d'acteurs (via des fiches synthétiques, des newsletters, sur des sites Internet...). Elle représente un maillon clef du dispositif et éclaire les « pas de temps » des partenaires : le temps des chercheurs à produire des résultats de recherche et le temps des acteurs à préparer et à élaborer des actions de valorisation. Ces rythmes explicités sont mieux compris.

Il s'agit aussi de diffuser les résultats de valorisation à l'externe.

La communication est tout aussi fondamentale en externe auprès des institutions en charge du développement local afin de faciliter leur compréhension de la démarche de valorisation, en les tenant informées sur des étapes du projet, des acquis de production de recherche et des actions de valorisation envisagées et réalisées.

Il est important d'anticiper ces rencontres et de préparer des supports de communication (posters, dépliants, présentation des produits de valorisation, accès à des sites Internet...). Car ces échanges sont l'occasion de confronter les points de vue sur ces propositions d'action de valorisation, et de conduire des réflexions sur les apprentissages et leur application dans des pratiques professionnelles.

3.6.6 Des supports de valorisation connus

Les produits de valorisation doivent être utilisables et connus, et donc sur un support ou formalisé.

Différents formats peuvent être utilisés, écrits ou filmés :

- des supports de sensibilisation réalisés par et pour les acteurs ;
- des références méthodologiques élaborées : guides méthodologiques, fiches repères, outils d'analyse et d'aide à la décision ;
- des programmes de formation (référentiel de formation initiale, professionnelle continue) intègrent des concepts et des outils nouveaux. La valorisation dans l'apprentissage permet de partager au plus vite les acquis de la recherche.

Ces valorisations aident à cerner la spécificité du sujet, introduisent ou actualisent des concepts et des méthodes de travail. Ces apports sont aussi l'occasion de s'appropriier des techniques et des outils, de réfléchir sur des situations nouvelles, de tirer des enseignements à travers des exemples concrets et faciles à comprendre, de s'équiper d'études de cas issues d'expériences terrain, dans le but de se former ou de se professionnaliser.

3.7 _ Une posture active

La valorisation suppose :

- D'être ouvert à la nouveauté : d'accepter que les nouveaux éléments de compréhension puissent déstabiliser et présenter des lectures nouvelles posant question.
- De comprendre les travaux de recherche et de solliciter, si besoin, des éclaircissements. Les connaissances scientifiques, pour être modélisées puis réappropriées par les acteurs, nécessitent du temps de travail.
- De traduire et de produire de nouvelles connaissances où le savoir se construit au fur et à mesure de l'avancée du projet de recherche.

Il s'agit d'adopter une posture d'apprentissage qui permet de croiser les concepts scientifiques, les travaux de recherche avec les pratiques professionnelles (savoirs, savoir-faire) et de conduire des réflexions sur les applications de ces connaissances entre partenaires (acteurs-chercheurs).

L'enjeu du processus de production de la valorisation est donc de créer les conditions pour que :

- les résultats des recherches (en cours ou finalisés) puissent être utilisés ;

- les acteurs du développement comprennent ce que peut apporter la recherche ;

- les chercheurs comprennent ce qu'attendent les acteurs, afin de collaborer avec eux et d'accepter que leurs résultats soient transformés, utilisés ailleurs, par d'autres, sans eux ;

- une stratégie gagnant-gagnant, où la relation est basée sur la satisfaction des deux groupes, se mette en place.

Pour mener à bien ce déroulement, la valorisation engage du temps, à ne pas sous-estimer. Il est important de s'assurer que la valorisation s'inscrit à part entière dans les missions des acteurs engagés. Car la compréhension des apports scientifiques, la préparation, la réalisation et la diffusion des nouvelles connaissances produites exigent engagement et disponibilité.

4 _ DIFFUSER DES PRODUITS DE VALORISATION

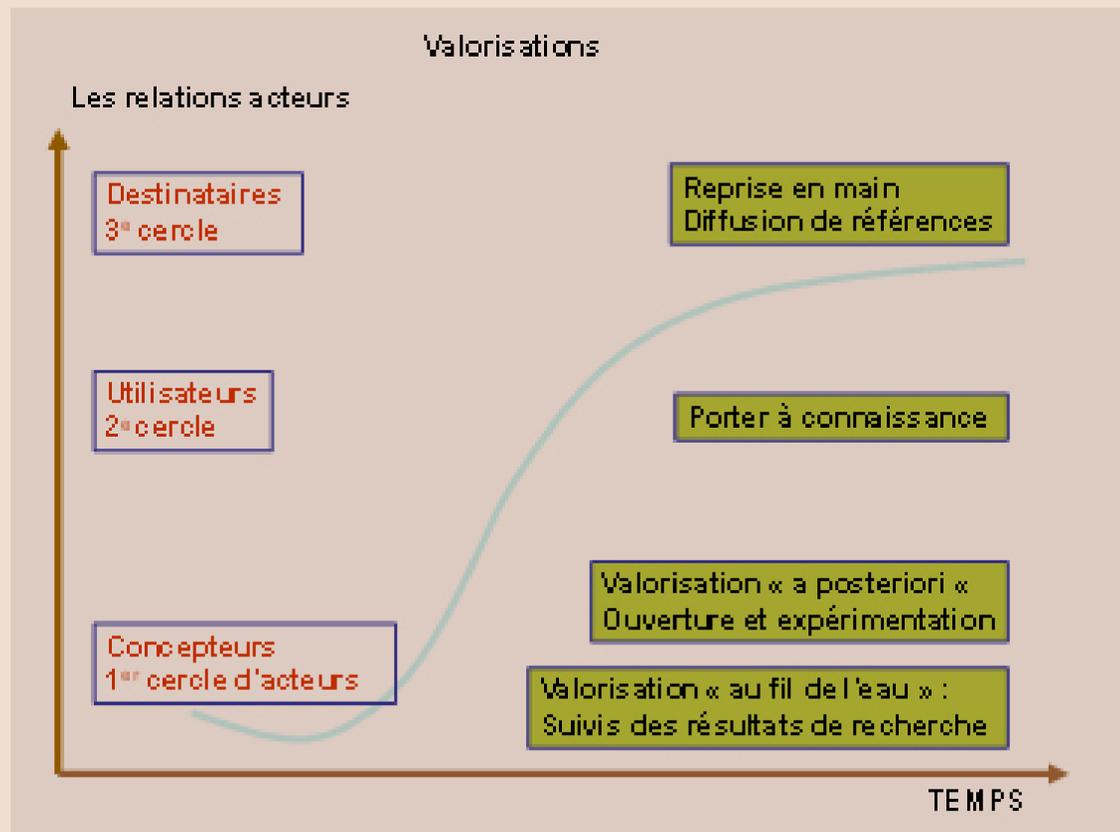
La diffusion des produits de valorisation est une étape majeure et constitue la phase ultime de la valorisation : faire connaître et proposer les nouvelles connaissances produites. Or, la diffusion de produits de valorisation se pose en amont du projet. Elle doit être partagée par tous les acteurs et s'ajuster au fur et à mesure que les résultats de recherche émergent.

Il s'agit de cerner les contenus essentiels, de s'interroger sur le support adapté au public concerné (documents d'information, de sensibilisation, mise en œuvre de nouvelles applications), d'anticiper les phases de compréhension et d'accompagnement nécessaires et de mobiliser les modes de diffusion adéquats.

La stratégie de diffusion est influencée par le contenu du produit de valorisation et sa nature (matérielle ou immatérielle). Elle tient compte :

- du public cible ;
- des coûts de fabrication et de diffusion ;
- des relais de diffusion repérés et mobilisés ;
- du cycle de vie du produit de valorisation (délais et possibilités d'actualisation du produit de valorisation) ;
- ...

La référence aux auteurs des travaux de recherche, qui ont permis les valorisations, est à notifier, respectant ainsi le principe d'utilisation des connaissances.



La démarche de valorisation et sa diffusion sont rarement linéaires.

5 _ F.A.Q

? « Peut-on valoriser sur un projet de recherche qui n'est pas terminé ? »

Oui, ce processus est qualifié de valorisation "au fil de l'eau".

Il s'agit de valoriser pendant le déroulement du projet de recherche, au fur et à mesure que les résultats de recherche se construisent ([voir 2.1.1](#)).

Par ailleurs, la collaboration avec la recherche facilite les échanges croisés. Elle permet aussi de reposer les questions, de mobiliser des méthodes, de réinterroger les modes d'agir et de penser des acteurs du premier cercle.

Ces résultats intermédiaires de la recherche demandent souvent des explications, des éclairages supplémentaires. Ces échanges sont essentiels pendant le projet de recherche pour conserver un lien direct avec les chercheurs, pour consolider la capacité d'appropriation des acteurs et préserver leur mobilisation. En fonction des résultats de recherche disponibles, les acteurs précisent les activités de valorisation qui peuvent couvrir diverses formes :

- élaboration et diffusion des documents d'information de sensibilisation ;
- animation d'ateliers d'échanges ;
- organisation de séminaires de réflexion avec mise en débat des résultats de recherche restitués ;
- tests et mise en œuvre de nouvelles applications...

Ce niveau de valorisation à "effet immédiat" donne une place spécifique au premier cercle d'acteurs engagés avec les chercheurs. Ces acquis intermédiaires les intéressent directement pour une application dans leurs actions

(utilisation de grilles d'analyse pour des diagnostics, création d'argumentaires pour promouvoir un changement, élaboration de plan de communication articulé autour de messages essentiels...).

D'autres peuvent également y trouver leur intérêt. Il s'agit des acteurs dont les terrains ont été étudiés par les chercheurs. Sans être engagés directement dans des projets de recherche, ils peuvent intégrer ces nouvelles connaissances de recherche dans leur stratégie de développement (valoriser une nouvelle lecture de leur territoire, les résultats de diagnostic...).

Ces initiatives doivent être connues par l'ensemble des partenaires du projet, donnant visibilité et consolidant la crédibilité de la valorisation.

Ce processus de valorisation "chemin faisant", ciblé, localisé, suppose une interaction forte entre les chercheurs auteurs de la connaissance et les acteurs utilisateurs de ces nouvelles données. Cette valorisation s'inscrit dans des modes d'apprentissage en continu.

Toutefois, cette valorisation à application immédiate a des limites qui résident dans le fait :

- que sans support écrit, elle se fragilise au risque d'être fortement éphémère. Sans être formalisées de façon précise, ces connaissances sont difficiles à cerner. Évanescentes, elles sont souvent vouées à disparaître, à être oubliées, échappant à des applications élargies.
- qu'il est plus difficile de prendre de la distance pour identifier la dimension transférable et transposable dans d'autres conditions, d'autres contextes et auprès d'autres acteurs. Or, la valorisation doit être compréhensible au-delà du premier cercle et suppose une organisation appropriée.



« Qui peut mener des actions de valorisation ? »

Des acteurs qui sont légitimes et ont un pouvoir à créer du changement, à faire évoluer les pratiques à partir des connaissances diffusées. Des relais missionnés et des structures spécifiques peuvent être en charge de la valorisation ([voir 2.2](#)), de la conception à la diffusion. Reconnus par leur savoir-faire et expérience, ils seront à même :

- de communiquer ;
- de proposer de nouvelles références jugées utiles pour d'autres acteurs, dans d'autres situations ;
- de créer l'envie et l'intérêt d'ouvrir la valorisation à d'autres acteurs ;
- d'identifier des attentes parfois muettes ou invisibles des acteurs ;
- de conduire des valorisations pour d'autres, que l'on connaît ou non ;
- d'assurer la diffusion de ces applications pour le compte d'autrui.



« Comment permettre à des acteurs nouveaux d'intégrer en cours de route des dynamiques de valorisation ? »

L'objectif de valoriser n'est pas de rester entre soi mais bien de favoriser l'ouverture, de développer du réseau pour donner crédibilité et rayonnement au projet et de relier cette initiative à d'autres réflexions, tout en préservant les dynamiques existantes.

La valorisation peut associer de nouveaux acteurs. Il faut alors :

- Privilégier les temps d'interconnaissances
 - ◆ expliquer ce qu'est la valorisation ;
 - ◆ s'interroger sur l'intérêt des partenaires à intégrer de nouveaux acteurs et sur les motivations de l'arrivant ;
 - ◆ s'assurer de la viabilité de cette nouvelle association ;
 - ◆ vérifier la faisabilité entre la valorisation, les missions et les priorités du nouvel acteur.
- Expliquer le projet de recherche et des valorisations en cours
 - ◆ préciser les attentes partagées, l'évolution des objectifs, les échelles de temps voire les retravailler ensemble ;
 - ◆ souligner le caractère évolutif de la valorisation ;
 - ◆ transmettre les résultats de recherche (en cours) et de valorisation de manière synthétique ;
 - ◆ présenter la méthode de travail adoptée : « comment les a-t-on obtenus ? » ;
 - ◆ inciter le nouvel acteur à contribuer aux divers ateliers d'échanges et de réflexion de restitution des travaux ;
 - ◆ faciliter sa participation à ces espaces d'échanges (séminaires, réunions de restitution de résultats des ateliers) pour appréhender les résultats et entrer en dialogue avec les partenaires du projet et tisser ainsi une relation de confiance.

- Décrire le pilotage du projet
 - ◆ présenter les partenaires (acteurs, chercheurs), leurs engagements et leurs responsabilités ;
 - ◆ expliquer la mission du référent valorisation et la spécificité de ce rôle (personne ressource, coordinateur, interlocuteur principal) ;
 - ◆ proposer les modes de travail et souligner le processus de valorisation (échanges – analyses – confrontation -> coproduction de valorisation) ;
 - ◆ expliquer les divers outils de suivi utilisés (tableau de valorisation, calendrier, compte rendu des rencontres, les indicateurs de suivi, les échéances, la stratégie de diffusion).

B

LA DÉMARCHE PAS À PAS

Des méthodes et des outils

La valorisation décryptée

A

La démarche pas à pas

B

L'accompagnement de valorisation

C

Des produits de valorisation

D

Fiches techniques

E

Glossaire A-Z
Bibliographie

F

1 REPÉRAGE

- Étape 1 Cerner vos attentes et celles de vos partenaires
- Étape 2 Vérifier les disponibilités des ressources
- Étape 3 Sélectionner ce qui relève de la valorisation
- Étape 4 Écrire une proposition de sujet de valorisation
- Étape 5 Identifier et confirmer les collaborations

2 PRÉPARATION DU PROJET DE VALORISATION

- Étape 6 Vérifier la compatibilité des attentes acteurs - chercheurs
- Étape 7 Formaliser les questions de valorisation et les apports de la recherche
- Étape 8 Ecrire le projet
- Étape 9 Trouver les moyens

3 MISE EN ŒUVRE DE LA VALORISATION

- Étape 10 Démarrer le projet
- Étape 11 Suivre le projet de valorisation

4 FINALISATION DES PRODUITS DE VALORISATION

- Étape 12 Concevoir les produits de valorisation
- Étape 13 La diffusion des produits de valorisation

5 EVALUATION

- Étape 14 Analyser la démarche de valorisation

DES MÉTHODES ET DES OUTILS

Cette partie vise à donner des repères, des méthodes et des outils pour les 5 phases de la valorisation :

- > le repérage de sujets de valorisation ;
- > la préparation du projet de valorisation ;
- > la mise en œuvre de la démarche de valorisation ;
- > la diffusion des valorisations ;
- > l'évaluation des produits de valorisation ;

La démarche de valorisation se construit autour de 4 questions fondamentales :



- . **Sur quoi** : quelles sont les préoccupations des acteurs du développement et des chercheurs, et leurs sujets à explorer ?
Comment identifier les résultats de recherche pouvant faire évoluer les pratiques des acteurs du développement ?
Comment identifier les acteurs pouvant s'associer aux travaux de recherche ?
- . **Qui** s'engage dans la construction des nouvelles connaissances ?
Comment identifier des acteurs et des chercheurs prêts à collaborer ?
- . **Quand** valoriser ?
- . **Comment** coopérer entre acteurs et chercheurs et avec quels outils de suivi ?

PHASES ET ÉTAPES DÉMARCHE DE VALORISATION

Repérage 1 ▶ Attentes des acteurs et des chercheurs
2 ▶ État des ressources existantes
3 ▶ Sélection
4 ▶ Proposition de sujet(s) de valorisation
5 ▶ Rapprochement acteurs-chercheurs

Préparation 6 ▶ Vérification, comptabilité des attentes
7 ▶ Formalisation du rapprochement
8 ▶ Écriture du projet
9 ▶ Finalisation du projet

Mise en oeuvre 10 ▶ Démarrage du projet
11 ▶ Suivi du projet

Finalisation des valorisations 12 ▶ Conception
13 ▶ Diffusion

Evaluation 14 ▶ Analyse



REPÉRAGE

Ce premier repérage peut être déclenché par un acteur ou un groupe d'acteurs du développement, des chercheurs, ou impulsé par un dispositif d'accompagnement de valorisation. Cette phase en 5 étapes permet aux acteurs et aux chercheurs de définir un sujet commun de valorisation, de cerner les contours de leur collaboration et les moyens nécessaires.

ÉTAPE

1

CERNER VOS ATTENTES ET CELLES DE VOS PARTENAIRES.

VOUS ÊTES ACTEUR, les sujets de valorisation se déterminent en fonction de vos enjeux et de vos priorités.

Seul ou avec vos partenaires, posez-vous les questions suivantes :

- Sur quoi manquez-vous de connaissances ?
- Quelles seraient vos pratiques à développer ou à consolider ?
- Quelles sont les difficultés ou les points de blocages que la recherche pourrait vous permettre de dépasser ?
- Quels sont les enjeux de développement de vos territoires qui mériteraient de nouvelles analyses ou des clefs de lecture pour une meilleure compréhension des réalités ?
- Sur quoi êtes-vous prêt à évoluer, à revisiter vos pratiques ?

Seul ou avec un groupe d'acteurs, explicitez les enjeux et évaluez les intérêts à valoriser ; vous pouvez :

- Réaliser, dans un premier temps individuellement, votre propre estimation de gains avec la valorisation : les applications possibles, les limites (risques de concurrence entre acteurs), le temps disponible que vous pouvez y consacrer et les compétences que vous pouvez mobiliser. Puis, dans un second temps, vous partagez ces constats et les discutez avec d'autres acteurs et ou des chercheurs.
- Lister ainsi les avantages de valoriser et les conditions de mise en œuvre.

Voici quelques exemples qui sont couramment présentés par des acteurs engagés dans la valorisation et que vous pouvez compléter :

Avantages	Conditions
<ul style="list-style-type: none"> - Prendre du recul sur les actions - Avoir une meilleure compréhension des contextes pour agir - Répondre à des demandes d'innovation - Mener des actions nouvelles - Se doter de nouveaux concepts - Acquérir de nouvelles méthodes - Partager des pratiques - Innover - Devenir compétitif et mieux se positionner - Bénéficier d'une reconnaissance sociale à travers des travaux de recherche 	<ul style="list-style-type: none"> - Accéder et comprendre aux résultats de recherche - Connaître les partenaires (acteurs et chercheurs) engagés dans une valorisation partagée - Différencier les temps nécessaires à la recherche et ceux consacrés actions de valorisation - Gérer les échéances - Avoir du temps afin que la valorisation n'entraîne pas une surcharge de travail



Pensez aussi à vous assurer de la compatibilité de cette nouvelle association entre acteurs, anticipez et cernez les risques de conflits, de concurrence ou de rapports de force.

VOUS ÊTES CHERCHEUR, l'intérêt de valoriser avec des acteurs doit être défini.

- En quoi la valorisation conduite par des acteurs peut-elle contribuer à vos actions de recherche ?
- Les sollicitations d'acteurs, votre implication dans leurs actions de valorisation sont-elles compatibles avec vos priorités de recherche ?
- Êtes-vous disponible pour échanger, partager les résultats de vos travaux et acceptez-vous que les acteurs les interprètent, les transforment ?

Certains chercheurs, engagés dans des actions de valorisation avec des acteurs, ont exprimé leur intérêt dans cette collaboration que vous pouvez aussi compléter :

Avantages	Conditions
<ul style="list-style-type: none"> - Préciser les travaux de recherche en cours en fonction des questionnements des acteurs et de leurs attendus de valorisation - Faire émerger de nouvelles thématiques de recherche à partir des préoccupations des acteurs - Présenter et échanger sur les résultats de recherche auprès d'acteurs, dans des territoires diversifiés - Mieux connaître les acteurs du développement et mieux comprendre leur réalité - Tisser des relations, élargir et construire un réseau d'acteurs - Découvrir de nouveaux territoires. - Élaborer des outils d'aide à la décision publique 	<ul style="list-style-type: none"> - Identifier et se rapprocher des acteurs du développement prêts à collaborer - Les acteurs expriment clairement leurs préoccupations - Connaître les enjeux des territoires - Accéder aux questions des acteurs - Identifier les pratiques et les connaissances des acteurs pour favoriser les débats autour des travaux de recherche

ÉTAPE 2

VÉRIFIER LES DISPONIBILITÉS DES RESSOURCES



« Quelles sont les données existantes sur le sujet qui m'intéresse ? Ces informations peuvent-elles déjà répondre à mes attentes et à mes questions ? »

« Qui sont les acteurs qui souhaitent participer et utiliser mes travaux de recherche ? »

VOUS ÊTES ACTEUR

Lors de cette seconde étape, vous identifiez si les connaissances que vous cherchez existent. Pour cela :

- Recherchez des documents (dossiers thématiques, de sensibilisation, des guides méthodologiques...), des expériences conduites par des acteurs du développement et des ressources scientifiques (rapports scientifiques, publications, actes de colloques), en lien avec la thématique retenue sur différentes bases documentaires.
- Analysez les informations recueillies : en quoi répondent-elles à vos questionnements ?

L'identification de ces ressources peut également vous aider à revoir et à préciser le contenu de vos besoins. Ces expressions fines, sur "ce que vous voulez savoir" et sur les intérêts d'acquérir de la connaissance pour vous et pour les autres acteurs, vous permettront de définir et de mobiliser la meilleure manière d'y répondre.

VOUS ÊTES CHERCHEUR

Cette étape vous permet de vérifier si des acteurs sont intéressés par vos résultats de recherche, les travaux en cours et les projets à venir. Vous indiquez à quoi et pour qui ces apports scientifiques seront mobilisables. Ainsi, lors de la présentation de vos actions, de vos publications, réalisée dans le cadre de manifestations, au sein d'ateliers de réflexion, dans un dispositif de R&D, vous repérez plus facilement les acteurs qui pourraient s'engager avec vous. Vous cernez mieux leurs préoccupations.

ÉTAPE 3

SÉLECTIONNER CE QUI RELÈVE DE LA VALORISATION

VOUS ÊTES ACTEUR

Parmi vos besoins, tout n'est pas forcément lié à la valorisation des recherches pour répondre à vos préoccupations. D'autres approches existent et d'autres collaborations avec la recherche sont possibles, pouvant répondre à vos attentes : des expertises, des évaluations, des études techniques, des interventions ponctuelles dans des manifestations...

Dans cette troisième étape, vérifiez aussi :

- Si vos préoccupations rencontrent des recherches déjà construites dont les résultats scientifiques sont accessibles.
- Si vos attentes nécessitent la production de nouvelles connaissances scientifiques qui s'adosent sur des recherches existantes ou engagent de nouveaux projets de recherche, de nouveaux thèmes pour les chercheurs.

VOUS ÊTES CHERCHEUR

Parmi vos productions de recherche, publiées ou non, finalisées ou en cours d'élaboration, toutes les productions scientifiques ne sont pas forcément destinées à la valorisation des acteurs et ne correspondent pas systématiquement à leurs objectifs. Aussi, vérifiez si vos travaux peuvent être soumis à un exercice de valorisation par les acteurs :

- Vos travaux sont-ils assez stabilisés pour être présentés ? Quels sont les prérequis pour commencer à appréhender vos résultats de recherche ? Quelles sont les connaissances que doivent préalablement maîtriser suffisamment les acteurs ?
- Les travaux de recherche peuvent-ils devenir opérationnels ?
- Ces nouvelles connaissances scientifiques sont-elles diffusables en l'état ? Quelles en sont les limites ?

Ou au contraire, vos résultats scientifiques consistent en des travaux expérimentaux, entrepris principalement en vue d'acquérir de nouvelles connaissances théoriques, indépendamment des perspectives d'application. Et certains travaux expérimentaux nécessitent de lancer la production de nouveaux procédés innovants, sans garantir leurs résultats.

ÉTAPE 4

ÉCRIRE UNE PROPOSITION

DE SUJET DE VALORISATION

EN TANT QU'ACTEUR, vos préoccupations vous permettent d'écrire une première version de vos questionnements et attentes. Ce travail va vous servir lors de vos discussions entre acteurs et chercheurs.

- Bannissez l'autocensure et laissez libre cours à toutes les expressions qui précisent vos préoccupations.
- Affichez et nommez l'enchaînement des questions.
- Situez vos préoccupations dans votre contexte, mettez en relation vos thématiques avec les circonstances économiques, sociales, historiques, politiques... dans lesquelles elles ont émergé / elles se sont produites.
- Imaginez et sollicitez des champs disciplinaires qui assureraient le croisement des lectures et des apports qui vous seraient utiles. L'interdisciplinarité permet l'enrichissement des contenus scientifiques et la réflexion des acteurs.
- Nommez les résultats scientifiques repérés ou ceux que vous attendez de la recherche.
- Explicitez l'utilisation que vous allez en faire et avec qui.

Cette étape de première écriture est aussi l'occasion pour vous de partager, au sein du groupe d'acteurs, les diverses formes de valorisation. Cela peut regrouper :

- > des dossiers de vulgarisation, de documents de sensibilisation ;
- > des animations de sessions de formation sur la thématique ;
- > l'accueil et le suivi d'étudiants sur vos territoires. En qualité de maître de stage vous organisez des rencontres entre acteurs et des séances de restitution ou vous partagez les résultats des travaux ;
- > la co-construction et votre participation à des projets de recherche.

De plus, le groupe d'acteurs réunit des compétences complémentaires qui vous permettront certainement d'entrevoir un éventail d'actions de valorisation.

Vous trouverez ci-dessous une liste non exhaustive d'exemples d'expressions de sujets de valorisation posées par des acteurs dans le cadre du programme PSDR3 Rhône-Alpes :

« Nos préoccupations concernent les diagnostics de nos territoire et leur utilisation, car chaque unité thématique réalise sa propre étude. Il serait intéressant de savoir repérer les ressources des territoires pour élaborer une stratégie de développement. »

« Les travaux de recherche peuvent m'apporter un nouveau regard sur les méthodes de diagnostic. »

« Les travaux de recherche devraient nous aider, en qualité de chargés de mission chambre d'agriculture, à avoir une meilleure compréhension des aléas climatiques. Ces connaissances nous permettraient d'adapter nos conseils auprès des éleveurs, afin que leurs exploitations atteignent une meilleure autonomie fourragère. »

« Tenant compte des réformes territoriales et de notre mission d'accompagnement des agents de développement, nous avons proposé une nouvelle thématique pour la recherche sur l'ingénierie territoriale. Nous avons participé activement au projet de recherche : de l'élaboration des questions de recherche au suivi des résultats de recherche et à leur utilisation. »

EN TANT QUE CHERCHEUR

Les préoccupations des acteurs ne s'expriment pas automatiquement en terme de recherche. Faites-leur préciser leur proposition de sujet de valorisation en les questionnant sur leurs atouts, les points de blocages repérés et la description du contexte. Ces échanges vous permettent de mieux appréhender l'environnement de vos interlocuteurs et leurs pratiques. Il s'agit également pour vous de repérer vos résultats de recherche qui peuvent correspondre aux applications et les travaux qui demanderont à être clarifiés, complétés. Ces échanges sont aussi l'occasion de cerner et de proposer d'autres apports de la recherche.

ÉTAPE 5

IDENTIFIER ET CONFIRMER

LES COLLABORATIONS

Cette cinquième étape d'identification permet de repérer les partenaires de la valorisation : le(s) "bon (s)" acteur (s), le (s) "bon(s)" chercheur(s), le (s) "bon" territoire (s).

VOUS ÊTES ACTEUR

Sur la base de vos investigations dans les étapes n° 2 et n° 4, vous devez à présent identifier les travaux de recherche au plus près de votre problématique. Vous choisissez, parmi vos préoccupations, celles qui peuvent être objet de valorisation car toutes ne peuvent pas être couvertes par la recherche. À partir de vos priorités hiérarchisées, contactez des chercheurs disponibles et intéressés à collaborer avec vous. « Qui est prêt à collaborer ? »

En repérant les productions de recherche, vous pouvez :

- repérer des passages qui correspondent à vos questionnements et abondent vos réflexions ;
- demander aux chercheurs des éléments complémentaires. Ces éclairages apportés vous permettront de valider ou non vos questionnements ;
- et présenter votre sujet de valorisation et les applications possibles.

VOUS ÊTES CHERCHEUR

Vous apportez des éclaircissements sur vos travaux, appréhendez les conditions d'appropriation et de compréhension des acteurs. Sollicitez les acteurs afin qu'ils vous fournissent des compléments d'information sur les applications envisagées ainsi que sur les destinataires finaux. Demandez les modalités et le niveau de votre implication attendus par les acteurs : aide à la conception du produit de valorisation, participation à des formations, à des ateliers d'échanges, validation de tests d'application.

POUR L'ENSEMBLE DES PARTENAIRES (acteurs et chercheurs), cette étape de repérage est l'occasion de synthétiser et de confirmer les collaborations. Osez questionner, parler concrètement et décrypter les réponses.

- Quelles sont les motivations à s'engager dans des actions de valorisation des recherches ? Que recherchent les acteurs et les chercheurs ?
- Comment la valorisation est-elle perçue par les acteurs et les chercheurs ?
- Comment les chercheurs positionnent-ils la valorisation des acteurs par rapport à la valorisation scientifique ?
- Comment les acteurs vont-ils transformer et utiliser les résultats de recherche ?
- Quelles sont les expériences de valorisation des uns et des autres.
- Quelle est la disponibilité de chacun ? Comment les acteurs et les chercheurs peuvent-ils s'engager et sur combien de temps ?
- Quelles sont les conditions d'engagements de chacun ?
- Quelles sont les conditions pour que le partenariat fonctionne ?
- Qui sera nommément mobilisé ?

PRÉPARATION DU PROJET DE VALORISATION

Avant que vous formalisiez votre partenariat :

- Vérifiez les associations possibles entre les acteurs et les chercheurs.
- Validez la cohérence des actions de valorisation et mobilisez les moyens financiers et humains nécessaires.

ÉTAPE 6

VÉRIFIER LA COMPTABILITÉ DES ATTENTES ACTEURS-CHERCHEURS

Après avoir ciblé les priorités de valorisation et cerné les ressources nécessaires, la vérification de la viabilité dans le temps des attentes des acteurs et des chercheurs vous permet :

- De lever des difficultés de compréhension entre vous, acteurs et chercheurs :
 - ◆ acteurs, situez vos attentes auprès des chercheurs ;
 - ◆ chercheurs, situez vos résultats de recherche par rapport aux attentes des acteurs ;
 - ◆ chercheurs et acteurs, éclaircissez l'accessibilité des données de recherche.

- D'identifier la diversité des cultures institutionnelles, les obligations et les échéances de chacun. Une meilleure compréhension des contextes et des contraintes facilite la gestion des temporalités des deux groupes : les pas de temps entre celui de la recherche et celui de la valorisation, les temps pour l'élaboration du projet et de son financement, les temps de réflexion, les temps de réalisation. La prise en compte de ces délais préserve la stabilité des partenaires et le réalisme des résultats attendus.
- De préciser, d'ajuster les fonctions indispensables et le rôle de chacun dans le projet de recherche et de valorisation.

Pour consolider cette compatibilité :

..... EN TANT QU'ACTEUR :

- Organisez des rencontres sur vos préoccupations et sur les apports de la recherche.
- Explicitez votre projet de valorisation : les objectifs, les publics cibles.
- Proposez et favorisez des actions communes à petite échelle, permettant d'expérimenter des collaborations ponctuelles (intervention dans une rencontre, invitation pour des visites terrains, participation à des recherches telles que la préparation et l'analyse d'enquêtes...).
- Adoptez une posture d'apprenants où la nouveauté et la confrontation des points de vue sont attendues et acceptées. Car la valorisation se fonde sur l'envie d'apprendre et de faire muter les acquis.

ACTEURS ET CHERCHEURS

- Privilégiez ces temps d'interconnaissances qui influent sur la qualité des relations humaines. L'expérience de collaborations facilite les échanges permanents entre les questionnements d'acteurs et ceux de la recherche.
- Gardez à l'esprit le fait que cette période est plus ou moins longue en fonction des pratiques antérieures que vous avez menées avec des acteurs et des chercheurs.

ÉTAPE 7

FORMALISER LES QUESTIONS DE VALORISATION ET LES APPORTS DE LA RECHERCHE

Formalisez maintenant ce rapprochement en fonction des acteurs impliqués, de l'état d'avancement des projets de recherche (en conception, en cours ou finalisés) et des objectifs de valorisation en trois points successifs :

- Élaborer un tableau de valorisation qui sera la référence mais pourra aussi évoluer. Il est, dans un premier temps, conçu par les acteurs de la valorisation, intégrant leurs questions et les produits de valorisation attendus.
- Soumettre ce document aux chercheurs pour qu'ils vérifient la correspondance entre la matière de recherche disponible ou en cours et les valorisations qui seront menées. Si besoin, les apports scientifiques peuvent être précisés et complétés dans ce document. Dans le cadre d'un projet de recherche, les chercheurs déconstruisent et reconstruisent les interrogations, les préoccupations des acteurs en questions de recherche. Cette démarche scientifique, « ce que l'on veut savoir en recherche », permet aussi d'enrichir le questionnement des acteurs.
- Valider collectivement le tableau de valorisation.

Cet outil permet à chacun de rester sur son domaine et de définir le point de jonction. Il permet aux acteurs de préciser les valorisations attendues [1] et la nature des éléments que les chercheurs doivent livrer aux acteurs, et de séquencer le travail de recherche si nécessaire [2], d'explicitier le caractère opérationnel des valorisations [3] :

souhaite-t-on informer, définir, échanger, argumenter, impulser, accompagner, former, aider à la décision... ?

Ce support est l'occasion de préciser le public cible [utilisateurs] [4] d'identifier les méthodes [5] et de décrire le rôle de chacun des membres [6].

1	2	3	4	5	6	Période
Produits de valorisation attendus par les acteurs / validés	Matière Recherche : Résultats de recherche attendus Travaux scientifiques accessibles	Déclinaisons opérationnelles des produits de valorisation	Pour qui ? Utilisateurs	Méthode Moyens	Rôle des partenaires	Calendrier

Deux modèles de tableau de valorisation sont proposés dans la [fiche technique n° 1](#).

Le premier concerne des valorisations "au fil de l'eau", dans le cadre de projet de recherche, prenant en compte le rythme du déroulement des travaux de recherche. Il s'agit en amont de :

- présenter les questions d'acteurs et les questions de recherche ;
- traduire les préoccupations d'acteurs en produits de valorisation attendus et les rapprocher des résultats de recherche ;
- définir ensemble les rôles entre acteurs et chercheurs dans les méthodes d'investigations des recherches et de conception des valorisations.

Le second tableau concerne les valorisations "a posteriori", où les résultats de recherches sont stabilisés et accessibles.

EN TANT QU'ACTEUR, VOUS :

- repérez les éléments issus des résultats de recherche que vous jugez fondamentaux ;
- proposez leur traduction en méthodes, en nouvelles connaissances utiles pour d'autres praticiens, pour des applications à plus grande échelle ;
- sollicitez, si besoin, les conseils des chercheurs sur les valorisations envisagées.

ÉTAPE 8

ÉCRIRE LE PROJET

Il s'agit de concrétiser les étapes précédentes où l'élaboration du projet de valorisation permet de :

- souligner les objectifs et les résultats attendus de recherche et de valorisation ;
- élaborer la programmation d'exécution, vérifier le déroulement et l'articulation des étapes programmées ;
- raisonner le choix des expérimentations (des territoires, des terrains possibles, des enquêtes...) ;
- préciser les rythmes de rencontres ;
- définir les méthodes de travail qui seront utilisées, la contribution de chacun et le pilotage, les modalités de collaboration.

Cette étape pose clairement les enjeux et fixe les limites du possible. Concrètement, la construction des modes de pilotage et de régulation est fondée sur le partenariat. Il s'agit :

- de construire le niveau d'organisation entre les partenaires. Le « Qui fait quoi ? » permet de formuler vos préoccupations et de préciser vos engagements et vos disponibilités ;
- de définir les modes de décisions « Qui décide quoi ? », le rôle et le rythme de rencontre des instances créées (comité de pilotage et / ou groupes de travail techniques) ainsi que la mission spécifique du référent valorisation ;

- de présenter et de partager le dispositif de suivi en interne. Le tableau de valorisation (voir [Étape 7](#)) vous a permis, à partir des valorisations attendues et des éléments de recherche disponibles, de construire les produits de valorisation, d'explicitier leur caractère opérationnel. Cet outil précise le public cible (utilisateurs finaux) et décrit le rôle de chaque partenaire. Cet outil sera à actualiser en fonction des avancées du projet et des nouveaux événements.

ÉTAPE 9

TROUVER LES MOYENS

Mobilisez les ressources humaines et les moyens financiers en ayant, au préalable, adapté et partagé le protocole de travail, les prévisionnels entre acteurs et chercheurs, pour trouver les moyens nécessaires et finaliser ainsi le projet. Ce montage et la recherche de partenaires financiers constituent une étape déterminante.

9.1 _ Précisez les moyens nécessaires

En amont, identifiez les moyens nécessaires pour votre projet de valorisation.

- Cernez les besoins en moyens humains, les compétences disponibles en interne et en externe. Définissez, avec les chercheurs, leur participation. Certains produits de valorisation peuvent nécessiter des prestataires. Ces prestations sont à estimer. Par exemple, il peut s'agir de graphistes pour des publications, d'animateurs professionnels pour des séminaires, de productions audiovisuelles...
- Choisissez le référent valorisation ([voir Étape 11](#)) et précisez ses missions. Il assure un rôle d'interface indispensable au sein du projet. C'est l'interlocuteur principal pour les acteurs, pour les chercheurs impliqués et pour les prestataires. Il organise les passerelles entre les acteurs et entre les chercheurs et les acteurs. Il bénéficie de la reconnaissance de l'ensemble des partenaires et consolide le rôle de maître d'œuvre des acteurs, il s'assure la coordination et de l'exécution du projet. Soutenu par son institution, ses attributions sont clairement définies et partagées collectivement.

La *participation d'un animateur* accompagnant la démarche facilite ces rapprochements.

- Assurez-vous de la cohérence entre les temps disponibles des acteurs et des chercheurs et les activités de valorisation prévues. Il est important de ne pas négliger le temps nécessaire aux préparations, aux rencontres d'échanges et à l'animation du partenariat.
- Définissez les engagements financiers ([voir 9.4](#)). Identifiez les temps de travail à engager et leur montant, les frais liés aux déplacements, aux rencontres, aux prestations, à l'acquisition de données, de logiciels, de matériels techniques spécifiques.
- Dotez-vous d'un budget prévisionnel aussi fin que possible, qui vous permettra d'ajuster vos ambitions aux ressources financières disponibles.

9.2 _ La recherche de financement

Un travail de veille sur les financements publics / privés est à mener, axé sur :

- les informations des projets européens et leur réglementation ;
- les cadres réglementaires techniques et les marchés publics ;
- les appels à projet qui offrent des possibilités pour accéder à un cadre de financement approprié où le projet de valorisation pourrait s'insérer ;
- la prise en compte de la nature du projet de valorisation, qui permet d'optimiser la recherche de financement. Des paramètres divers caractérisent les projets de valorisation et leur plan de financement : données financières des porteurs des projets, aspects juridiques et

fiscaux des institutions, dimensions de développement durable du projet (économique, environnementale, écologiques et technologiques), ainsi que la valeur – marchande ou non – du produit de valorisation.

9.3 _ Anticiper la gestion administrative et financière

La partie financière du projet n'est pas à négliger, non plus que sa dimension administrative. Il faut prendre en compte les montants à engager et leurs financements (publics et privés), dont les taux de subvention ne sont pas identiques, suivre les conventionnements, les modes de justification et respecter les diverses tâches administratives liées.

La sécurisation du budget et de la gestion financière est l'affaire de tous les partenaires.

Plusieurs paramètres sont à intégrer tels que :

- le portage du projet : le budget est-il porté par un acteur ou pour un collectif ?
- le nombre d'acteurs et de structures impliqués ;
- la durée de réalisation du projet et la période des subventions allouées. Ces financements sont-ils annuels, renouvelables ou pluriannuels ?
- les caractéristiques du financement du projet :
 - ◆ les conditions de cofinancement ;
 - ◆ la nature des subventions, leur durée, leur taux et leur mode de calcul ;
 - ◆ l'éligibilité des dépenses ;
 - ◆ la valorisation du temps de travail et la prise en compte des autofinancements ;

- ◆ les possibilités de reversement offertes par les subventions en cas de portage unique du budget par l'un des acteurs ;
- ◆ les justificatifs à fournir et les niveaux de précision ;
- ◆ les conditions et délais de paiement ;
- ◆ le type de document technique et les indicateurs de résultats à fournir.

Le référent valorisation, souvent porteur du projet, a généralement besoin de l'aide des autres partenaires dans l'organisation des tâches administratives, du suivi financier. Ces tâches concernent principalement :

- ◆ le rassemblement et l'expédition des pièces justificatives des dépenses aux financeurs ;
- ◆ l'élaboration de cahier des charges et l'appel d'offres pour l'identification de prestataires ;
- ◆ la gestion des relations avec les prestataires techniques et financiers.

Si plusieurs partenaires engagent des dépenses, ils se dotent d'une gestion administrative et financière en cohérence avec les engagements auprès des financeurs. Des règles précises sont établies en début de projet sur les justifications à produire et les délais.

L'ensemble des partenaires doit alors :

- ◆ partager un vocabulaire commun ;
- ◆ connaître les modalités de financements ;
- ◆ comprendre les procédures des financements mobilisés
- ◆ adopter les mêmes formats de justification des dépenses réelles, des frais de déplacement, du temps de travail passé ;
- ◆ pouvoir suivre les budgets alloués à toutes les opérations de valorisation. Ce suivi permet de mesurer et de rectifier les écarts entre prévisionnel et réalisé, et d'ajuster les activités.

Le mode de gestion des fonds, les délais de paiement des subventions sont des données importantes à connaître. Généralement, la structure porteuse du projet sur le plan financier engage les dépenses sur le long terme avant leur règlement, ce qui suppose des avances de trésorerie.

Il faut raisonner les projets dans la durée.

Il est nécessaire d'intégrer les rythmes de valorisation des recherches sur une période longue, marquée par des phases communes entre acteurs et chercheurs et des phases indépendantes. Les relations à long terme intègrent ces temps différents : temps de l'interconnaissance, temps de la recherche, temps d'apprentissage, temps de réflexion temps de production des produits de valorisation.

Par exemple, dans les projets de recherche PSDR3, les démarches de coproduction entre acteurs du développement et chercheurs se déroulent au moins sur 4 années. Deux années supplémentaires sont consacrées, en Rhône-Alpes, à la valorisation "a posteriori". À partir de travaux de recherche finalisés, la valorisation prend au moins 18 mois.

D'autres dispositifs confirment ces délais tels qu'Agro-transfert ressources et territoires. Cette plateforme d'application et un réseau de transfert de la recherche agronomique estiment un besoin d'accompagnement d'un an auprès des acteurs, pour assurer une appropriation des outils proposés.

Il faut veiller à une stratégie gagnant-gagnant où les acteurs, par leur investissement en temps, construisent dans ce partenariat leur propre ressource et référence opérationnelle.

9.4 _ Les postes de dépenses de valorisation

Définis par l'ensemble des partenaires, les principaux postes de dépenses sont :

- les moyens humains : le temps passé par le référent valorisation, les acteurs valorisateurs, les chercheurs collaborant pour des actions précises de valorisation, les stagiaires... ;
- les frais des réunions collectives engagés : location de salles, frais de transport, de restauration... ;
- les moyens matériels : équipement informatique ;
- les frais de fonctionnement dédiés aux actions de valorisation : frais de communication, fournitures de bureau... ;
l'achat de ressources : données documentaires, intrants pour des expérimentations, éléments techniques complémentaires (statistiques) ;
- la fabrication du produit de valorisation et de ses supports d'accompagnement : un support audiovisuel et son livret explicatif, un guide méthodologique, des sessions de formation. Par exemple, une douzaine de jours ont été consacrés à la préparation d'une session de formation de deux jours en face à face pour un groupe d'acteurs, couvrant la conception pédagogique, la préparation des documents, l'organisation des visites terrain et la formation... ;
- les montants des prestations spécialisées : son, image, graphisme, reprographie, webmaster, réalisation d'études telles que l'évaluation du projet ;
- les coûts de production des supports de communication pour les séminaires : plaquettes, fiches de présentation du projet et des résultats... ;

- les frais de diffusion et de promotion des produits de valorisation auprès des médias locaux, régionaux et nationaux, dans les réseaux, sur les sites Internet ;
- les frais indirects : le temps de travail lié à la gestion administrative et financière et l'édition du rapport d'activité.

L'actualisation du support de valorisation est également à prévoir, même si son coût ne peut pas être intégré dans le budget. C'est un critère important dans le choix des supports envisagés.

Certains postes importants ne doivent pas être oubliés.

L'investissement en temps doit être évalué à sa juste valeur afin d'intégrer la valorisation dans les activités des partenaires :

- le temps des partenaires passé aux préparations, aux animations des rencontres, aux expérimentations, aux synthèses des travaux ;
- le temps du référent valorisation passé à animer le partenariat, à suivre le projet et à assurer la circulation des informations en interne et à l'externe. À titre d'exemple, certains référents acteurs valorisation ont évalué, dans des projets PSDR3 en Rhône-Alpes, leur charge de travail au double ou au quadruple par rapport à leur prévision.

Budget type

La maquette de budget proposée ci-dessous est issue des budgets des acteurs dans les projets du programme PSDR3 Rhône-Alpes.

À titre d'exemple, y figurent certains des montants mobilisés par un centre de ressources sur trois années de valorisation "au fil de l'eau", participant à des projets de recherche, hors temps de travail.

	Année 1	Année 2	Année 3
RUBRIQUES	Montants	Montants	Montants
Investissement			
Équipement informatique			
Autres matériels (à spécifier)			
Personnels engagés			
Référent valorisation responsable du suivi du projet			
Acteurs à engagement permanent dans le projet de valorisation			
Stagiaires	4 500	4 500	2 500
Frais de déplacement	2 000	3 000	500
Frais de fonctionnement dédiés à la valorisation			
Reprographie			
Frais de téléphone et affranchissement			
Fournitures de bureau			
Organisation rencontres (réunions de suivi / ateliers / séminaires)	900	6 000	1 400
Location de salle	350	500	200
Frais de restauration		3 000	
Intervenants externes			
Autres à spécifier			
Réunions collectives / journée d'étude	550	1 000	
Séminaires		1 500	1 200
Frais d'études et de diagnostic			
Acquisition de données			
Acquisition de ressources documentaires			
Expertise technique			
Diffusion / Communication			9 500
Frais de conception de document		1 200	8 000
Reprographie			1 500
Conception de site Internet			
Frais d'hébergement du site Internet			
Autres			
Autres frais (à préciser)			



MISE EN ŒUVRE

DE LA VALORISATION

À partir des objectifs validés du projet et des moyens humains et financiers obtenus (*voir Étape 9*), réajustez, si nécessaire, l'organisation du travail : la méthodologie à adopter et les outils entre acteurs et chercheurs.

ÉTAPE 10

DÉMARRER LE PROJET

Après avoir ciblé les priorités de valorisation et cerné les ressources nécessaires, la vérification de la viabilité dans le temps des attentes des acteurs et des chercheurs, vous permet d'organiser le projet.

10.1 _ Des séquences de travail

EN TANT QU'ACTEUR

- Anticipez, planifiez et définissez l'objet des séquences de travail.
- Préparez les rencontres :
 - ◆ Vous proposez un ordre du jour, vous identifiez et invitez les participants, les intervenants

- ◆ Vous élaborez les supports (écrits et visuels) qui seront présentés et distribués en séance. Vous choisissez les messages, le langage et les illustrations adaptés à votre public.
- ◆ Vous animez avec d'autres et vous impulsez la dynamique : précisez la durée, l'objectif et la finalité.
- ◆ Vous préparez la suite : rédigez les relevés de décision qui constituent la mémoire des échanges. L'appréciation de la rencontre vous permet d'adapter ces temps de travail (contenu et format) et de définir des perspectives d'actions.

EN TANT QUE CHERCHEUR

Vous participez également à ces rencontres. Vous demandez aux acteurs partenaires sur quoi doit porter la présentation de vos travaux de recherche. C'est également l'occasion pour vous de vous rapprocher des acteurs et d'identifier des approfondissements ou de nouvelles actions de recherche.

Des séquences de travail couvrent :

- Des séquences d'échanges et de mise en débat où la confrontation génère de nouveaux regards.
 - ◆ Des réflexions communes d'enrichissement réciproque de la compréhension de la lecture d'un sujet ou d'une question.
 - ◆ L'animation de séances de réflexion autour des résultats de recherche et leurs perspectives d'application avec les acteurs engagés du projet et auprès d'agents de développement et d'autres réseaux.
 - ◆ L'organisation de débats et d'échanges où les acquis de la recherche

sont soumis à la discussion avec les praticiens et les décideurs, sous forme de séminaires thématiques et d'études prospectives contribuant aux débats et précisant les actions de valorisation.

→ Des expérimentations

- ◆ Des réalisations opérationnelles des actions de valorisation.
- ◆ Le suivi et analyse.

→ Des séquences de coproduction de connaissances, axées sur la compréhension des résultats de recherches qui alimentent en continu le plan de valorisation.

- ◆ Des réunions intermédiaires entre partenaires (chercheurs et acteurs) sur la progression des volets de recherche et sur la lecture transversale de ces nouveaux acquis.
- ◆ Des débats autour d'une question, d'un sujet pour un enrichissement réciproque.
- ◆ Des séances de restitution des travaux scientifiques, conduites sur les terrains objets de recherche, permettent d'apporter de nouveaux éléments à la réflexion, voire de les inscrire immédiatement dans des pratiques. Ces territoires investis sont des espaces pertinents rassemblant les acteurs sur une problématique commune.



Pensez aussi dans les sessions de restitution à :

- redonner une compréhension commune du sujet ;
- exposer l'évolution des questions et des apprentissages ;
- rester dans le réel et donner des illustrations ;
- cerner le public en capacité de s'approprier des résultats mis à discussion.

→ Des temps d'animation du partenariat en continu

- ◆ Optez pour autant d'espaces qui vous permettent de préciser les objectifs de valorisation, les produits et les zones de diffusion (auprès de qui ? où ? quels sont les prérequis ?).
- ◆ Rappelez les avancées du projet de valorisation et évoquez les difficultés rencontrées.

10.2 _ Un calendrier

Le calendrier intègre les points clefs du processus de valorisation, articulé autour des produits de valorisation et des responsables. Positionnant les échéances et donnant de la lisibilité, ce planning vous permet d'organiser les missions des acteurs et les collaborations des chercheurs, d'anticiper les rencontres et de rendre compte des productions en respectant les délais.

Soyez réaliste sur la périodicité de mobilisation des partenaires. Elle se définit en fonction des engagements de chacun dans les étapes de valorisation, des objectifs, des formats de travail, des créneaux et des lieux choisis.

Un exemple de calendrier, utilisé par des partenaires de projets de valorisation, est présenté dans la [fiche technique n° 1](#)

ÉTAPE 11

SUIVRE LE PROJET DE VALORISATION

Un suivi continu du projet de valorisation vous permet d'informer, si nécessaire, les partenaires :

- sur les avancées des travaux de recherche, sur les actions de valorisation ;
- sur les disponibilités ou non des ressources documentaires, des prestataires ;
- sur les échéances financières ;
- et de rappeler les exigences de production – telles que définies.

Utilisez le tableau des valorisations qui devient la feuille de route du partenariat.

Saisissez-vous des résultats de recherche dès qu'il y en a. Précisez ou imaginez de nouvelles applications de ces connaissances scientifiques. Cela suppose de savoir travailler en souplesse tout au long de la collaboration.

Donnez une vision claire, évolutive, constante et fine de l'avancée du projet de valorisation. La connaissance des utilisations possibles issues des travaux de recherche intermédiaires et celle des actions de valorisation sont autant d'éléments qui favorisent la motivation et les intérêts des partenaires.

Veillez à la mise en place et à l'analyse régulière d'indicateurs de réalisation, des échéances du planning et de suivi financier. Utiliser le [*tableau de suivi de valorisation*](#).

Pour piloter réellement, plusieurs actions concrètes sont à réaliser :

- Définissez et veillez à la fréquence des rencontres, des réunions intermédiaires et organisez-les.
- Organisez des temps d'échanges spécifiques sur la valorisation pour :
 - ◆ repérer les éléments nouveaux qui retiennent l'attention ;
 - ◆ demander des éclaircissements.
- Veillez au temps d'assemblage des résultats pour :
 - ◆ préserver l'équilibre entre l'analyse, la mise à distance et la production d'éléments nouveaux de valorisation ;
 - ◆ préparer et animer des actions communes et visibles (séminaires, ateliers de réflexion).
- Animez des rencontres (séminaires) articulées autour des ressources scientifiques et de valorisation (éléments techniques, éléments de compréhension de concept, questions stratégiques).
 - ◆ Repérez les questions et enjeux exprimés lors des échanges. Ces préoccupations constituent des informations utiles pour la valorisation et les démarches d'accompagnement.
- Rapprochez-vous d'utilisateurs potentiels et faites connaître les résultats de recherche.
 - ◆ Privilégiez des rencontres thématiques au sein des structures impliquées et auprès d'autres praticiens. L'accueil de stagiaires facilite l'implication dans le projet de recherche.
 - ◆ Identifiez des structures lors des animations, présentez les premiers résultats et répondez à leurs questions si ces apports les intéressent.

- Confrontez les nouvelles connaissances avec l'existant :
 - ◆ Les phases de restitution renforcent le maillage entre acteurs et chercheurs. Cet ancrage, au plus près des territoires, facilite les échanges, la compréhension mutuelle. De plus, ces retours terrain enrichissent la réflexion des chercheurs et font évoluer les outils partagés avec les acteurs.
 - ◆ Soumettez ces valorisations à une personne externe pour cerner la pertinence de la proposition.

Nommer un référent valorisation

Le rôle du référent valorisation doit être reconnu. Cette fonction de valorisation doit être prise en compte et s'intégrer dans ses missions, et non représenter une charge de travail venant s'ajouter à ses activités habituelles. Ceci suppose donc d'être mis au point avec son responsable hiérarchique.

La mission du référent valorisation consiste à :

- savoir énoncer des intentions et des objectifs de valorisation ;
- savoir les concrétiser ;
- savoir les évaluer ;
- savoir organiser et faire vivre le partenariat avec les chercheurs.

En amont :

- accompagner le rapprochement entre acteurs et chercheurs ;
- participer activement à la co-écriture des objectifs de recherche et de valorisation.

Pendant le projet :

- créer un climat de confiance en facilitant les relations entre les partenaires ;
- garantir la circulation d'information au sein du partenariat sur les avancées de recherche, sur les applications conduites par des acteurs et/ou avec des chercheurs ;
- veiller à la prise en compte des questions d'acteurs par les chercheurs
- suivre l'application du plan de valorisation partagé ;
- planifier et organiser des rencontres entre les partenaires ;
- communiquer sur les avancées du projet au-delà des partenaires ;
- conduire des actions de valorisation :
 - ◆ suivre activement les travaux de recherche ;
 - ◆ accéder aux résultats de recherche et les lire ;
 - ◆ appréhender les résultats de recherche, les mettre en perspective pour mieux comprendre les acquis ;
 - ◆ organiser, suivre et analyser les échanges ;
 - ◆ élaborer des valorisations.
- Proposer et impulser des modes de valorisation adaptées aux besoins des acteurs :
 - ◆ des activités de formation / action autour de produits de valorisation à éprouver, à consolider ;
 - ◆ des modules de formation intégrant les nouveaux outils méthodologiques ;
 - ◆ des espaces d'échanges et de réflexions (ateliers prospectifs, séminaires) pour l'élaboration d'outils d'aide à la décision.

FINALISATION DES PRODUITS DE VALORISATION

Le tableau de valorisation couvre d'autres usages dans la phase de mise en œuvre. Il peut devenir :

- Un indicateur d'entente mutuelle : validant la compréhension et l'appropriation des résultats de recherche par les acteurs ; et réciproquement, la compréhension par les chercheurs des objectifs de valorisation des acteurs. Ce tableau révèle le sens de la collaboration : « ce que nous faisons ensemble et ce que nous produisons ».
- Une aide à l'élaboration des stratégies de communication et de diffusion des produits de valorisation.
- Une base argumentaire pour consolider le rôle des acteurs et asseoir la crédibilité de la fonction de valorisation sur laquelle acteurs et chercheurs se sont engagés.

ÉTAPE 12

CONCEVOIR LES PRODUITS DE VALORISATION

Cette avant-dernière étape vous aide à identifier les points importants d'élaboration des produits de valorisation.

Des financements sont parfois nécessaires. Des projets de valorisation peuvent bénéficier de subventions dans le cadre de dispositifs spécifiques telles celles définies par les partenaires du programme PSDR3, où les projets de recherche intégraient un volet valorisation. Des valorisations ponctuelles peuvent aussi faire l'objet de recherche de financements spécifiques.

- Définir et conduire la stratégie de diffusion des valorisations :
 - ◆ s'assurer de la validation par le groupe d'acteurs des produits de valorisation (tests, ajustements, évaluation).
- Participer à l'évaluation du projet de valorisation (les résultats, les effets à court terme et à plus long terme ou à plus large échelle).
- Tout cela demande du temps ! De l'expérience en Rhône-Alpes, deux référents valorisation ont estimé leur implication (définition, participation au montage du projet de recherche, suivi et conduite d'actions de valorisation « au fil de l'eau ») entre 56 et 74 jours de travail sur 5 années (2007-2011), soit en moyenne une douzaine de jours par an.



Mais comment faire quand il n'y a pas de référent valorisation ?

[réponse partie A - 3.5](#)

12.1 _ Le schéma de conception de produit de valorisation

Elaborer une stratégie de diffusion et de mise à disposition de la valorisation

RAISONNER

le "sommaire", le plan, le "ton" et le vocabulaire en fonction du public cible et du produit de valorisation

Choisir le support matériel ou immatériel (a)

Construire le plan de communication

(d)

RÉDIGER

(b)

Lister le contenu du support, Eventuellement, les prestataires :
- Graphiste,
- Rédacteurs-relecteurs
- Imprimeur...

(c)

Tester la compréhension et la présentation du produit de valorisation auprès d'un échantillon du public cible

(e)

Diffuser le produit de valorisation (f)

Evaluer les effets du produit de valorisation (g)

Dernière phase

*(voir Étape n°14
et Fiche tech. n°9)*

EN TANT QU'ACTEUR, vous avez :

- confirmé que ce produit de valorisation apportera des connaissances nouvelles ou complémentaires, utiles pour les praticiens : acteurs du développement, décideurs ;
- imaginé comment associer ce produit de valorisation à d'autres pratiques, à d'autres outils complémentaires.

EN TANT QUE CHERCHEUR, vous avez :

- accepté l'utilisation de vos travaux de recherche ;
- validé leur transformation en produits de valorisation ;
- acquis une meilleure connaissance des destinataires de ces apports.

12.2 _ Les personnes ressources

Différents personnes peuvent vous rejoindre pour la conception ou la diffusion du produit de valorisation piloté par le référent valorisation. Soyez toutefois vigilant car plus il y a d'intervenants, plus la gestion de la conception et de la diffusion de valorisation devient complexe.

Vous pouvez associer au groupe de travail :

- des partenaires techniques avec lesquels vous travaillez, avec qui vous échangez au sein même de votre structure (collègues de travail, agents de développement, associations, collectivités locales...). Il peut aussi être intéressant de les impliquer, ce qui vous permettra d'initier ou de poursuivre des collaborations ;

- des instances politiques, institutionnelles et/ou financières, les informant, les consultant sur la démarche (par exemple pour avis sur la nature du produit par rapport au public cible), en les invitant à utiliser le produit de valorisation ;
- le public cible (utilisateurs) du produit de valorisation, en mobilisant certaines personnes lors du test du produit de valorisation, avant diffusion [e].

Le choix des personnes ressources dépend de plusieurs facteurs :

- leur souhait de co-participer au produit de valorisation ;
- leurs connaissances sur la thématique, sur le sujet de valorisation ;
- la perspective pour eux d'intégrer le produit de valorisation dans des actions futures ;
- leur compétence technique : des personnes qualifiées dont l'expertise est demandée pour l'élaboration du produit de valorisation telles que des agences de communication, des centres de ressources pour éclairer l'enchaînement des idées, le choix du vocabulaire, le format du produit [c]

L'implication de ces personnes suppose détermination, compétences, savoir-faire et disponibilité pour :

- positionner le produit, en qualité de personne ressource, par rapport aux ressources existantes, sélectionner des points clefs, cadrer des messages essentiels du produit de valorisation, aider au choix du support écrit ou immatériel ;

- communiquer, en tant que personnes relais pour informer en continu sur la démarche, les objectifs généraux du projet (à partir de messages clefs partagés avec l'ensemble des partenaires) ou pour présenter les résultats de valorisation ;
- diffuser le produit de valorisation en le mettant à disposition et en accompagnant son utilisation.

Le référent valorisation doit veiller à ce que les messages contenus dans le produit de valorisation et ses caractéristiques (nouveau, transposable, utile) restent fidèles aux objectifs poursuivis. Le chercheur s'assure qu'il n'y a pas de contresens dans les apports des acteurs.

12.3 _ Le choix du support des produits de valorisation

La valorisation aboutit à des productions physiques, matérielles sous forme d'écrits ou immatérielles (sessions de formation, en ateliers d'échanges d'expériences). Toutefois, ces valorisations doivent être formalisées pour se diffuser (voir Partie A - 3.6.6).

Il s'agit, en fonction des messages essentiels, de raisonner le contenu, les grandes lignes du produit pour choisir le support [a] en fonction des utilisateurs potentiels.

« Comment véhiculer le message au public ciblé ? Quel sera le meilleur moyen : animer des sessions de formation, des échanges réguliers sous forme de débats, transmettre une communication par courrier, courriel, site Internet, newsletter, élaborer un guide ou une fiche méthodologique ? Sera-t-il nécessaire d'organiser des rencontres de présentation des valorisations ? »

Privilégiez le choix des supports en fonction :

- des résultats attendus : donner des éclaircissements, des méthodes, des éléments de réflexion, compléter des pratiques... ?
- de la forme ;
- du volume ;
- des bénéficiaires ciblés pour ces nouvelles connaissances (à qui s'adresse-t-on) ?
 - ◆ quelle est la communication la plus adaptée aux utilisateurs finaux (par écrit, par le biais d'une animation, sur un portail Web...) ?
 - ◆ souhaitez-vous transmettre des informations de manière unilatérale ? Ou au contraire, souhaitez-vous favoriser les échanges autour du produit de valorisation (formation-action, ateliers d'échanges, controverses sur des réseaux sociaux) ?
- des modes d'utilisation : comment s'approprier ces nouvelles connaissances et les appliquer ?
 - ◆ les outils méthodologiques (guides, ouvrages) nécessitent souvent une présentation des supports, une formation, des tests d'application, un accompagnement ;
 - ◆ les diaporamas, produits de valorisation en tant que supports d'animation ou pédagogiques, doivent être commentés par des notices ou des légendes intégrées dans des diapositives pour pouvoir être utilisés ;
 - ◆ des livrets d'accompagnement des supports multimédia facilitent leur utilisation ([voir Fiche technique n° 5](#)) ;

- des caractéristiques techniques de chaque produit de valorisation :
 - ◆ des supports physiques ou numériques ;
 - ◆ des supports à degré d'interactivité variable dont l'accès suppose des connexions, une animation des espaces de discussion, de mise en place et une animation de réseaux sociaux thématiques ;
- du calendrier, des délais et des coûts de production. Il est important de choisir le moment favorable à la diffusion du produit et de construire un rétroplanning ;
- de la durée de vie du produit de valorisation. La question de l'actualisation des données des informations doit systématiquement être posée, quel que soit le support.
Comparez les types de support : présentation des informations, format, conditions nécessaires d'utilisation, couverture de diffusion. Pour chaque produit de valorisation, il est indispensable, en tant qu'acteur, de s'assurer de la clarté du vocabulaire utilisé, de l'enchaînement des idées, de veiller à ce que les messages soient fidèles aux objectifs poursuivis et à la qualité des illustrations ([voir Fiche technique n° 5](#)).



En pratique :

- Définissez la structure du document écrit ou audiovisuel :
 - ◆ élaboration d'un plan, d'un synopsis ;
 - ◆ hiérarchisation des informations, mise en évidence des points clefs et des différentes parties du support ;
 - ◆ estimation du volume de texte, de la durée des séquences vidéo et/ou audio (exemple : 30 min de film + 20 min de bonus) ;



- ◆ identification des illustrations (graphiques, encadrés, photographies, témoignages etc.).
- Identifiez les informations secondaires indispensables pour situer le document et les contenus

12.4 _ La maquette de valorisation

La description du support de valorisation se traduit en maquette faisant l'objet d'un cahier des charges répondant à des objectifs précis dans un contexte déterminé.

Pour une prestation externe, le cahier des charges pour la conception et la fabrication est obligatoire ([voir Fiche technique n° 7](#)).

La consultation de prestataires permet d'obtenir des propositions de maquettes. Le choix se portera sur les offres les plus appropriées en fonction des critères de sélection qui sont le plus souvent : la compréhension du cahier des charges, les expériences de réalisations antérieures, la créativité des propositions, l'ergonomie du support, les coûts de la réalisation et des mises à jour, l'aspect pratique de la diffusion.

Tester la maquette [e]

Le test s'effectue à partir de la maquette quasi définitive du produit de valorisation : format et volume identiques au produit qui sera mis à disposition : même papier, même nombre de pages, même durée pour les supports vidéo, mêmes illustrations... ([voir Fiche technique n° 4](#)).

L'intérêt du test est de rechercher ce qui peut être amélioré dans le produit de valorisation avant sa finalisation et diffusion. Il s'agit d'identifier les adaptations nécessaires en fonction du groupe cible.

- ◆ Les informations sont-elles lisibles facilement et rapidement repérables ? Parfois, la relecture par un professionnel du sujet et par des spécialistes de la rédaction (journaliste, chargé de communication) peut être utile.
- ◆ Les connaissances, les messages transmis sont-ils compris ?

Ces questions sont à poser auprès d'un échantillon du public ciblé mobilisé pour une première lecture du document, ou de projection, lors de sessions de formations ou dans des ateliers. Ces confrontations permettent de finaliser les produits de valorisation.

Finaliser le produit de valorisation

À l'issue des tests, apportez des modifications si nécessaire : sur le contenu, la durée, les illustrations, la mise en page, le graphisme...

Intégrez ce travail de correction sans le sous-évaluer. Communiquez ces demandes d'ajustements au prestataire en charge de la finalisation.

Pour clore, relisez et/ou révisez attentivement le support. Et, si possible, mobilisez une personne externe pour cet ultime travail.

12.5 _ Le plan de communication [d]

Parallèlement à l'élaboration du produit de valorisation, optez pour un plan de communication. Définissez les actions de communication en lien avec les moyens adaptés à vos objectifs de valorisation. Communiquer sur la valorisation constitue un levier pour mettre en avant les atouts des structures engagées dans cette démarche.

- Réunissez les fonds photographiques ou audiovisuels souvent nécessaires aux supports.
- Définissez et intégrez des bannières dans les divers supports de valorisation.
- Affichez vos actions de valorisation sur les sites Internet.
- Définissez les conditions d'accès aux produits de valorisation.
- Élaborez un dispositif de suivi des produits de valorisation.
- Gérez la propriété intellectuelle dans la diffusion des savoirs.

! Pensez aussi aux communiqués de presse et aux événementiels qui peuvent être organisés pour annoncer et présenter le produit de valorisation.

Pour vous aider, vous pouvez compléter la trame suivante.

Éléments stratégiques	Modalités	Qui ? Où ?	Coordonnées
Mise à disposition du produit de valorisation	Remise directe par les porteurs de projet		
	Envoi assuré par les acteurs et leur structure auprès des associations, des institutions spécialisées, des réseaux relais (centres de ressources...)		
	Proposé en libre-service dans des lieux stratégiques Accès libre et permanent		
	Diffusion ponctuelle et ciblée (événementiels, colloques...)		
	Gratuité ou non		
	Sous conditions : identification des demandeurs présentation de la demande		
	En fonction du format : version papier, vidéo, format électronique, téléchargeable...		
Mode d'usage	Les modalités d'utilisation du support à définir		
Suivi des produits de valorisation	Dispositif de suivi : élaborer les indicateurs Identifier les sources de collecte Définir qui assure le suivi : analyse des indicateurs, périodicité, diffusion des résultats		
Les auteurs et la propriété intellectuelle	Liste et coordonnées des participants au projet : porteurs / prestataires		
	Déclinaison graphique de l'identité du produit de valorisation : respect des règles de publicité, des obligations institutionnelles : quel logo ? Veiller à la qualité des images et à la lisibilité de la 4 ^e de couverture du document de valorisation		
Droits à l'image	Les droits d'auteurs sont une obligation : citer les sources, les auteurs		
	Toute personne physique a le droit de disposer de son image, quelle que soit la nature du support de publication ou de diffusion de l'image. Aussi, l'autorisation des personnes est à obtenir avant toute diffusion. Une attention particulière est à porter aux supports vidéo et aux images utilisées pour des illustrations et des mises en ligne sur des sites Internet		
	<i>voir Fiche n° 7</i>		

ÉTAPE 13

LA DIFFUSION DES PRODUITS DE VALORISATION

La stratégie de diffusion [f] est influencée par le contenu du produit de valorisation et par son format. De l'utilisation du produit de valorisation va dépendre la stratégie de diffusion.

Dans un premier temps, constituez une base de contacts et activez-la (mailing). Pensez aussi que les lieux, les moments et les méthodes de diffusion sont aussi importants que le support lui-même.

Ce plan de diffusion à renseigner tient compte :

- des cibles du produit de valorisation ;
- des relais de diffusion possibles.

Éléments stratégiques	Caractéristiques	Qui ? Où ?	Coordonnées
Destinataires	Qui seront les utilisateurs finaux ?		
	Grand public : le support est-il accessible à tous ? Oui / Non		
	Autres cibles		
Canaux de diffusion les plus adaptés au produit de valorisation	Associations, collectifs formels ou informels, réseaux		
	Sites Internet		
	Institutions		
	Médias locaux, régionaux, nationaux		
	Manifestations (colloques, expositions, réunions)		
	Centres de formation		
	Centre de ressources		

Retrouvez les fonctions et les activités du groupe de travail valorisation dans [la Fiche technique n° 3](#).

PHASE 5

ÉVALUATION

Dans cette dernière étape, en tant qu'acteur responsable du projet, analysez votre démarche de valorisation et évaluez le produit de valorisation diffusé [g].

ÉTAPE 14

ANALYSER LA DÉMARCHE DE VALORISATION

14.1 _ Préparer l'évaluation

Votre analyse vous permettra d'apprécier la conduite du partenariat, les réalisations effectuées, et de mesurer les effets de la diffusion des valorisations. La durée de l'évaluation va dépendre de la nature du produit de valorisation (formations, guides, outils...), des objectifs et des ressources financières mobilisées pour cette étude.

Prédéterminez une période pour l'évaluation. À quel moment souhaitez-vous disposer des résultats de l'évaluation ?

Les effets sur les collaborations entre acteurs et auprès des utilisateurs s'observent à moyen terme. La mesure des impacts (effets à long terme) est assez complexe et sa faisabilité dépend en particulier de l'accessibilité des données et du budget disponible.

L'évaluation des impacts suppose d'être planifiée en amont, où vous dressez une situation de référence avant la diffusion du produit de valorisation. Par exemple, il est intéressant :

- de repérer si le thème, objet de valorisation, est une préoccupation et comment il est traité ;
 - de connaître le niveau d'appréhension du concept ;
 - d'identifier les représentations existantes, les pratiques menées.
- Ces données vous aideront, sur le long terme, à mesurer les changements, l'évolution des contextes opérés par les actions de valorisation.

14.2 _ Définir les critères évaluatifs

Globalement, il s'agit d'apprécier l'efficacité des valorisations et de cerner leurs effets à court terme. L'acquisition de connaissances et la capacité du public destinataire à faire des choix dépendent de la diffusion des produits de valorisation et de la manière dont ils ont été perçus et utilisés.

Cette approche vous oblige, dès le démarrage du projet de valorisation, à préparer le dispositif de suivi, l'état du contexte et à cerner des questions évaluatives.

Vous trouverez ci-dessous une liste de critères non exhaustive à adapter en fonction de vos questions évaluatives. Plusieurs critères peuvent être étudiés seuls ou combinés entre eux.

Pertinence

- du support de valorisation :
 - ◆ prise en compte des attentes, des besoins et des questions des acteurs ou des utilisateurs ;
 - ◆ qualité des informations et des messages transmis.
- du partenariat :
 - ◆ adéquation entre les préoccupations des acteurs et les disciplines scientifiques et les chercheurs mobilisés.

Cohérence

- du thème par rapport au contexte :
 - ◆ adéquation entre le public ciblé et le produit de valorisation.

Efficacité

- du produit de valorisation :
 - ◆ connaissance par le public ciblé de l'existence du produit de valorisation ;
 - ◆ nombre de demandes enregistrées et de produits diffusés ;
 - ◆ résultats des réalisations concrètes issues des activités développées (terrain d'expérimentation, ateliers de restitution et questionnements repérés) ;
 - ◆ atteinte de l'objectif initial : perception des messages clefs et acquisition de connaissance ;
 - ◆ application effective des connaissances et perspectives d'actions.

- des collaborations :
- ◆ respect du calendrier ;
 - ◆ analyse du suivi et ajustements.

Utilité sociale

- ◆ degré de satisfaction du public cible (utilisateurs finaux) ;
- ◆ aspect pratique et utile du produit de valorisation : identification des différentes utilisations possibles.

Audience du produit

- ◆ qui l'utilise auprès de qui ;
- ◆ couverture des relais de diffusion.

Efficiences

- ◆ nombre de produits diffusés, utilisés / moyens mobilisés ;
- ◆ temps de travail mobilisé / produit de valorisation.

Effets immédiats (à court terme)

- ◆ changement de regard, consolidation des pratiques, développement de nouvelles actions ;
- ◆ intérêt de l'action présentée, des nouveaux supports ;
- ◆ satisfaction vis-à-vis des apports de nouvelles connaissances et ouverture de perspectives ;
- ◆ débats et réflexions nouvelles ;
- ◆ apport d'éléments nouveaux qui donnent envie d'agir.

(voir Fiche technique n° 9)

C

UN DISPOSITIF D'ACCOMPAGNEMENT DE VALORISATION

La valorisation
décryptée

A

La démarche
pas à pas

B

L'accompagnement
de valorisation

C

Des produits
de valorisation

D

Fiches techniques

E

Glossaire **A-Z**
Bibliographie 

F

1 L'ANIMATION D'UN DISPOSITIF DE VALORISATION

- 1.1 La méthode d'accompagnement
- 1.2 Des outils d'accompagnement
- 1.3 Des repères

2 LE CHARGÉ DE MISSION VALORISATION DES RECHERCHES

- 2.1 Le profil de poste
- 2.2 Les compétences et expériences
- 2.3 La répartition du temps de travail de la mission valorisation des recherches
- 2.4 L'estimation du coût du poste

3 COMMUNIQUER ET DIFFUSER

- 3.1 Le site Internet
- 3.2 La base documentaire, expérience en Rhône-Alpes
- 3.3 Le poste de chargé de ressources documentaires
- 3.4 Les supports d'information sur la valorisation
- 3.5 Séminaires

Si la valorisation des recherches sur le développement devient un enjeu, très vite, il va être nécessaire de mettre en oeuvre plusieurs projets et mettre en place un dispositif d'accompagnement. Il vise à :

- **rapprocher les acteurs et les chercheurs ;**
- **accompagner les projets, veiller aux bonnes conditions pour valoriser ;**
- **diffuser les produits de valorisation.**

Ce dispositif mobilise des financements et s'articule autour de missions d'animation collective qui sont expérimentées en Rhône-Alpes.

Cette partie présente les savoirs acquis de cette expérience, conduite à partir du programme PSDR3 et poursuit dans le cadre du Réseau rural régional rhônalpin.

1 _ L'ANIMATION D'UN DISPOSITIF DE VALORISATION

L'animation du dispositif d'accompagnement de la valorisation vise à :

- Repérer des chercheurs et acteurs souhaitant s'engager dans des valorisations.
- Favoriser les interconnaissances (et laisser du temps à ces rapprochements).
- Organiser des rencontres préparatoires entre acteurs, entre acteurs et chercheurs autour de questions thématiques et méthodologiques.
- Indiquer les étapes et les méthodes de valorisation.
- Identifier les moyens (humains, financiers) nécessaires.
- Faciliter l'accès aux résultats de recherche et la diffusion des produits de valorisation.
- Préciser avec les acteurs la stratégie de diffusion des valorisations.

Sur la base de l'expérience du programme PSDR3 Rhône-Alpes, pour les acteurs et chercheurs, cet accompagnement permet de :

- « *Rappeler les échéances, le calendrier, l'exigence de rendre compte, et l'objectif de valorisation dans les projets de recherche.* »
- « *Rassurer, conforter le rôle du référent valorisation.* »
- « *Garantir l'expression de chacun.* »
- « *Favoriser les échanges, la mise en perspective des résultats de recherche et les discussions sur les points d'avancement.* »
- « *Organiser des rencontres avec d'autres projets de valorisation (sur les contenus et sur les modes d'organisation).* »

1.1 _ La méthode d'accompagnement

L'accompagnement de projets de valorisation représente l'une des activités importantes du chargé de mission valorisation des recherches. Il dépend du niveau d'expérience des acteurs et des chercheurs impliqués. Lorsqu'un acteur ou un chercheur sollicite un appui, il faut :

- Écouter, analyser le besoin de valorisation exprimé par les acteurs ou les chercheurs
 - ◆ aider à la formulation, faire valider la reformulation : « Valoriser sur quoi ? Pour savoir quoi ? Et pour qui ? » ;
 - ◆ chercher si des travaux similaires existent, réaliser un travail de veille ;
 - ◆ faciliter la mise en réseau :
 - donner des pistes d'identification de chercheurs ou d'acteurs (si le binôme n'est pas déjà constitué) en transmettant des documents, en communiquant les coordonnées des auteurs des références repérées ;

- contacter des acteurs et des chercheurs en proposant des rencontres d'interconnaissances, des participations à des ateliers (prises de paroles dans des manifestations).

→ Expliquer ce qu'est la valorisation

- ◆ montrer ce que peut être la valorisation, donner des exemples et présenter des supports ;
- ◆ décrypter le fonctionnement des acteurs et des chercheurs ;
- ◆ souligner les atouts de la valorisation. Développer les raisons qui conduisent des acteurs à valoriser (consolider, compléter leurs pratiques, anticiper des actions...) ;
- ◆ repérer et expliquer les écueils à éviter.

→ Proposer une méthode de travail et indiquer les étapes et les outils ([voir Partie B](#))

→ Être vigilant sur :

- ◆ les compréhensions : favoriser l'interconnaissance, donner le temps aux acteurs et aux chercheurs de connaître les méthodes de travail de chacun, leur contexte, leur vocabulaire... Aider à dépasser les clivages ;
- ◆ le croisement des travaux de recherche et des questions d'acteurs, permettre un cadre évolutif de valorisation ;
- ◆ les disponibilités des uns et des autres, la périodicité des rencontres ;
- ◆ la définition et la compréhension du rôle du [réfèrent valorisation](#) ;
- ◆ la communication de l'évolution du projet de valorisation et de ses applications ;
- ◆ la compréhension des éléments de recherche par les acteurs ;

- ◆ les demandes nécessitant des personnes ressources.

→ Être à l'écoute des difficultés et apporter des solutions

En conclusion, il est important de :

- présenter la mission de valorisation des recherches ([voir Fiche technique n° 11](#)) ;
- favoriser la coordination entre les partenaires du projet en toute neutralité, impartialité et confidentialité ;
- expliciter les modalités d'engagement des demandeurs (acteurs et/ou chercheurs) et celles du chargé de mission valorisation des recherches.

Cet accompagnement est adapté en fonction du projet de valorisation, des disponibilités des demandeurs (acteurs ou chercheurs).

Le chargé de mission valorisation des recherches ne se substitue pas aux acteurs ni aux chercheurs et ne valorise pas à leur place. Il donne des repères pour rendre explicites les attentes de chacun, pour faire préciser les produits de valorisation, pour aider les rapprochements.

Cet appui ne fait pas nécessairement l'objet d'un contrat écrit mais d'un accord oral, construit entre les personnes engagées. Cet accompagnement est pertinent et efficace si et seulement si les protagonistes de la valorisation (acteur ou chercheur) sont actifs dans leur démarche.

Le chargé de mission valorisation des recherches doit être légitimé par les pilotes et financeurs du dispositif d'accompagnement. Il peut refuser un appui ou y mettre fin si les bénéficiaires de l'accompagnement ne respectent pas leurs engagements et n'adoptent pas une posture d'écoute et d'ouverture à de nouvelles connaissances.

1.2 _ Des outils d'accompagnement

La mission de valorisation des recherches se dote de divers supports qu'elle propose aux partenaires des projets sur :

- les critères de la valorisation ([voir partie A -1.3](#)) ;
- les [outils](#) de suivi ;
- les [compétences du référent](#) valorisation ;
- les [étapes](#) de conception et de stratégie de diffusion des produits de valorisation ;
- le cahier des charges de la mobilisation de prestataires ([voir Fiche technique n° 7](#)) ;
- un document de communication ([voir Fiche 11](#)) sur la mission d'accompagnement de la valorisation.

1.3 _ Des repères

[Ce cycle de valorisation](#), proposé, aide à situer les étapes de collaboration.

1 → Les acteurs définissent des thèmes et des questions sur lesquels la recherche pourrait apporter des éclairages -> Collecter les différents points de vue et s'assurer de la validation des attentes.

2 → Ils identifient si les questions et les thématiques relèvent du processus de recherche et engagent un projet nouveau de recherche "page blanche" ou un approfondissement des recherches.

Les questions de recherche se précisent en fonction des préoccupations des acteurs et des territoires.

Veiller à ce que les questionnements d'acteurs soient intégrés dans les questions de recherche.

Le partenariat se structure. Et le cadre de collaboration se construit et est partagé.

3 → Le chargé de mission valorisation facilite l'accès aux résultats de recherche et leur compréhension.

4 → Des échanges d'informations sur les questions posées et sur les résultats en cours et attendus sont menés régulièrement. Les acteurs sont garants de ce rapprochement (tableau de suivi des valorisations). La confrontation d'idées passe par de nombreux allers-retours.

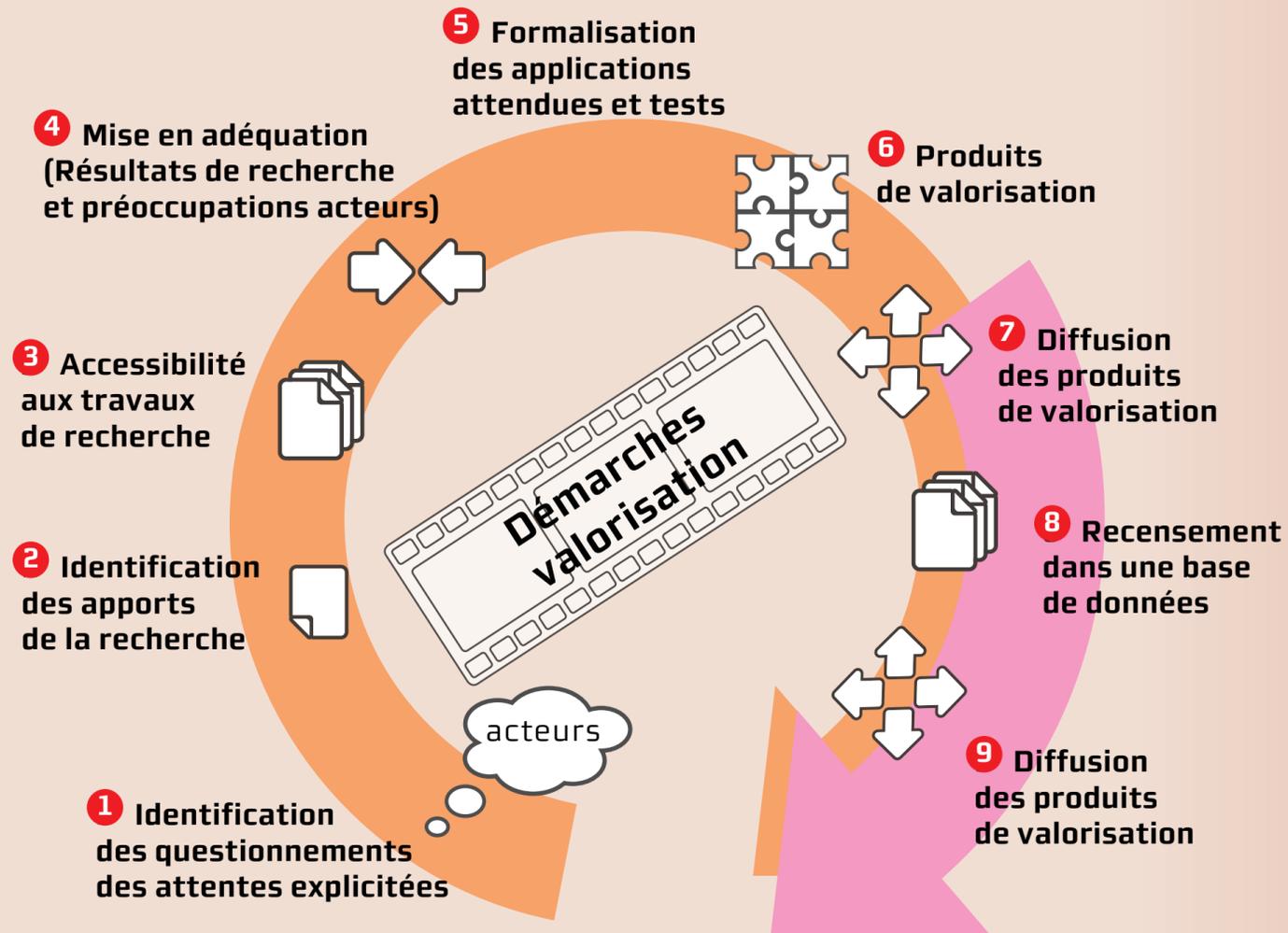
5 → La démarche de valorisation flexible mobilise de nouvelles connaissances lors des échanges, pendant les investigations terrain et leur restitution. Ceci conduit à tester de nouveaux apprentissages, à les préciser souvent sur des échelles ciblées.

6 → À partir des résultats de recherche stabilisés, finalisés, des valorisations sont engagées par des acteurs en collaboration avec des chercheurs.

7 → La stratégie de diffusion, définie en amont, par les partenaires du projet, est appliquée. Des produits de valorisation (immatériels ou matériels) devenus transférables et transposables sont présentés auprès de nouveaux acteurs.

8 → La collecte et l'organisation de ces nouvelles connaissances sont à prévoir (site Internet, base documentaire, réseaux) par le dispositif d'accompagnement de valorisation.

9 → Les produits de valorisation sont diffusés. Ils côtoient d'autres connaissances et d'autres pratiques. Ces références peuvent engager d'autres cycles. Aussi, le suivi des applications, des modes d'usages, de leur appréciation et de leurs effets en matière de développement est à prévoir.



Des facteurs clefs

- Présenter la démarche de valorisation afin de rendre visible cette approche auprès des institutions, des financeurs et des organismes de développement.
- Suivre les projets, repérer les résultats de recherche et les rapprochements avec les préoccupations des acteurs et proposer un appui méthodologique.
- Expliciter les valorisations obtenues issues des acquis de la recherche et les applications possibles.
- Communiquer en continu sur les actions de valorisation auprès des partenaires engagés dans les projets et à l'externe sur le déroulement de cette démarche. Plus la valorisation sera reconnue, plus les acteurs et chercheurs pourront s'engager et mobiliser du temps pour ces co-constructions.
- Maintenir une dimension relationnelle qui s'inscrit dans le temps long au-delà des programmes et des projets.
- Organiser des rencontres, animer des sessions où les acteurs et les chercheurs partagent des points de vue, des éléments de réflexions sur des thématiques et des approches nouvelles.
- Prévoir du temps pour finaliser les travaux de recherche et les valoriser.
- Diffuser les valorisations : les rendre accessibles.

2 _ LE CHARGÉ DE MISSION VALORISATION DES RECHERCHES



2.1 _ Le profil de poste

Conditions d'emploi

Statut / Durée du contrat : *a minima en CDD de 3 ans pour appréhender le contexte et connaître les interlocuteurs.*

Cotité de travail : *temps plein*

MISSIONS PRINCIPALES

IDENTIFICATION DES SUJETS DE VALORISATION

- Définir des thématiques de valorisation en cohérence d'une part avec les préoccupations des acteurs du développement, avec les enjeux de développement définis en zone rural ou urbaine et d'autre part avec les potentialités de recherche présente.
- ◆ effectuer une veille (ou organiser un dispositif de veille en partenariat) sur les enjeux, les questions, les besoins, les dispositifs de recherche et de développement régional ;
- ◆ proposer et participer à la réalisation d'études, de diagnostics et de réflexions prospectives des acteurs (pouvoirs publics, agents de développement, techniciens socio-professionnels...), concernant les problématiques et les enjeux de développement régional rural/urbain.

PRODUCTION METHODOLOGIQUE

- Définir et tester les modes de valorisation, identifier les différentes collaborations.

- Capitaliser les références méthodologiques et techniques, sur les manières de faire des valorisations et leurs conditions. Définir des modalités d'évaluation. S'assurer de l'appropriation du processus de valorisation entre acteurs du développement et chercheurs.

ACCOMPAGNEMENT

- Accompagner des acteurs du développement rural qui ont besoin de connaissances nouvelles :
 - ◆ écouter, repérer les attentes, le besoin des acteurs quant aux travaux scientifiques ;
 - ◆ identifier les acteurs prêts à s'engager dans une valorisation ;
 - ◆ les aider à formuler ou à préciser leurs objectifs ;
 - ◆ les informer sur les modalités de la démarche dans laquelle ils s'engagent (temporalités, résultats envisageables ou non, etc.) ;
 - ◆ les faire travailler sur les moyens qu'ils peuvent engager (humains et financiers) ;
 - ◆ repérer des travaux de recherche valorisables à mi-parcours des projets ;
 - ◆ repérer les résultats à venir ;
 - ◆ identifier des chercheurs et les signaler aux acteurs ;
 - ◆ faciliter la rencontre et le dialogue constructif.
- Repérer et accompagner des chercheurs, en partenariat avec les organismes de recherche :
 - ◆ identifier, en lien avec les sujets de valorisation, les équipes et les recherches qui auraient matière à contribuer à la production de connaissances et/ou qui seraient mobilisables pour des partenariats ;

- ◆ repérer les profils particuliers des chercheurs qui souhaitent partager leurs connaissances, les traduire et les transformer avec des praticiens ;
- ◆ proposer des collaborations ;
- ◆ cerner à quoi et pour qui les résultats scientifiques seront utiles, engager les chercheurs dès l'amont de leur projet à penser la valorisation des résultats de leur projet ;
- ◆ donner des exemples des appropriations possibles (produits finaux) : tels que support pédagogiques, des textes de présentation à illustrations, des applications décrites (typologie robuste des types de valorisation potentiels) ;
- ◆ faire imaginer les moyens humains et financiers qu'ils peuvent mobiliser pour y parvenir (type de dépenses éligibles pour tel et tel financement -prestataire, des personnes mobilisées en CDD en appui, type de compétences en interne ou en externe-illustrateurs, relecteurs professionnels, modes de production -partenariaux...).

→ Accompagner le binôme acteur-chercheur qui s'engage sur des actions de valorisation.

COMMUNICATION – TRANFERT

- Détecter et rendre accessibles les ressources produites :
 - ◆ réaliser un travail de veille : repérer les travaux de recherche existants et les ressources de valorisations abouties ;
 - ◆ mettre en ligne les références identifiées (base de données, site Internet).
- Communiquer, faire connaître la valorisation, les produits de valorisation, les méthodes et les outils :
 - ◆ présenter, faire connaître, rendre accessibles les produits de valorisation ;

- ◆ traduire des travaux scientifiques et savoir les communiquer ;
 - élaborer des textes de synthèse des résultats de recherche ;
 - identifier les publics cibles, susceptibles d'être intéressés par tels ou tels produits de valorisation (au cas par cas) ;
 - ◆ diffuser les valorisations auprès des acteurs institutionnels, des agents de développement, des élus... ;
 - ◆ s'assurer de l'appropriation des valorisations par les partenaires du projet et à plus grande échelle ;
 - ◆ organiser des séminaires de présentation et de mise en débat des productions des projets.
- Transférer les acquis et le savoir-faire et conduire des échanges d'expériences avec d'autres dispositifs de valorisation ;
- ◆ faire connaître le savoir-faire acquis (diffusion de textes scientifiques, écriture et diffusion des articles, présentations et échanges avec d'autres animateurs valorisation, avec des réseaux ruraux...);
 - ◆ favoriser le lien entre les acteurs de la valorisation et les demandes de transfert ;
 - ◆ favoriser les échanges intra projets de recherche et de valorisation.

MISSIONS TRANSVERSALES

- Développer des échanges entre les acteurs du développement, des experts et des communautés scientifiques pour promouvoir et approfondir le concept de valorisation :
 - ◆ nouer des liens avec les partenaires institutionnels, les responsables et acteurs de chaque projet et les organismes de recherche ;
 - ◆ entretenir des échanges avec les acteurs et la communauté scientifique, les partenaires techniques et financiers

- faciliter la communication entre ces deux mondes ;
- Rendre compte de la mission d'accompagnement de la valorisation auprès des institutions porteuses de la démarche :
 - ◆ présenter les activités de la mission valorisation des recherches (rapport d'activité, suivi des accompagnements, état de la valorisation) ;
 - ◆ présenter les partenariats conduits et l'ensemble des actions de diffusion des valorisations.

2.2 _ Les compétences et expériences

COMPÉTENCES GÉNÉRALES

- ◆ développement local et ses processus d'actions-conduite de projets.
- ◆ animation de groupes, de réseaux, de réunions, de débats
 - capacité d'écoute, de reformulation, capacité de « traduction »
- ◆ lecture et synthèse d'informations, rédaction de documents
- ◆ méthode et rigueur
- ◆ autonomie et force de propositions
- ◆ communication écrite et orale
- ◆ capacités relationnelles et de facilitation
- ◆ curiosité, imagination et inventivité

COMPÉTENCES SPÉCIFIQUES

- ◆ organisation et conduite de travaux collaboratifs
- ◆ organisation de manifestations (ateliers d'échanges, séminaires, colloques)
- ◆ animation de réflexions et d'analyses (des besoins en valorisation)

- ◆ appui au montage de projets de recherche valorisation
 - ingénierie financière avec traduction des procédures administratives et financières
- ◆ accompagnement des équipes des projets (acteurs et chercheurs)
- ◆ conception de temps d'échanges sur la valorisation
- ◆ construction de produits de valorisation

COMPÉTENCES TECHNIQUES

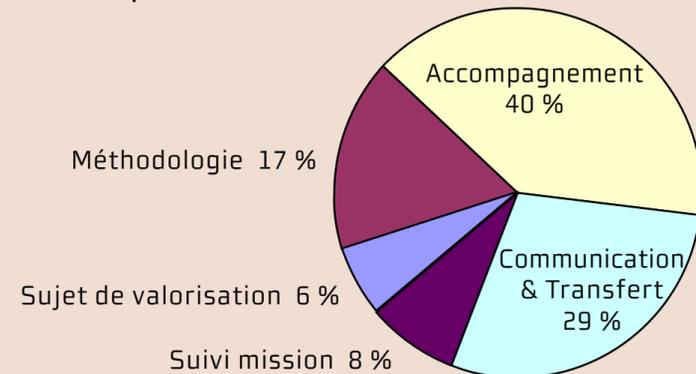
- ◆ connaissance ou maîtrise des outils web 2.0
- ◆ connaissances de bases en propriété intellectuelle (licences libres)
- ◆ gestion de processus d'édition : aide à la rédaction, à la mise en forme des supports, maquettages des ressources

DOMAINES D'EXPÉRIENCE ET DE FORMATION

- ◆ développement régional, rural, urbain
- ◆ connaissance du secteur de la recherche en sciences sociales et agronomiques
- ◆ valorisation de la recherche
- ◆ outils informatiques classiques + publication Web et bases de données

2.3 _ La répartition du temps de travail de la mission valorisation des recherches

Sur la base de l'expérience de la mission valorisation des recherches en Rhône-Alpes, une estimation du temps de travail consacré à chacune des missions est présentée :



Missions valorisation des recherches	% TEMPS TRAVAIL
Identifier les sujets prioritaires de valorisation	6 %
Définir, identifier et tester tous les modes de valorisation	6 %
Capitaliser sur les références techniques et méthodologiques sur les manières de faire des valorisations	11 %
Accompagner des acteurs du développement rural qui ont besoin de connaissances nouvelles	14 %
Rechercher, repérer et accompagner des chercheurs qui auraient matière à valorisation et envie de le faire	8 %
Accompagner les acteurs et les chercheurs qui s'engagent sur des actions de valorisation	18 %
Détecter et rendre accessibles les ressources	12 %
Communiquer sur la démarche de valorisation Faire connaître le guide de la collaboration acteurs chercheurs Présenter les produits de valorisation	11 %
Transférer les acquis et le savoir-faire et organiser des échanges d'expériences avec d'autres	6 %
Assurer le suivi de la mission valorisation des recherches	8 %

2.4 _ L'estimation du coût du poste

Ci-dessous, une présentation des dépenses pour estimer annuellement le poste valorisation des recherches. Exemples de dépenses en Rhône-Alpes.

Rubriques	Montants
INVESTISSEMENT	
Équipement informatique Mobilier, bureau Matériels audiovisuels et d'animation (vidéo-projecteur...)	
SALAIRES ET CHARGE <i>En fonction du statut, de la grille de rémunération et de l'expérience</i>	
Prestation si nécessité de missions ponctuelles (assistance Internet, gestion base de données, mise en page, édition)	
FRAIS DE DÉPLACEMENT	3 000 €
Transports – Déplacements en région	2 000 €
Déplacements externes autres régions à l'échelle nationale ou internationale (transports en commun/ aérien)	1 000 €
FRAIS DE MISSION <i>En fonction du barème de remboursement de l'institution employeur</i>	1 500 €
Repas	1 000 €
Nuitées	500 €
FRAIS GÉNÉRAUX	5 000 €
Location de bureaux	
Frais de téléphone fixe et/ou mobile	
Fournitures de bureau	
Frais de reprographie	
Frais d'affranchissement	
FRAIS DE DIFFUSION	
Hébergement du site Internet et de la base de données	1 500 €
AUTRES	
Acquisition de données, de ressources documentaires	
ANIMATION DE RENCONTRES	
Location de salles	
Restauration	
Frais de préparation des supports distribués en séance	
Remboursements de déplacements d'intervenants	
ACHATS DIVERS	

3 - COMMUNIQUER ET DIFFUSER

Deux supports de diffusion, issus de l'expérience rhônalpine, sont présentés :

- le site Internet PSDR3 Rhône-Alpes et la base de données ;
- les supports d'information produits sur la valorisation.

Si la stratégie de diffusion de chaque produit de valorisation doit être travaillée par les initiateurs (voir Partie B - Étape 12 et 13), il est également important, au niveau du dispositif d'accompagnement, de :

- présenter les connaissances produites ;
- les rendre accessible au plus grand nombre en les référent dans une base de donnée ;
- disposer de supports d'information sur la valorisation.

3.1 _ Le site Internet

Les sites Internet sont devenus incontournables. Ils permettent de consulter un ensemble de pages, d'accéder à des données écrites, imagées, filmées, téléchargeables ou non. Bibliothèques virtuelles, ils peuvent devenir des vitrines des projets de recherche et de valorisation.

La création d'un site Internet est à anticiper. Son actualisation est chronophage et mobilise des compétences précises en dehors du webmaster : compétences bureautiques et éditoriales. Pour assurer la pérennité de ce support, l'hébergement et son animation sont à prévoir au-delà de la période du projet.



Si la création d'un site n'est pas possible, pensez à vous rapprocher d'une autre structure pouvant accueillir vos rubriques/informations sur leur interface.

Dès le démarrage, le programme PSDR3 Rhône-Alpes s'est doté d'un site Internet visant à faciliter l'appropriation des connaissances produites par les projets PSDR3 (travaux de recherche et de valorisation).

Il s'adresse aux acteurs du développement (élus, responsables d'institutions, chargés de missions, agents de développement, enseignants et formateurs, centres de ressources, animateurs de réseaux, consultants) en vue d'enrichir leurs réflexions et de consolider leurs pratiques par l'apport de nouveaux concepts, de références scientifiques et de méthodes opérationnelles.

Le site Internet PSDR3 Rhône-Alpes a une triple vocation « communication, information, diffusion » et développe quatre fonctions.



Il a pour objectif de favoriser la diffusion des informations relatives au programme PSDR3 et de faciliter l'accès aux résultats des projets de recherche. Il devient aussi un support de communication des avancées et de diffusion des résultats des projets de valorisation.

Les thématiques traitées sont celles des projets, en lien avec les questions clefs du développement régional, défini en Rhône-Alpes dans ses dimensions

rurales, agricoles ou territoriales (en 2007-2011 sur les circuits courts, l'adaptation au changement climatique, les stratégies foncières, les problématiques périurbaines, la création d'activités et d'emplois ou l'ingénierie territoriale...).

Le site www.psd-rh.fr se décline en différentes rubriques permettant de :

- suivre l'actualité des événements organisés dans le cadre des animations de programmes : régionales ou nationales sur les thématiques de développement rural ;
- connaître les programmes de valorisation (dont PSDR3 en Rhône-Alpes), les différents projets réalisés et la démarche de valorisation impulsée et conduite ;
- consulter l'évolution des résultats des projets de recherche et les produits de valorisation finalisés ou en cours ;
- découvrir et prendre connaissance des ressources documentaires accessibles en consultation ou téléchargement dans la base documentaire ;
- collaborer au sein d'un Intranet réservé aux membres impliqués dans les projets.

Page d'accueil du site psdr-ra.fr



3.2 _ La base documentaire, expérience en Rhône-Alpes

3.2.1 La mise à disposition des connaissances produites

Le site Internet s'accompagne d'une base documentaire destinée à recenser l'ensemble des productions issues d'une part des différents modes de valorisation (production des collaborations entre chercheurs et acteurs, résultats des ateliers d'échanges, travaux de restitution, supports de sensibilisation, guides techniques, outils méthodologiques, d'aide à la décision..., produits de valorisation).

Et d'autre part, des ressources scientifiques (rapports scientifiques des projets de recherche, articles scientifiques, publications et ouvrages, diaporamas).

À mi-parcours, le programme PSDR3 Rhône-Alpes s'est doté d'un poste de mission de documentaliste pour élaborer la base documentaire qui est intégrée, depuis fin 2011, au site Internet dans la rubrique Ressources.

Page d'accueil de la base documentaire avec le moteur de recherche.

Conçue comme un outil d'archivage et de diffusion, elle :

- offre un accès facile et rapide aux ressources référencées. Par exemple des guides méthodologiques sur la gouvernance des territoires, des actes de colloques et des interventions filmées, des diaporamas thématiques, des livrets de sensibilisations... ;
- met en exergue les derniers documents intégrés ;
- propose des supports diversifiés (documents PDF, supports vidéo, DVD) à télécharger, visionner, consulter... ;
- permet de naviguer au sein des résultats et d'accéder à différents niveaux de ressources (auteurs, mots clés...);
- décrit de manière synthétique la ressource documentaire.

Exemple de notice de la base documentaire.

3.2.2 Les étapes de mise en place d'une base documentaire

OBJECTIFS	ACTIONS
Choix de l'adaptabilité du logiciel de gestion des données	Avoir un espace suffisant sur le serveur pour accueillir l'installation de la base de données et tous les documents. Vérifier la capacité de postage des documents et de stockage. Se doter d'un espace minimum de 50 Go, à faire évoluer, si besoin. Connaître le nombre de documents maximum par dossier. Vérifier la rapidité d'enregistrement des documents.
Structuration Pérennisation	Créer et assurer la cohérence de l'arborescence. Réaliser l'indexation (mots clefs, auteurs). Adapter le moteur de recherche.
Archivage	Inventorier des documents : supports écrits (articles, ouvrages, guide, actes de colloques...), supports visuels (diaporamas), supports vidéo (film, DVD). Produire des descriptifs (notices). Créer des liens entre les documents.
Test avant mise en ligne	Tester la base documentaire auprès d'un groupe d'acteurs : - s'assurer de l'adéquation entre la base et les attentes et besoins exprimés ; - recueillir les avis, remarques, critiques et suggestions du public cible ; - Adapter le support.
Mise en ligne	Communiquer, transmettre des mails d'information et de promotion de la base documentaire. Élaborer et diffuser des documents de présentation de la base de données. Présenter la base de données lors de manifestations.
Collecte d'informations	Alimenter, enrichir la base documentaire. Contacter les auteurs des ressources (acteurs et chercheurs). Réaliser une veille documentaire. Identifier les sources d'informations existantes. Intégrer en continu les ressources.
Diffusion	Respecter les règles de diffusion et les droits d'auteur.
Suivi	Suivre les statistiques de consultation. Analyser le développement de la base documentaire en documents scientifiques et en produits de valorisation. Alimenter et enrichir la base (collecte, catalogage, résumés...). Assurer la maintenance de la base de données (actualisation des versions). Faire évoluer et adapter la base en fonction de documents, des besoins : structuration, arborescence.

Des conseils d'élaboration

Quelques points clefs pour le site Internet et la base de données :

- Élaborer un cahier des charges.
- Vérifier la capacité d'adaptation et d'évolution de la structure du site Internet et de la base de données.
- Veiller à la cohérence et à la complémentarité des rubriques du site Internet.
- Organiser le pilotage de ces supports : hébergement, propriétaire du site, responsable des publications, rédacteurs.
- Identifier les compétences nécessaires à l'animation et à l'actualisation du site Internet.
- Définir le profil de poste et la mission du chargé de ressources documentaires.
- Tester avant la mise en ligne du site Internet et de la base de données.
- Suivre et analyser la vie du site.
- Faire évoluer la base documentaire :
 - ◆ définir et actualiser les thématiques de la base de données en fonction des préoccupations des acteurs et des initiatives de recherche ;
 - ◆ préciser les sources et la zone de collecte des ressources – à l'échelle régionale, nationale, européenne ou internationale.

3.3 _ Le poste de chargé de ressources documentaires



3.3.1 La mission du chargé de ressources documentaires en Rhône-Alpes

Au-delà des étapes de mise en place de la base de données, le chargé de ressources documentaire se mobilise pour l'alimenter en continu.

Le schéma de la mission

RECUEILLIR	TRAITER	METTRE À DISPOSITION
Lire	Rendre disponibles les ressources recueillies.	Alimenter la base de données.
Rechercher	Rédiger des résumés de présentation des ressources. Recenser les actes de colloques, de séminaires et les comptes rendus des débats et des sessions.	Transmettre.
Faire de la veille documentaire sur les travaux de recherche	Repérer les sources de données et de textes. Contacter les auteurs des ressources et les sites Web.	Actualiser et compléter la base de données.
Actualiser le fonds documentaire.	Concevoir des dossiers. Préparer des notices descriptives des ressources.	Intégrer ces nouvelles ressources sur le site. Les présenter et les rendre accessibles lors de manifestations.

La durée de la phase de constitution est de trois mois (analyse des besoins, de l'existant et conception de l'architecture).

Le travail de veille et d'alimentation de la base de données (lecture, traitement et mise en ligne) peut être estimé à un mi-temps.

MISSIONS

CONSTRUCTION ET GESTION D'UNE BASE DE DONNÉES DOCUMENTAIRES

- Mettre en place un logiciel de gestion de fonds documentaire (paramétrage du module de recherche multicritères).
- Définir l'arborescence et le catalogage. L'architecture de la base de données doit s'articuler autour de thématiques définies au regard des enjeux, des attentes des acteurs et des travaux de scientifiques, en terme de développement régional susceptible de relever de travaux de recherche et de production de valorisation.
- Tester, mettre en ligne et suivre les visites.
- Rechercher et analyser des documents.
- Sélectionner les documents à traiter : articles scientifiques (ouvrages, publications), produits de valorisation des recherches (diaporamas, DVD, ouvrages de vulgarisation, posters, actes de colloques, de séminaires, comptes rendus d'ateliers).
- Faire l'inventaire des documents dans un fichier (Excel).
- Hiérarchiser l'information :
 - ◆ créer des notices et des résumés pour chaque document et des liens entre les documents, afin de permettre à l'utilisateur d'accéder à différents niveaux d'information, du résumé à la thèse, en fonction de ses besoins.
- Faire évoluer l'arborescence de la base de données et maintenir sa cohérence au fil du temps et des documents récoltés.

VEILLE DOCUMENTAIRE ET CONTACTS

- Mener une veille documentaire sur les sujets stratégiques de développement.
- Repérer les documents à dimension de recherche sur le développement local, régional, national.
- Repérer les documents de valorisation, les productions d'acteurs en lien avec les thématiques.
- Identifier les sources d'informations existantes (bases de données dans le domaine de la recherche, personnes et organismes de ressources) et réaliser un travail de veille complémentaire.
- Créer et entretenir des rapprochements, au niveau régional et à l'échelle nationale, avec les différents organismes de développement, les équipes de recherche et les auteurs des documents.
- Compléter la base de données avec les documents issus du travail de veille.
- Respecter les règles de diffusion des documents, notamment concernant la propriété intellectuelle.

AUTRES MISSIONS

- Définir la ligne éditoriale en lien avec l'animation de l'accompagnement de la valorisation.

MISE À JOUR DU SITE WEB

- Insérer des documents dans les rubriques du site.
- Préparer les articles : conversion au format PDF, compression et mise en ligne de documents de divers formats.
- Logiciel utilisé à préciser.

3.3.2 Les compétences et expériences

COMPÉTENCES « CLEFS »

- ◆ être curieux, méthodique, autonome et ouvert au travail collaboratif ;
- ◆ avoir une bonne connaissance de l'architecture des systèmes d'information documentaire ;
- ◆ avoir des connaissances de base en programmation (optionnel) ;
- ◆ utiliser couramment Internet et l'informatique, savoir gérer et utiliser une base de données, être capable de mettre des informations en ligne et de les gérer, faire une veille sur le site ;
- ◆ avoir une bonne capacité de veille et de lecture rapide : cibler les lectures en fonction des objectifs de la base de données, sélectionner (s'assurer de la pertinence) et hiérarchiser les documents ;
- ◆ détecter en permanence les supports de diffusion d'informations, les documents de recherche et de valorisation. Actualiser en continu les sources de données, repérer en permanence des personnes ou des organismes ressources, solliciter et mettre en contact ;
- ◆ maîtriser les techniques de présentation écrite, avoir un bon esprit de synthèse, savoir rédiger des textes courts et clairs ;
- ◆ avoir des capacités d'insertion dans un réseau d'échanges et de partages des ressources ;
- ◆ connaître les règles du droit de l'information et de la propriété intellectuelle ;
- ◆ connaître la démarche scientifique afin de pouvoir comprendre le langage, les enjeux et ainsi communiquer avec les chercheurs ;
- ◆ être capable d'évaluer la fiabilité et la validité du contenu informationnel.

DOMAINES D'EXPÉRIENCE ET DE FORMATION

- ◆ Espace rural / agriculture / développement local / développement rural / développement territorial / gestion de l'information (rechercher des informations, conserver des informations).
- ◆ Un plus : connaissance du domaine scientifique et des personnes et organismes ressources.
- ◆ Niveau de qualification : Master professionnel SIB (Sciences de l'information et des bibliothèques) ou Licence professionnelle Ressources documentaires et bases de données, spécialité DIST (Documentation et informations scientifiques et techniques).

3.3.3 Les postes de dépenses

Les principaux postes de dépenses sont :

Poste de chargé(e) des ressources documentaires Coût salarial ou Coût d'une prestation	En fonction de l'expérience et de la grille de salaire de l'employeur
Investissement	Équipement informatique (ordinateur, imprimante, support externe) Mobilier de bureau
Frais généraux	Frais d'hébergement de la base de données Maintenance informatique Location mensuelle bureau Frais de téléphone fixe Consommables bureau Frais de déplacement
Autres	Acquisition de données, de ressources documentaires

3.4 _ Les supports d'information sur la valorisation

Différents supports d'information sur la valorisation ont été élaborés dans le cadre du programme PSDR3 Rhône-Alpes et sont présentés sur le site du programme (www.psdr-ra.fr), dont :

- un texte sur les principes de la valorisation au sein du programme PSDR3 de Rhône-Alpes ;
- un document de 4 pages présentant le processus de valorisation et des exemples. Cet outil de communication a été élaboré et diffusé lors du séminaire final du programme PSDR3 en décembre 2011 ([voir Fiche technique n° 12](#)) ;
- les productions des séminaires organisés tout au long du programme PSDR3 (2008-2011) en Rhône-Alpes : programme, intervenants, ressources présentées sous forme de diaporamas, de supports vidéos et article de synthèse de la rencontre.

Sur la mission valorisation des recherches, d'autres communications peuvent être réalisées :

- une fiche de présentation de la mission valorisation des recherches ([voir Fiche technique n° 11](#)), à diffuser largement auprès des acteurs du développement et des chercheurs ;
- une enquête auprès des acteurs du développement peut aussi être un moyen de faire connaître la mission et de recueillir leurs besoins et leurs attentes en matière de valorisation des recherches.

3.5 _ Séminaires

Les séminaires sont des moments d'information sur l'état d'avancement des projets de recherche et de valorisation, et de diffusion des produits de valorisation. Ces rencontres permettent aux acteurs du développement d'accéder à de nouvelles ressources, de les interroger, de les confronter avec leurs pratiques.

Pour réussir un séminaire, il convient de :

- le préparer et le planifier ;
- prendre le temps de la réflexion pour définir les objectifs et les contenus ;
- faire preuve d'imagination et de rigueur pour que les objectifs soient atteints ;
- suivre le budget alloué ;
- animer l'événement ;
- dresser le bilan.

Les phases de repérage, de préparation, d'animation et d'évaluation d'un séminaire sont présentées dans la [*fiche technique n° 6*](#).

D

RESSOURCES

ILLUSTRATIONS DE PRODUITS DE VALORISATION

La valorisation
décryptée

A

La démarche
pas à pas

B

L'accompagnement
de valorisation

C

Des produits
de valorisation

D

Fiches techniques

E

Glossaire **A-Z**
Bibliographie 

F

Une formation et un DVD : *Le panier de biens et de services*

Un guide et une formation : *Produits de terroir*

L'adaptation d'un système d'information dédié
aux territoires (*SIDDT*)

Un guide : *Changements et Organisation du Travail
en Exploitation d'élevage (COTE)*

Une enquête auprès des professionnels du développement rural

Un dossier de sensibilisation :
Aménités environnementales : quelques clés pour comprendre

UNE FORMATION ET UN DVD

Le panier de biens et de services



PROJETS PSDR 2 & PSDR 3

Acteurs : Direction des Politiques territoriales, Région Rhône-Alpes, Frédéric GIRARD

Parc naturel régional du Pilat, Michel JABRIN

Chercheurs : Institut de géographie alpine – Unité mixte de recherche UMR PACTE-TERRITOIRES, Bernard PECQUEUR

INRA Université Pierre-Mendès-France – UMR GAEL (Laboratoire d'économie appliquée de Grenoble), Amédée MOLLARD

Années de réalisation : 2009-2010

LA VALORISATION

Conception de deux produits de valorisation issus des travaux de recherche conduits dans le cadre du PSDR2 dans le champ de l'économie et du développement local.

→ Un module de formation sur la démarche Panier de biens et de services, composé de 3 sessions de 2 jours, a réuni au total 19 participants (agents de développement, chargés de missions – dont 5 Parcs naturels régionaux représentés –, techniciens en charge du développement territorial et la Région Rhône-Alpes).

L'objectif général de la formation est de proposer aux agents de développement local une connaissance approfondie de l'approche Panier de biens et de services, considérée comme un nouveau moyen de compréhension, d'analyse et d'innovation pour le développement des territoires. Ces sessions ont permis :

- ◆ de prendre connaissance des théories, concepts, contenus, méthodes propres au panier de biens et de services ;
- ◆ d'élaborer, dans le cadre d'une confrontation entre chercheurs et acteurs, des méthodologies de diagnostic et d'évaluation pour apprécier le potentiel d'une valorisation conjointe des produits de qualité terroir et des services liés. Le but est de construire une stratégie de développement qui repose sur les ressources des territoires.

→ Un coffret multimédia – DVD vidéo et cédérom – complément de la formation et conçu comme un outil de sensibilisation et d'animation en direction des élus, des acteurs en charge du développement, apportant de nouvelles connaissances, proposant des références méthodologiques et des témoignages pour mieux appréhender les potentiels de leur territoire.

LA DÉMARCHE

Cette formation a été élaborée conjointement par les chercheurs, les acteurs du projet de recherche, le CRDR et les animateurs du programme PSDR Rhône Alpes. Cette formation alterne les apports théoriques et l'expérience de chaque participant, permettant ainsi de s'appropriier le concept en fonction des réalités des territoires.

Les intermodules ont été l'occasion pour chacun de mettre en pratique les acquis dans sa situation professionnelle, explorant et testant ainsi les outils opérationnels. La mise en commun des résultats permet d'échanger sur les réalités, les modes d'actions mobilisés et, pour les chercheurs, d'apporter également un regard critique et de veiller à l'utilisation exacte et scrupuleuse de leurs résultats de recherche. Chaque session de formation se déroule sur un territoire différent, l'hôte prend en charge la dimension logistique.

L'élaboration du produit audiovisuel a fait l'objet d'une prestation externe impliquant les pilotes de la formation. Ceux-ci ont contribué à la définition du contenu et des objectifs. Le choix des illustrations de terrain, le repérage de points saillants, la validation du synopsis, la construction des bonus sont les résultats de cette collaboration entre l'équipe de formation et le prestataire.

L'UTILISATION / LES EFFETS / L'USAGE...

→ Effets à court terme :

- ◆ le transfert direct des résultats de la recherche, leur appropriation par des agents du développement ;
- ◆ la formation favorise les échanges entre les participants, les transferts d'expériences, introduit une réflexion collective sur la nature des projets de développement mais aussi sur l'évolution de leurs méthodes d'accompagnement.

→ Une journée de présentation de ces outils de valorisation où 50 personnes ont échangé sur cette expérience de valorisation et sur le concept Panier de biens et de services ;

→ La présentation de ce produit de valorisation par les agents de développement, les Parcs naturels régionaux, permet aux acteurs du territoire et aux élus des collectivités territoriales de se familiariser avec cette méthode d'investigation, de cerner les relations entre territoire- acteurs et produits et ainsi d'identifier les résultats possibles ;

→ Des participants de la formation ont intégré le concept Panier de biens et de services dans leur démarche et dans des procédures innovantes de développement.

LA DURÉE

- ◆ Septembre 2008 à janvier 2009 :
 - Conception du projet de valorisation « Panier de biens et de services ».
- ◆ Avril à décembre 2009 :
 - 3 sessions de formation
 - 5 rencontres du comité de pilotage pour la préparation et l'évaluation des sessions de formation
- ◆ Septembre 2009 à juin 2010 :
 - Préparation, production et finalisation du DVD
 - 10 rencontres du comité de pilotage pour la production et la diffusion du DVD
- ◆ Juillet- octobre 2010 :
 - Préparation de la stratégie de diffusion et diffusion du coffret multimédia « Le panier de biens et de services : un nouveau regard sur le développement des territoires – Applications en Rhône-Alpes »

LE COÛT

Coût total = 108 000 €, dont la moitié en financement public, pour la réalisation du coffret multimédia « Le panier de biens et de services ».

Les 50 % restant mobilisés pour la préparation et l'animation des sessions de formation.

Les frais de déplacement, de restauration et d'hébergement pour la formation sont à la charge des participants.

Le groupe de pilotage valorisation (l'acteur référent valorisation du projet / les chercheurs engagés) et l'animateur valorisation PSDR évaluent le temps de travail à :

- pour la formation (préparation et déroulement des 3 sessions) :
45 jours/homme
- pour la finalisation des sessions de formation : 6 jours/homme
- pour le suivi de l'élaboration du DVD : 12 jours/homme
- pour la diffusion du produit de valorisation : 8 jours/homme

CONTACTS

Parc naturel régional du Pilat : Michel JABRIN, mjabrin@parc-naturel-pilat.fr

Région Rhône-Alpes – DPT : Frédéric GIRARD, fgirard@rhonealpes.fr

IGA UMR PACTE : Bernard PECQUEUR, bernard.pecqueur@ujf-grenoble.fr

UPMF – INRA UMER GAEL : Amédée MOLLARD, amedee.mollard@grenoble.inra.fr

INRA : Daniel ROYBIN, droybin@suacigis.com

Plate-Forme régionale développement rural : Véronique Quiblier, valorisation@caprural.org

UN GUIDE ET UNE FORMATION

Produits de terroir



PROJET PSDR 2 : TERRITOIRES, ACTEURS ET AGRICULTURES

Acteur : Centre régional de ressources du développement rural (CRDR), Anne CARTON

Chercheurs : CNRS, Laurence BERARD et Philippe MARCHENAY

Années de réalisation : 2006-2007

LA VALORISATION

- ◆ Un module de formation à détailler.
- ◆ Un ouvrage pour des agents du développement rural qui veulent donner une place centrale aux produits de terroir dans leur démarche de développement local.

LA DÉMARCHE

- ◆ Une équipe de recherche qui, dans le programme PSDR, travaille à la transmission de ses connaissances des produits de terroir auprès d'acteurs du développement.
- ◆ Un centre de ressources qui, dans sa mission de professionnalisation, organise des formations et souhaite outiller les agents sur la question des produits de terroir : en quoi ces produits peuvent être la base de stratégies de développement, comment éviter les pièges, que faire...
- ◆ Une première session de formation de 2 jours est l'occasion de bâtir et de tester un programme. Elle permet de valider et de compléter le texte de l'ouvrage.

L'UTILISATION / LES EFFETS / L'USAGE...

- ◆ 2 sessions de formation organisées par le CRDR en 2005 et 2007. 24 participants.
- ◆ Un ouvrage de 61 pages diffusé auprès de 150 agents de développement.
- ◆ Le CRDR affine sa connaissance du sujet et est mieux à même d'informer, de former les agents.
- ◆ Les agents peuvent décrypter ce que sont les produits de terroir et bâtir des stratégies de développement.

LA DURÉE

La durée totale est de 18 mois.

- ◆ 1 mois : prise de contact entre le CRDR et les chercheurs.
- ◆ 12 mois de travail sur la matière produite par les chercheurs pour faire avancer en parallèle les sessions de formation et la rédaction de l'ouvrage.
- ◆ 6 mois mobilisés pour les sessions de formation par échanges ponctuels.

LE COÛT

Principales dépenses correspondant au temps de travail consacré à :

- ◆ la préparation
- ◆ la formation (préparation, sessions de formation, évaluation)
- ◆ la finalisation du document

CONTACTS

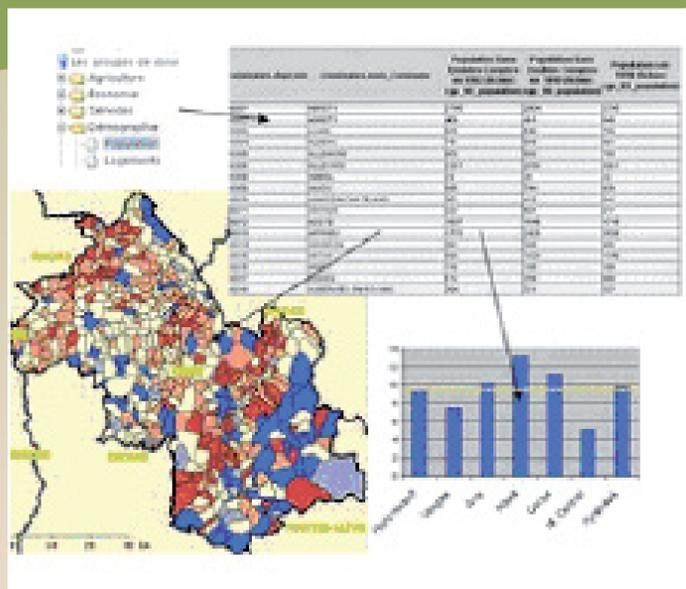
Centre régional de ressources du développement rural :

Anne CARTON, crdr@caprural.org

Centre national de la recherche scientifique (CNRS) : Laurence BERARD, laurence.berard@ethno-terroirs.cnrs.fr

L'ADAPTATION D'UN SYSTÈME D'INFORMATION DÉDIÉ AUX TERRITOIRES

SIDDT



Développement du système d'information dédié aux territoires pour les diagnostics et l'action sur la création d'entreprises et d'emploi.

PROJET PSDR 3 : SIDDT

Acteurs : Plate-Forme régionale développement rural Rhône-Alpes – Sites de proximité

Éric CHOSSON, Anne CARTON, co-chefs de projet Plate-Forme développement rural Rhône-Alpes

Chercheurs : IRSTEA (ex-Cemagref), Marie-Pierre ARLOT, Frédéric BRAY, Delphine MOREL, André TORRE, Jean-Jacques Collicard

Années de réalisation : 2008-2011

LA VALORISATION

Les Sites de proximité pour l'emploi et la création d'activités mettent en œuvre une démarche originale de création d'activités : la construction d'offres d'activités. Celle-ci repose sur une connaissance fine et actualisée de leurs périmètres d'actions. Or, s'ils procédaient par analyse de données statistiques diverses, les Sites de proximité ne disposaient pas d'un outillage professionnel stabilisé.

Le réseau des Sites de proximité a ainsi pu se doter d'un outil permettant à ses salariés de pouvoir établir de manière actualisée et rapide une connaissance fine de son périmètre d'action. Cet outil est une adaptation du SIDDT (Système d'information dédié aux territoires) mis au point et utilisé par l'IRSTEA de Grenoble (Unité de recherche développement des territoires montagnards).

L'outil, accessible sur Internet, permet d'obtenir des tableaux, des cartes et des graphiques à l'échelle communale et intercommunale pour une zone prédéterminée, relatifs à l'économie (emploi-entreprise) :

- les caractéristiques géographiques et de localisation ;
- la population – situation actuelle et tendances ;
- les caractéristiques sociales ;
- l'état des lieux de l'équipement ;
- l'habitat et l'accès au logement ;
- les activités économiques et les entreprises / employeurs ;
- la ressource humaine et l'emploi.

Leur analyse permet la prise de décision quant aux stratégies d'action pour maintenir, créer ou développer des entreprises, des emplois.

LA DÉMARCHE

- ◆ Un groupe de travail, composé des 6 Sites de proximité et de l'animateur régional, a réalisé un travail d'identification des thématiques à travailler et des données à récolter pour l'élaboration de tels diagnostics.
- ◆ Un cahier des charges a été élaboré, contractualisant le partenariat entre la Plate-Forme régionale et l'IRSTEA.
- ◆ Le groupe de travail Sites de proximité a précisé les données dont il voulait obtenir la production, l'échelle (communes, cantons, intercommunalités), le type de mise en forme (tableau, cartes, graphiques) et l'inscription dans le temps (période intercensitaire de référence), avec l'appui de l'animateur valorisation PSDR3.
- ◆ L'IRSTEA a développé une application de son SIDDT adaptée à la demande des Sites de proximité, avec des notices d'utilisation.
- ◆ Dans un second temps, l'application a été améliorée par l'introduction de la possibilité d'obtenir des informations issues du croisement de plusieurs données statistiques.
- ◆ Des journées de prise en main de l'outil ont été animées par l'IRSTEA pour les Sites de proximité.
- ◆ La collaboration entre la Plate-Forme régionale développement rural et l'IRSTEA se poursuit pour la maintenance et la mise à jour de l'outil ainsi que le porter à connaissance auprès d'autres acteurs du développement qui pourraient être utilisateurs.

L'UTILISATION / LES EFFETS / L'USAGE...

Chaque Site de proximité dispose de l'outillage pour sa zone d'intervention et l'utilise pour l'actualisation de ses diagnostics.

Les données obtenues sont partagées avec les partenaires des Sites et les élus locaux.

Ces diagnostics sur différents espaces ruraux du territoire alimentent une réflexion interne à la Plate-Forme régionale développement rural sur les évolutions des espaces ruraux et les incidences sur la création d'activités.

Ces analyses contribuent également à un autre projet de valorisation rattaché à des résultats scientifiques (projet CreActE) pour le repérage des facteurs d'émergence (potentiels des territoires, échelles d'action, systèmes d'acteurs) de la création d'activités nouvelles et d'emplois dans les espaces ruraux.

LA DURÉE

- ◆ Mars à Septembre :
 - Identification des thématiques à travailler et des données à récolter : 1 groupe de travail de 6 personnes / 2 réunions d'une demi-journée / un travail de relecture.
- ◆ Novembre à Décembre 2008 :
 - Une mise en relation de ce travail avec les possibilités de l'IRSTEA : une réunion de calage d'une demi-journée / 1 journée pour le cahier des charges.
- ◆ 1^{er} trimestre 2009 :
 - une matrice des besoins > 3 jours de l'animateur PSDR valorisation / 3 jours de l'animateur régional des Sites de proximité.
- ◆ 2009 ((9 mois) :
 - Développement de l'application et ses notices > 20 jours de deux informaticiens / géomaticiens et 60 journées stagiaires de l'IRSTEA.

◆ **Un point d'étape** avec les Sites de proximité, l'équipe de l'IRSTEA, l'animation valorisation du PSDR et le CRDR (impliqué dans la diffusion de l'outil à d'autres agents de développement).

◆ Mars 2010 :

- Livraison de l'outil : 1 journée avec les responsables des Sites de proximité, l'équipe de l'IRSTEA, le CRDR, l'animation valorisation PSDR3.

◆ 2012-2013 :

- Convention de partenariat pluriannuelle, post-projet de valorisation, entre l'IRSTEA et la Plate-Forme régionale développement rural : élaboration de la convention fin 2011 et mise en œuvre dès 2012 : maintenance, actualisation et participation à des journées de présentation.

LE COÛT

Coût total : 54 000 € €

◆ 48 % de financement européen (FEDER)

◆ 52 % d'autofinancement (temps de travail de l'IRSTEA Grenoble et de la Plate-Forme régionale développement rural Rhône-Alpes)

Pour l'adaptation du SIDDT aux besoins des Sites de proximité et l'élaboration des indicateurs de synthèse

◆ temps de travail : préparation, développement de l'application : 89 %

◆ déplacements (transport, repas, hébergement) : 6 %

◆ petit matériel (petits équipements informatiques et de bureau, consommables) : 5 %

CONTACTS

Plate-Forme régionale développement rural :

Patrick GRIMAULT, animation technique régionale des Sites de proximité :
sites.proximite@caprural.org

Véronique QUIBLIER, animation valorisation des recherches :
valorisation@caprural.org

IRSTEA :

Jean-Jacques COLLICARD, Jean-Jacques.Collicard@irstea.fr

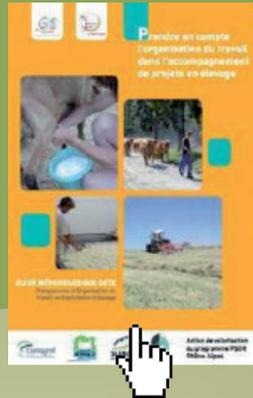
Informatique-géomatique :

Frédéric BRAY, frederic.bray@irstea.fr

André TORRE, Andre.Torre@irstea.fr

UN GUIDE MÉTHODOLOGIQUE

Changements et Organisation du Travail en Exploitation d'élevage (COTE)



PROJET PSDR2 : TRAVAIL, ESPACES, PAYSANS DANS LES ALPES DU NORD

Acteurs : Suaci Alpes du Nord, Yves PAUTHENET

IRSTEA/EPLEFPA de la Motte-Servolex, Boris CALLAND

Chambre d'agriculture Isère, Guy JAUNEAU

Chercheurs : IRSTEA-UR Développement des territoires montagnards,

Laurent DOBREMEZ et Sophie MADELRIEUX

Années de réalisation : 2008-2010

LA VALORISATION

Un nouvel outil d'accompagnement est proposé aux conseillers agricoles pour analyser et évaluer les conséquences d'un projet de changements d'une exploitation dans son organisation du travail.

L'outil, baptisé COTE (Changements et Organisation du Travail en Exploitation d'élevage), se compose de :

- ◆ Un guide méthodologique COTE de 47 pages, qui positionne ce nouvel outil dans une démarche globale d'accompagnement des agriculteurs, présente les concepts et les étapes à suivre ainsi qu'une illustration de son application.

Imprimé à 400 exemplaires, il est diffusé largement par les partenaires du projet : réseau des Chambres départementales d'agriculture, SUACI Alpes du Nord, IRSTEA, Institut de l'élevage...

- ◆ Un ensemble de supports téléchargeables (guide d'entretien, trame de restitution des échanges) est proposé (formats PDF, Word et PowerPoint), facilitant le recueil des données nécessaires à l'analyse du conseiller lors de ses rencontres avec les éleveurs, sur les sites de [l'institut de l'élevage](#) et de [PSDR3-RA](#).
- ◆ Un support de formation sur cette démarche a été élaboré et présenté à des étudiants en formation initiale (écoles d'ingénieurs).

LA DÉMARCHE

L'étude de l'organisation du travail d'une vingtaine d'exploitations d'élevage, enquêtées avant et après la mise en place d'un projet de changements, a permis la conception et la mise au point de l'outil COTE.

- ◆ Une première session de formation – action auprès de 2 conseillers agricoles de la Région Rhône-Alpes – a été l'occasion de bâtir le programme de formation et d'ajuster le guide méthodologique ainsi que son guide d'entretien. Des tests et l'application de l'outil ont été menés sur des exploitations par des conseillers formés.
- ◆ L'outil pédagogique COTE a été testé et présenté à un ensemble de structures de formation : 30 étudiants de l'ISARA l'ont mis en application sur 5 exploitations de la Loire et de l'Isère.
- ◆ Une intervention présentant les concepts de COTE a été réalisée auprès d'une centaine de stagiaires BPREA de 5 CFPPA de la Région Rhône-Alpes, dans le cadre du module de formation « Gérer le travail sur une exploitation agricole ».
- ◆ Une demi-journée a été consacrée à la présentation et à la diffusion du guide COTE auprès de 25 participants régionaux.

L'UTILISATION / LES EFFETS / L'USAGE...

- ◆ Les agents, pendant la phase d'appropriation de l'outil COTE, échangent avec les agriculteurs sur l'évolution de leur métier, leurs aspirations, les conditions de travail et les risques professionnels.
- ◆ Les conseillers, plus outillés, peuvent mieux comprendre les projets de changements en terme d'organisation du travail.
- ◆ Les premières utilisations de cet outil COTE ont permis aux éleveurs de progresser dans leur réflexion et de voir se profiler des difficultés qu'ils sous-estimaient.
- ◆ La démarche COTE peut devenir un outil d'animation auprès de groupes d'éleveurs en stimulant les échanges et les débats, et une recherche des solutions collectives entre éleveurs.
- ◆ Des formations d'application organisées dans le cadre du GIS Alpes-Jura en collaboration avec les Chambres départementales d'agriculture permettront aux conseillers, aux techniciens agricoles des départements et de la Région de s'approprier la démarche et de s'outiller.

LA DURÉE

- ◆ Janvier 2008-octobre 2009 : Enquêtes terrain Alpes et élaboration du premier outil de simulation des changements
- ◆ Janvier 2010 : Premiers tests de COTE au sein du groupe de travail valorisation
- ◆ Mars 2010 : Formation-test de 2 conseillers agricoles
- ◆ Avril à juin 2010 : Nouveaux tests de l'outil par les conseillers formés et les étudiants (ISARA)
- ◆ Mai à octobre 2010 : Finalisation et édition de l'outil COTE
- ◆ Octobre 2010 : Diffusion à l'échelle régionale

LE COÛT

Coût total estimé : 93 000 €

- ◆ 43 % de financement public
- ◆ 57 % d'autofinancement : 220 jours/homme dont 170 jours/homme acteurs et 50 jours/homme recherche

Principales rubriques :

- ◆ Coordination du projet de valorisation par le référent valorisation : 20 jours/homme sur 22 mois
- ◆ Préparation et animation des réunions du groupe de travail valorisation : 15 jours/homme sur 22 mois
- ◆ Temps d'organisation, de traitement et d'analyse de 40 enquêtes : 30 jours/homme
- ◆ Élaboration des documents COTE : 43 jours/homme sur 6 mois
- ◆ Formation et tests (préparation et formation TEST) : 25 jours/homme sur 4 mois
- ◆ Finalisation des documents COTE : 17 jours/homme sur 3 mois
- ◆ Diffusion et présentation du guide méthodologique COTE : 10 jours/homme sur 2 mois
- ◆ Interventions en CFPPA : 10 jours/homme sur 6 mois

CONTACTS

Suaci Alpes du Nord / Gis Alpes Jura : Yves PAUTHENET, ypauthenet@suacisgis.com

Chambre d'agriculture de l'Isère : Guy JAUNEAU, guy.jauneau@isere.chambagri.fr

IRSTEA : Sophie MADELRIEUX, sophie.madelrieux@irstea.fr

UNE ENQUÊTE AUPRÈS DES PROFESSIONNELLS DU DÉVELOPPEMENT RURAL



PROJET PSDR3 : INGÉTERR (concepts, cadres et pratiques de l'ingénierie territoriale)

Acteur : Plate-Forme régionale développement rural – Centre régional de ressources du développement rural (CRDR), Anne CARTON

Chercheurs : Institut de géographie alpine – Unité mixte de recherche UMR PACTE-TERRITOIRES, Grenoble, Claude JANIN
Université Lyon 2, Laboratoire d'études rurales, Éric GRASSET

Années de réalisation : 2009-2010

LA VALORISATION

◆ Un document de 21 pages, Agents de développement rural en Rhône-Alpes : votre métier évolue, édité en janvier 2010 par le CRDR, présentant aux acteurs du développement une première exploration de l'enquête réalisée auprès des agents de développement rural de Rhône-Alpes. Il analyse le profil des agents, leurs activités, leurs compétences ainsi que les évolutions sur dix ans.

Les co-rédacteurs sont l'équipe rhônalpine d'IngéTerr. Il est diffusé par mail à tous les agents de développement rural de Rhône-Alpes (1 000), aux acteurs régionaux et nationaux (300) du développement rural. Il est accessible sur le site de la Plate-forme régionale développement rural : www.caprural.org

- ◆ Des rencontres organisées par le CRDR mobilisant l'équipe du projet IngéTerr et celle de la Plate-Forme régionale développement rural pour permettre :
 - aux agents de développement d'échanger sur les évolutions de leurs métiers et d'en tirer des enseignements quant à la dynamique professionnelle dans laquelle ils devraient s'inscrire, à partir de la présentation des résultats de l'enquête, d'un décryptage du contexte et des enjeux par l'équipe IngéTerr;
 - aux services de l'État, des départements et de la Région de mesurer l'articulation entre l'exigence d'ingénierie des politiques territoriales dans lesquelles ils sont impliqués et les métiers et emplois de ces professionnels ;
 - aux acteurs de la formation initiale des agents (universités, écoles d'ingénieur) de mieux comprendre les métiers et les besoins de formation.

LA DÉMARCHE

- ◆ Une enquête auprès de 100 professionnels du développement rural en Rhône-Alpes.
- ◆ Le choix d'actualiser une enquête réalisée en 1999 auprès des agents de développement rural pour mesurer les évolutions des dix dernières années.
- ◆ L'interprétation des réponses est réalisée par les équipes d'IngéTerr et du CRDR, permettant ainsi de confronter différentes approches.

L'UTILISATION / LES EFFETS / L'USAGE...

- ◆ Des agents de développement qui ont une meilleure connaissance du domaine professionnel dans lequel ils s'inscrivent. En prenant conscience des évolutions de leurs métiers et de leurs emplois, ils sont mieux outillés pour faire des choix de professionnalisation et de carrière.

- ◆ Le CRDR affine sa connaissance des emplois, mesure des évolutions et peut ainsi faire évoluer certaines de ses actions de professionnalisation : programme de formation, appuis méthodologiques, contenu de la Revue de presse de la Plate-forme régionale développement rural Rhône-Alpes et des publications thématiques "*Regards croisés*" initiées et réalisées dès 2012.
- ◆ Une contribution à la réflexion nationale sur les métiers du développement local.

LA DURÉE

- ◆ Mai à juin 2009 : Préparation, réalisation et premiers traitements de l'enquête.
- ◆ Septembre à décembre 2009 : Analyse.
- ◆ Décembre 2009 : Préparation du document et des rencontres.
- ◆ Janvier à avril 2010 : 4 journées de restitution auprès de 100 personnes au total (70 agents de développement, 15 formateurs, 15 institutions financeurs de poste d'agents)

LE COÛT

Coût total estimé : 23 500 € €

(Sur la base du plafond de dépenses subventionnables des coûts salaires PSDR3)

Principales dépenses en temps de travail

- ◆ organisation et traitement de l'enquête : 15 jours/homme
- ◆ journées de restitution et d'échanges : 24 jours/homme (4 journées de restitution IngéTerr à 4 personnes CRDR + 2 chercheurs)
- ◆ production du document : 8 jours/homme (4 jours de travail à deux)
- ◆ reprographie : 100 € €
- ◆ frais de salle et de restauration : 2 050 € €

CONTACTS

Centre régional de ressources du développement rural :

Anne CARTON, crdr@caprural.org

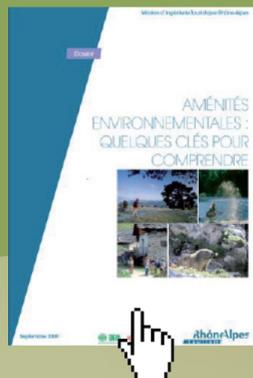
IGA UMR PACTE : *Claude JANIN, claud.janin@ujf-grenoble.fr*

Université Lyon 2, Laboratoire d'études rurales :

Éric GRASSET, eric.grasset@gmail.com

UN DOSSIER DE SENSIBILISATION

Aménités environnementales : quelques clés pour comprendre



Projet PSDR3 : AMEN – Aménités environnementales

Acteur : Mission d'ingénierie touristique Rhône-Alpes (MITRA)

Hugues BEESAU, directeur de l'ingénierie MITRA

Chercheurs : INRA, Université Pierre-Mendès-France, UMR GAEL (Laboratoire d'économie appliquée de Grenoble), Amédée Mollard et Anne Lacroix

Années de réalisation : 2009-2010

LA VALORISATION

Sur la base de premiers résultats de recherche, la valorisation du projet AMEN a consisté à porter à connaissance le concept d'aménités environnementales. À partir de 2009, des démarches de sensibilisation ont été conduites par la MITRA.

- ◆ Un dossier de présentation *Aménités environnementales* : quelques clés pour comprendre. Cette note de 14 pages, éditée en janvier 2010, explique les objectifs attendus de cette recherche novatrice, développe le concept d'aménités et présente leurs valorisations et leurs contributions au développement territorial. Dans un souci de sensibilisation et de vulgarisation, cette note a été complétée dans Les carnets de la MITRA n° 8, *MONTAGNE ÉTÉ* : des clés pour réenchanter

la destination auprès des clientèles potentielles. La notion d'aménités est ainsi introduite dans les méthodes et outils opérationnels présentés dans ce guide méthodologique.

- ◆ La mise en ligne du document de référence sur le [site professionnel](#) (15 000 pages lues par mois).
- ◆ L'appropriation de ce concept d'aménités dans l'ingénierie de conseils et d'accompagnement des projets conduite par la MITRA.
- ◆ Dans le cadre des Ateliers rencontres de l'ingénierie touristique (ARIT) consacrés à l'écotourisme en Rhône-Alpes, la démarche du projet et le concept d'aménités ont été présentés à 150 participants (élus, techniciens du tourisme, techniciens agricoles, techniciens des collectivités territoriales, professionnels), suscitant un intérêt pour la production d'outils très opérationnels.

LA DÉMARCHE

- ◆ Une diffusion ciblée de ces supports écrits est privilégiée. Ils complètent les accompagnements et les animations menés par la MITRA auprès de ses partenaires et des professionnels demandeurs d'appuis (élus, responsables d'institutions touristiques, développeurs tourisme sur les territoires, professionnels...). Aussi une explication et une illustration terrain de ces notions lors des échanges facilitent-elles l'appropriation de cette nouvelle approche.
- ◆ Un important travail de recherche documentaire est réalisé sous la forme d'une veille active. Il permet de disposer d'informations et de données sur les différentes approches de l'environnement et des paysages, d'appréhender les aménités et leurs rôles et fonctions sur le développement tourisme. Dans ce cadre, le suivi des travaux de recherche vient alimenter les regards croisés sur ces documents et facilite la mise en perspective des actions de valorisation.

L'UTILISATION / LES EFFETS / L'USAGE...

Le projet AMEN permet d'affiner les connaissances de la MITRA. L'approche des aménités environnementales complète le travail prioritaire conduit pour valoriser le patrimoine naturel, portant une attention particulière au choix environnemental dans les aménagements et les équipements touristiques. L'intégration des valeurs liées aux paysages et à l'environnement vient enrichir les outils de la MITRA, permettant des interventions en faveur du développement du tourisme durable.

Le suivi des travaux de la recherche est une opportunité pour la MITRA de rester informée, d'échanger en équipe et de se former sur ce sujet en interne. Car cette valorisation « au fil de l'eau » complète des pratiques en intégrant les aménités environnementales dans les approches développées par la MITRA.

LA DURÉE

Ce travail de sensibilisation, de veille, de collecte des données tangibles, d'applications se déroule en continu. Le suivi des travaux des chercheurs permet d'accéder aux divers documents – les rapports d'étapes finalisés, nécessaires à la conception des outils de vulgarisation. Les étapes sont les suivantes :

Temps 1 : Suivi de la démarche

- ♦ Suivi des résultats de recherche en continu : 6 jours par an
- ♦ Analyse et apports sur les pratiques en continu : 8 jours par an

Temps 2 : Élaboration des outils et des supports de valorisation

- ♦ Traitement des informations : 2 jours par document fourni
- ♦ Préparation de l'accompagnement et animation : 6 jours par an
- ♦ Préparation, conception, finalisation, édition et diffusion : 6 journées de travail par support

- ♦ Préparation et mise en œuvre de temps de restitution / sensibilisation : 2 jours par atelier

Temps 3 : Valorisation auprès des professionnels

- ♦ Utilisation d'éléments de la démarche dans les accompagnements : 2 à 5 jours par acteur par an
- ♦ Analyse du retour sur l'accompagnement : 2 journées de travail par intervention

LE COÛT

Le coût est estimé à 20 500 € (sur la base du plafond de dépenses subventionnables des coûts salaires PSDR3)

Représentant au moins 34 jours/homme par an dont :

- ♦ Suivi et analyse des travaux de recherche : 14 jours/homme
- ♦ Production / vulgarisation de ces données : 16 jours/homme par document
- ♦ Valorisation auprès des professionnels et des acteurs : 4 jours/homme

Mise en page, reprographie : entre 3 000 € et 5 000 € pour un tirage à 500 exemplaires.

CONTACTS

MITRA : Hugues BEESAU, hugues.beesau@rhonealpes-tourisme.com

GAEL, UMR INRA-UPMF : Anne LACROIX, lacroix@grenoble.inra.fr

E

ANNEXES FICHES TECHNIQUES

La valorisation
décryptée

A

La démarche
pas à pas

B

L'accompagnement
de valorisation

C

Des produits
de valorisation

D

Fiches techniques

E

Glossaire **A-Z**
Bibliographie 

F

N° 1 Outils de suivi de projet de valorisation

N° 2 Compétence du référent valorisation

N° 3 Groupe en charge des valorisations

N° 4 Test du produit de valorisation

N° 5 Conseils de présentation des produits de valorisation

N° 6 Organisation de séminaires

N° 7 Trame de cahier des charges

N° 8 Formulaire d'autorisation de diffusion

N° 9 Grille d'évaluation de l'effet des valorisations

N° 10 Formulaire de présentation d'un projet de valorisation

N° 11 Bénéficiaire de la recherche

N° 12 Focus sur la valorisation

FICHE 1 OUTILS DE SUIVI DE PROJET DE VALORISATION

Des outils de suivi des projets de valorisation
Quelques repères dans la mise en œuvre

Cette fiche présente trois outils de suivi de projets de valorisation :

- > Tableau de définition et de suivi de valorisation
- > Tableau de répartition des rôles
- > Calendrier



Une astuce pour faciliter le suivi et les actions : savoir qui contacter

- Créer rigoureusement une base de contacts, la mettre à jour et la diffuser
- Avoir les coordonnées de l'ensemble des partenaires (acteurs et chercheurs) engagés : renseigner nom/prénom/organisme/fonction/adresse postale/courriel/ téléphone. Document à faire compléter, à corriger en début de projet
- Actualiser cette liste et intégrer les nouveaux interlocuteurs, les contributeurs et les prestataires

1 _ TABLEAU DE DÉFINITION ET DE SUIVI DE VALORISATION

Ce tableau de valorisation est élaboré par les acteurs dès le démarrage de la collaboration. Il leur permet :

- de formuler leurs questions et de les soumettre aux chercheurs ;
- avec les chercheurs, de finaliser les questions de recherche, la nature attendue, le rôle de chacun.

Il s'agit de suivre le projet et d'apporter des ajustements si nécessaire.

Deux modèles de suivi de valorisation sont proposés en fonction des deux situations suivantes :

- pendant les projets de recherche ;
- et à partir des résultats de recherche finalisés, pour des valorisations "a posteriori".

1.1 _ Modèle de tableau de valorisation au cours du projet de recherche

Questions d'acteurs	Questions de recherche	Produits attendus de la recherche	Période d'accès aux résultats de recherche	Produits de valorisation proposés par les acteurs	Public cible	Rôle des acteurs	Méthode, période de valorisation

1.2 _ Modèle de tableau de valorisation "a posteriori"

Éléments de recherche identifiés par le référent valorisation et les acteurs valorisateurs	Produits de valorisation proposés	Public cible Utilisateur	Méthodes et période de valorisation	Rôles des partenaires	
				Acteurs	Chercheurs

2 _ TABLEAU DE RÉPARTITION DES RÔLES ENTRE PARTENAIRES

Il permet de définir avec précision le rôle des acteurs et des chercheurs engagés dans les actions de valorisation. C'est l'occasion de repérer les compétences disponibles et celles nécessitant une prestation externe – par exemple celles rattachées à l'édition, à la communication (infographiste, webmaster, animateur d'événementiels...) ou à la production de supports audiovisuels.

Actions de valorisation	Qui ?	Compétences nécessaires	Rôles/ tâches		
			Acteurs	Chercheurs	Presta-taires
EXEMPLES					
Concevoir des supports de présentation générale	Référent valorisation		Lecture trans-versale des résultats de recherche	Lecture des documents finaux sur les messages clés issus des travaux de recherche Apport d'illustrations	
Élaborer des outils méthodologiques			Préparation des outils Organisation de la phase test Analyse des tests Finalisation des supports méthodologiques	Analyse et complé-ment des résultats testés	

3 _ CALENDRIER DE TRAVAIL

Cet outil de programmation complète le tableau de répartition des rôles entre les partenaires. Il est mis en place dès le démarrage des collaborations et est à actualiser tout au long du projet de valorisation.

Il s'agit, pour le référent valorisation, de se doter de repères pour organiser régulièrement des temps d'échanges, pour préparer des communications, des expérimentations et pour veiller à leur fréquence. Dans ces rencontres, les avancées sur les connaissances et les applications des travaux sont partagées. Ce calendrier intègre les actions de valorisation à conduire et les partenaires. Il permet ainsi à chacun d'organiser ses missions, d'anticiper les rencontres et de rendre compte des productions.

Exemple d'organisation d'un séminaire

Déclinaison s opérationnelles Actions de valorisation	Responsable(s) de l'action	Planning											
		Préparation	Réalisation	Résultats									
		Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4								
EXEMPLES													
Définition de l'objectif de la rencontre	Référent valorisation												
Élaboration des contenus des ateliers	Référent valorisation et acteurs												
Identifier et contacter les pers. ressources	tous												
Élaborer et valider le programme officiel de la rencontre	tous												
Définir et préparer les documents transmis en séance	Référent valorisation et acteurs valorisateurs												
Organisation logistique	tous												
Ouverture des inscriptions Invitations officielles	Référent valorisation												
Réalisation de la rencontre	tous												
Évaluation													

COMPÉTENCES DU RÉFÉRENT VALORISATION

Les qualificatifs attribués à cet acteur pivot dans les projets sont divers (coordinateur, chef d'orchestre, traducteur, proposant...). Ils marquent son positionnement central et son engagement dans la valorisation. Cette capacité à faire vivre le partenariat suppose que le référent porte l'ambition de la démarche valorisation et maintienne la mobilisation de l'ensemble des partenaires.

GRANDS DOMAINES DE COMPÉTENCES

- Méthodologiques : avoir des méthodes et des outils de conduite de travaux collaboratifs, de suivi de projets
- Management : organisation de projets multipartenaires, analyse des situations, adoption de méthodes communes
- Animation : organisation et animation d'échanges
- Communication
- Conception de valorisation, de documents (qualité rédactionnelle)
- Réalisation et diffusion de supports adaptés

DOMAINES D'EXPERIENCES / CONNAISSANCES

- Comprendre l'environnement
 - ◆ Pratiques et méthodes de la recherche
 - ◆ contexte et enjeux des acteurs du développement réunis autour du sujet de valorisation
- Comprendre et construire l'organisation du projet
 - ◆ Posséder une expérience en conduite de projet : identification, suivi et évaluation
 - ◆ Connaître la démarche de valorisation des recherches

- ◆ Savoir coopérer avec des acteurs, des chercheurs et intervenants.
- ◆ Étudier, analyser des projets de recherche et de valorisation
- Coordonner le projet de valorisation
 - ◆ Assurer l'organisation et le fonctionnement du projet de valorisation
 - ◆ Définir le rôle de chacun, suivre les engagements des partenaires
 - ◆ Suivre le projet : définir et utiliser les outils de pilotage
 - ◆ Élaborer, analyser, faire évoluer le plan de valorisation
 - ◆ Veiller au respect de la programmation
 - ◆ Être rigoureux en termes de méthodes et d'objectifs de réalisation des valorisations
 - ◆ S'adapter : saisir les opportunités et faire preuve de souplesse
 - ◆ Savoir intégrer de nouveaux partenaires au sein du projet de valorisation
 - ◆ Rendre opérationnels et adapter les résultats de recherche
- Organiser et animer
 - ◆ Être disponible pour s'engager sur la durée du projet de valorisation
 - ◆ Favoriser les interconnaissances et les expérimentations
 - ◆ Établir et entretenir des relations entre les acteurs et les chercheurs
 - ◆ Tenir compte des ressources disponibles et des contraintes de chacun
 - ◆ Animer des échanges (séminaires, ateliers de travail d'analyse et de confrontation, échanges d'expériences et prospective, formation...) en tenant compte des besoins et des intérêts des acteurs
 - ◆ Exercer un jugement critique sur la cohérence et la pertinence des activités de valorisation
- Communiquer
 - ◆ Faire reconnaître le rôle des partenaires et la mission du référent valorisation
 - ◆ Préparer les outils de communication, animer des sessions
 - ◆ Élaborer et conduire la stratégie de diffusion

GROUPE EN CHARGE DES VALORISATIONS

SON RÔLE ET SES ACTIVITÉS DE MANIÈRE SYNTHÉTIQUE

1 _ LES ACTIVITÉS DU GROUPE EN CHARGE DES VALORISATIONS

Le groupe en charge des valorisations, piloté par le référent du projet, est composé d'acteurs et de chercheurs engagés dans les valorisations. Des professionnels, des institutionnels peuvent s'y associer apportant leurs expertises. Ce groupe peut être accompagné par le chargé de mission valorisation des recherches. Sa composition (à limiter) est déterminante car elle peut influencer le succès de la diffusion et de l'appropriation du support.

1.1 _ Les fonctions du groupe de travail

Ce groupe de travail, pour définir la stratégie de diffusion, a déjà :

Dans un premier de temps :

- positionné le produit de valorisation par rapport aux informations, aux ressources existantes ;
- défini les messages essentiels, hiérarchisé les points clefs ;
- participé à l'architecture du produit de valorisation et à sa conception ;
- donné son avis sur les supports préparatoires.

Dans un second temps, ce groupe en charge des valorisations :

- organise et prépare le test de la maquette valorisation (questionnaires ou guides d'entretien) ;
- participe au test du produit de valorisation et analyse les résultats ;
- Et enfin, finalise le produit de valorisation et le diffuse.

1.2 _ Les étapes du groupe de travail

Étapes	Contenus	Résultats
Préparation du projet de valorisation Réunions partenaires	Prise en compte des attentes des acteurs et des apports de la recherche valorisation Accord sur les objectifs du produit de valorisation Identification des partenaires, du référent valorisation (définition des rôles)	Objectifs du produit de valorisation Identification des partenaires
	Identification du public cible, utilisateur du produit de valorisation Réflexion sur : - les modalités de diffusion - le dispositif de suivi et d'évaluation du projet de valorisation (mesure des effets à court terme) Identification des : - disponibilités des partenaires (acteurs chercheurs) - compétences existantes et nécessaires des partenaires - moyens nécessaires	Ébauche d'une stratégie de diffusion Budget prévisionnel
	Élaboration du plan de financement du projet de valorisation (recherche de financement)	Demande de financement par les promoteurs du projet Validation du budget Financement acquis !
Organisation du projet de valorisation	Accord sur les objectifs du produit de valorisation et délai d'élaboration Définition de la méthode de travail Répartition des rôles	Structuration de l'équipe valorisation Des outils de pilotage partagés Calendrier connu de tous

Étapes	Contenus	Résultats
Déroulement du projet de valorisation	Suivi des étapes du travail intermédiaire Suivi de l'avancement de l'élaboration du produit	
	Conception de la maquette Préparation du test document : identification des éléments sur lesquels portera le test et organisation du test <i>(voir Fiche technique n°4)</i>	Version intermédiaire du produit de valorisation Élaboration du guide d'entretien pour le test Planification du test
	Test et ajustement du produit de valorisation (écrit ou visuel) Contacts avec les diffuseurs-relais potentiels	
Finalisation et diffusion	Relecture du produit finalisé Diffusion : mise en page, édition, duplication de support audiovisuel	Version définitive du produit de valorisation
Suivi évaluation du produit de valorisation	Préparation du suivi diffusion : les critères et les questions évaluatives <i>(voir Fiche technique n°9)</i> Définition du calendrier de l'évaluation	
	Diffusion / Publicité du produit de valorisation	Le produit de valorisation est porté à connaissance : connu, présenté, diffusé et accessible

TEST DU PRODUIT DE VALORISATION

Il est indispensable, avant la diffusion du produit de valorisation, de tester ce produit (écrit ou audiovisuel) auprès de futurs utilisateurs.

Cette phase permet :

- d'apprécier la compréhension des informations, la perception des messages ;
- d'appréhender les connaissances préalables et l'adaptation des outils proposés ;
- de rechercher ce qui peut être amélioré tant sur le fond que sur la forme ;
- de finaliser le produit de valorisation.

Proposition de grille pour la préparation et la conduite de tests

Que tester ?	<p>L'appréciation globale du document</p> <ul style="list-style-type: none"> - La lisibilité et la compréhension : facilité ou difficulté pour comprendre, pour repérer le message principal et ses points clefs - La présentation, l'organisation du support, l'enchaînement des idées, les liens entre les messages, les chapitres - La quantité d'information - L'utilité des illustrations, la mise en perspective d'applications - Les modalités de mise à disposition - Les différentes utilisations possibles
Auprès de qui ?	<ul style="list-style-type: none"> - Un échantillon représentatif du public cible - L'entourage immédiat des acteurs valorisateurs - Tester plusieurs versions du produit de valorisation lorsque ce dernier vise différents publics (utilisateur et destinataire final)
Qui conduit le test ?	<p>Idéalement, une personne externe. Raisonnablement, les membres du groupe, qui ont élaboré le produit de valorisation, ou un membre à l'origine du projet, qui n'a pas contribué à son élaboration.</p>
Comment tester ?	<p>Par des entretiens auprès d'un groupe représentatif d'utilisateurs, qui permettent d'identifier des éléments spécifiques, de recueillir les réactions globales. Ces appréciations facilitent l'adaptation du produit de valorisation.</p> <p>Après ajustement, vérifier que les messages essentiels n'ont pas été altérés. Aussi est-il important de préparer au moins deux jeux d'épreuves successives : le premier pour conduire les tests et le second avec intégration des corrections demandées.</p> <p>Objet de la rencontre et du contexte du produit de valorisation Prise de connaissance du produit de valorisation (lecture, visionnage) Recueil des opinions :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Avis général - Contenu - Compréhension des informations - Présentation <p>Analyse des réponses collectées Propositions d'améliorations à apporter Discussion de ces modifications avec le groupe de travail en charge de la valorisation Transmission des corrections au prestataire</p>

CONSEILS DE PRÉSENTATION DES PRODUITS DE VALORISATION

Cette fiche propose quelques conseils pour élaborer des documents écrits et des supports visuels issus du processus de valorisation.

Ces recommandations sont élaborées en particulier à partir des éléments suivants :

- Guide méthodologique : élaboration d'un document écrit d'information à l'intention des patients et des usagers du système de santé, Haute Autorité de Santé, juin 2008.
- Usages pédagogiques du film de fiction, histoire et géographie, Meyniac J.-P., site Cinehig, novembre 2002.
- Les outils méthodologiques : repères pour l'animation de réseau d'acteurs, IAAT Poitou-Charentes, n° 1, novembre 2010.

1 _ LES FONDAMENTAUX

1.1 _ Connaître le public destinataire

Il est important pour tout produit de valorisation (matériel, immatériel) comme pour tous les outils de communication de :

- connaître le public cible, son niveau de connaissance sur le sujet abordé ;
- cerner les messages essentiels à transmettre. Limiter leur nombre par produit de valorisation ;
- utiliser le langage connu du / et compris par le public cible ;
- apporter les informations pour faciliter la compréhension de ces nouvelles connaissances et garantir les changements de pratiques ;
- tester le support avant sa diffusion ;
- organiser sa diffusion.

1.2 _ Choisir les supports

Le choix du support de valorisation dépend du public ciblé, des accompagnements nécessaires à son utilisation ainsi que de la couverture de diffusion souhaitée.

◆ **Les supports papiers** et leurs formats informatiques peuvent être mis à disposition du plus grand nombre de personnes en donnant les conditions d'utilisation et d'accès.

Il est intéressant d'envisager une approche d'ensemble sous forme de collection des produits réalisés dans le projet de valorisation (des fiches descriptives, des 4 pages, des périodiques, des brochures, des guides, des animations d'ateliers, des blogs...), présentant une formation, une action, un dispositif, une méthode. Dès le début, il est important de maquetter cette diversité révélant la richesse des messages et les points clefs en définissant les supports, leurs rubriques, la ligne graphique, les couleurs, les mises en page et la périodicité.

◆ **Les supports multimédia** (DVD/cédérom) sont des outils d'information, d'animation des supports pédagogiques. Ils permettent de décrire des expériences illustrées par des interviews, de présenter des études de cas, des expérimentations. De format facilement mobilisable, ils peuvent s'utiliser dans des formations, des ateliers d'échanges, lors de séminaires. Ils sont utilisés dans des manifestations et réexploités à diverses occasions.

◆ **Les sites Internet** proposent une diversité des informations, des documents facilement accessibles, actualisables et souvent interactifs. Pour valoriser ces atouts, ils mobilisent des connaissances et des savoir-faire particuliers – techniques, bureautiques et éditoriaux. Car il ne s'agit pas simplement de mettre en ligne des documents écrits dans leur version papier. Cela nécessite une réécriture et une mise en page spécifiques avant toute publication. Il est également important de prévoir pour les supports papiers ou pour les PDF, une version téléchargeable.

2 _ LA PRÉSENTATION DE DOCUMENTS ÉCRITS

Conseils de rédaction *(b)*

2.1 _ La forme

- Choisir des phrases courtes et simples avec une seule idée par phrase
- Reformuler les phrases ambiguës
- Supprimer les mots redondants qui n'apportent rien à la compréhension
- Adapter le vocabulaire
- Utiliser les mêmes termes tout au long du document
- Éviter l'abus de mots longs et de sigles peu connus (définir toutes les abréviations). Les termes techniques indispensables seront définis ou expliqués (glossaire, acronyme)
- Expliciter les abréviations et les limiter
- Préférer les tournures positives
- Un ton personnel insiste sur l'implication du lecteur
- Utiliser des locutions qui structurent la phrase (pour que, jusqu'à, auprès de...)
- Personnaliser l'information : donner des illustrations tout en veillant à l'anonymat de situations
- Activer des connaissances préalables par des expressions en lien avec la progression du thème traité : « Vous savez déjà que... » .

2.2 _ La structure

- Opter pour un titre clair et court qui interpelle directement le lecteur
- Limiter le nombre de messages, composé de 3 à 5 points clefs par partie
- Hiérarchiser les informations et les connaissances proposées
- Scinder ou rendre indépendants les chapitres du document selon l'objectif défini du produit de valorisation
- Présenter progressivement les éléments nouveaux favorisant la compréhension « pas à pas »
- Indiquer la finalité du document
- Rédiger la dernière page extérieure du document (la 4^e de couverture). Elle intègre un résumé du document avec les messages clefs, les objectifs poursuivis. Elle présente les auteurs du support (acteurs, chercheurs engagés), les financements mobilisés et accueille souvent les représentations graphiques (logotypes) des institutions
- Intégrer l'année d'édition
- Définir les conditions d'utilisation et les limites du support proposé

Exemples

« Ce document se veut la synthèse des éléments présentés et construits lors des sessions de formation..., fruit des échanges qui ont eu lieu...

avec pour conséquences :

I) de ne pas être un « manuel », mais uniquement un aide-mémoire pour les personnes ayant participé aux sessions de formation. Il ne peut donc en aucun cas être diffusé plus largement.

II) d'être évolutif tant dans la forme (les différentes parties sont à des degrés de rédaction variables) que dans le fond. »

2.3 _ Charte graphique

- Identique dans tout le document
- Définie souvent par les graphistes qui proposent le choix du papier, les jeux de couleurs et la mise en page des ressources.



Il est utile de savoir que :

- les couleurs constituent des éléments de hiérarchisation des informations et différencient les contenus du document ;
- l'emploi d'une seule ou de plusieurs couleurs rend une page attrayante. Par contre, l'excès de couleur entraîne un résultat inverse ;
- les caractères foncés sur fond clair sont préférables ;
- le choix d'un papier mat rend le texte plus lisible que le papier glacé (moins de reflets). Toutefois, le rendu des couleurs et des illustrations est de meilleure qualité sur papier glacé.

3 _ LES DOCUMENTS AUDIOVISUELS ET DIAPORAMAS

Ces documents visuels sont souvent des supports intégrant du son, des images, des vidéos et des liens hypertextes. Ils sont complémentaires des autres ressources existantes en tant qu'outil d'animation et/ou outil pédagogique. Ils facilitent la compréhension de concepts difficiles à maîtriser ainsi que celle des démarches et de leurs applications.

3.1 _ Les caractéristiques

3.1.1 Choisir le support

- En fonction des objectifs poursuivis :
 - ◆ **rapporter une réalité**, des documentaires seront privilégiés pour décrire une expérience et la situer dans son contexte et dans son histoire ;
 - ◆ **mettre en perspective** certains aspects d'un concept pour susciter des interprétations, le format fiction sera privilégié.
- En fonction des équipements disponibles et de leur accès
 - ◆ vérifier le format du support aux logiciels de lecture.
- Définir la durée des supports audiovisuels : trop est l'ennemi de bien !
- Les contenus doivent être simples et précis.
- Limiter le nombre de messages dans les scènes filmées et dans les diaporamas : identifier les éléments nécessaires à présenter et qui devront être retenus par le public.



N'oubliez pas que :

Les films, les diaporamas sont des outils de communication qui introduisent ou renforcent les interventions. Mais ils sont aussi chronophages dans les espaces d'animation.

3.1.2 Définir la forme

- Des diaporamas composés de diapositives construites chacune autour d'une idée principale, avec si besoin une illustration.
- Animer les diaporamas pour les rendre attrayants en mettant en évidence les points clefs, sans toutefois distraire le public.
- Des supports vidéos composés de reportages et de bonus visuels proposant une progression de compréhension.
- Des supports vidéo offrant une lecture linéaire et/ou des accès à des séquences indépendantes à travers une arborescence accessibles par chapitre.

- Un fil conducteur articulant les diapositives du diaporama ou les scènes filmées.
- Le film peut contenir 3 à 5 scènes principales dont la durée totale ne dépassera pas 45 minutes, correspondant à la durée moyenne d'attention d'un adulte.
- Accompagner ces supports visuels de commentaires et d'explications des modes d'utilisation.
 - ◆ Des bonus vidéo ou des documents fichiers peuvent être intégrés (des extraits d'entretiens, des cartographies, des outils d'analyse, de méthodologie, la présentation d'acteurs partenaires régionaux, etc.).
- Le synopsis est élaboré par un professionnel de l'audiovisuel, présentant un résumé du film qui décrit les grandes lignes et l'évolution du sujet, l'esquisse des personnages, les protagonistes principaux.

Exemple de structure de synopsis

Présentation du film : sa ligne éditoriale	L'idée générale Les phases cernant la progression des éléments présentés et les illustrations Les composants des génériques de début et de fin		
Phase n°	Contenu de la phase	Lieu et situation	Ce qui sera présenté Les plans séquences
Exemples			
Phase 1 : générique d'ouverture	Contexte	Sur la route de ...	Route, paysage, visite...
Phase 2	Activités XXX	Sur la place du village	
Phase ...	Réunion des acteurs Interviews de...	Salle des fêtes	
Phase : générique de fin	Images paysages Portraits...		Route, paysage, événement Portrait des personnages Logos et nom des auteurs

3.2 _ Les outils d'accompagnement des supports audiovisuels

Des commentaires (pour les diaporamas), un document de présentation du film (livret) complètent les supports audio et visuels. En relation directe avec le contenu du support principal, ils peuvent :

- ◆ résumer les points clefs ;
- ◆ transmettre des informations complémentaires ;
- ◆ fournir des outils méthodologiques ;
- ◆ offrir d'autres illustrations.

Ces documents sont à préparer parallèlement à la réalisation des supports audiovisuels. Ils sont définis par le groupe de travail valorisation et respectent les mêmes principes de présentation que les documents écrits ([voir 5 2](#)) :

- ◆ informer le public destinataire qu'un document d'appui est associé à ces supports ;
- ◆ ce sont des documents d'accompagnement de préférence courts, afin de favoriser leur chance d'être lus ou utilisés ;
- ◆ Éviter le jargon ou les abréviations inutiles qui peuvent perturber la lecture.

3.2.1 Diaporama commenté et illustré

Certaines diapositives du diaporama pourront être étoffées par sa propre page de commentaire.

Sur ces bases, les utilisateurs (animateurs, conseillers) pourront plus facilement s'approprier ce visuel en repérant les idées essentielles, les illustrations possibles et en les complétant. En fonction de son utilisation en tant qu'outil de sensibilisation, d'animation ou outil pédagogique, ce support évoluera, s'adaptant au public cible destinataire insérant d'autres commentaires, d'autres

informations, des questions débats aboutissant à un document personnalisé et plus consistant.

3.2.2 Livret pour coffret multimédia (support DVD et cédérom)

Le livret d'accompagnement d'un support audiovisuel est souvent un document court, dans un format proche du coffret multimédia (DVD) : léger et accessible. Il présente le film et les bonus (des expériences, des références opérationnelles) et incite à découvrir cette projection.

Conçu dès le démarrage du projet de valorisation, ce travail de formalisation s'attache à donner les informations essentielles sur le contenant et le contenu : les messages clefs délivrés, les objectifs du support, les modalités d'utilisation. Ce livret s'appréhende aussi comme l'un des supports de présentation du produit de valorisation à intégrer dans la stratégie de diffusion.

Exemple pour la réalisation du livret du DVD

Première de couverture : accueille le titre de l'œuvre, un visuel, des logos, les auteurs

Quatrième de couverture : le résumé de l'œuvre, les auteurs, les logotypes des institutions

Les données importantes :

- ◆ *Un résumé du produit de valorisation : objectifs, ses conditions et limites*
- ◆ *L'origine du projet, sa genèse*
- ◆ *Les étapes de construction du projet de valorisation*
- ◆ *Les ressources humaines et financières mobilisées*
- ◆ *Les conseils d'utilisation du produit de valorisation*

- ◆ *Le résumé du film : le scénario et la progression*
 - ◆ *La présentation des chapitres et leur durée*
 - ◆ *Les éléments accessibles sur DVD ou cédérom (arborescence)*
 - ◆ *Pour en savoir plus : des références ressources*
 - ◆ *Les remerciements*
 - ◆ *Les mentions légales (droits d'auteur, copyright photo, etc.)*

4 _ LES RÉSEAUX SOCIAUX, LES SITES WEB, EXEMPLES DE BLOGS :

À partir de remarques exprimées dans le cadre de sessions d'échanges, de conférences, des questionnements repérés du public, des points d'attention identifiés lors du processus de valorisation ou lors de la présentation finale du produit de valorisation, des conversations, des controverses peuvent être lancées.

Ces espaces de dialogues interactifs supposent des sujets de débat renouvelés, progressifs, tout en impulsant des réactions qui participent à l'apport d'éclaircissements, à la proposition de nouveaux regards, à l'émergence de nouvelles thématiques.

Ces sujets de discussion peuvent être définis par le groupe en charge de la valorisation ou par l'un de ses membres. Il est important de maintenir régulièrement de nouveaux billets, c'est-à-dire des notes ou des articles agglomérés au fil du temps sur un sujet donné.

Par conséquent, l'animation de ce type de sites Web (blogs) ou des réseaux sociaux thématiques est à anticiper et à organiser. Une maîtrise technique, des compétences d'animation écrite, un travail de veille, de la disponibilité et un savoir être de médiateur sont des conditions indispensables pour que ces échanges soient réussis.

Les séminaires sont des lieux privilégiés pour faire connaître les acquis de la recherche, engager des débats, apporter de nouvelles connaissances, repérer les attentes, présenter les actions de valorisation et les produits de valorisation.

1 _ PHASE DE REPÉRAGE EN TROIS ÉTAPES

1.1 _ Établir un cahier des charges

- Définir la finalité du séminaire. Analyser les manifestations mêmes régulières sur le sujet qui pourraient être mises en rapport avec lui.
- Identifier le public concerné et le nombre de personnes prévues.
- Choisir le lieu : l'accessibilité, la capacité d'accueil.
- Viser une période ou fixer la date à laquelle organiser cette manifestation au regard des calendriers et des événements majeurs des autres rencontres.
- Déterminer la durée de l'événement : une demi-journée, une journée, trois jours...
- Établir le budget qui définira la dimension de la rencontre.

1.2 _ Clarifier les objectifs du séminaire

- Définir les objectifs et leurs contenus : valider des contenus, favoriser des échanges pour situer les produits de valorisation, les compléter ou impulser des débats pour contribuer à une prise de décision...
- Identifier les attentes du public. Contacter certaines personnes pour appréhender la plus-value que pourrait apporter cet événement. Collecter

leurs besoins et leurs questions qui pourront construire le fil rouge, l'idée directrice du dérouler du séminaire.

- Définir les séquences qui rythmeront la rencontre : séances plénières, ateliers d'échanges, tables rondes, espaces d'animation...
- Varier les formats sans toutefois les multiplier au risque de rendre confuse la manifestation et de noyer les invités dans ces diverses propositions. Offrir des choix thématiques sans viser l'exhaustivité. Préserver des restitutions (lectures transversales partagées) des apports des diverses séquences.
- Privilégier des espaces d'information accessibles : présentation en libre service ou non des documents. Identifier les ressources matérielles (support vidéo, ordinateur, panneau d'affichage...) et humaines nécessaires. Mobiliser des personnes disponibles pour animer.

1.3 _ Décliner les contenus

- Repérer les messages clefs à transmettre, l'acquisition des connaissances minimales attendues.
- Donner une place centrale aux acteurs du développement (« les acteurs parlent aux acteurs ») pour favoriser des temps d'échanges.
- Adapter les contenus présentés au public invité. Les contenus doivent être compréhensibles.
- Sélectionner les intervenants sur la base de leurs contributions, de leurs expériences, de leur capacité d'expression et de leur faculté à prendre du recul.
- Favoriser la diversité et les alternances des apports :
 - ◆ des savoirs scientifiques explorant la thématique choisie, approfondissant des questions identifiées mettant en perspective les connaissances, les préoccupations ;
 - ◆ des apports informatifs ;

- ◆ des apports méthodologiques techniques sur la base d'expériences d'acteurs. Les illustrations doivent être proches des réalités.
- Convier un intervenant marquant maîtrisant la thématique, venant du domaine d'intervention ou d'un autre univers (philosophique, historique, économique, artistique...) pour des éclairages complémentaires sur le sujet.
- Être vigilant sur la capacité des intervenants à favoriser des échanges constructifs.
- Identifier les types d'animations qui caractériseront la rencontre : repérer ce qui a déjà été fait pour connaître ce qui a plu et ce qui a moins plu. S'inspirer des expériences précédentes. Oser la créativité, en cohérence avec le public cible et le message.

2 _ PHASE DE PRÉPARATION

- Définir des objectifs, un contenu.
- Faire valider le contenu, la trame du programme.
- Contacter les intervenants :
 - ◆ leur présenter l'objectif général de la manifestation, le fil rouge de la rencontre ;
 - ◆ leur transmettre des documents de présentation : contexte, cadre institutionnel, objectifs de la rencontre ;
 - ◆ leur préciser la sollicitation tout en restant attentif à leurs propositions ;
 - ◆ cibler les contributions et cadrer les modes d'intervention, le temps dévolu à chaque présentation, demander l'apport ou non de supports ;
 - ◆ leur présenter également les autres intervenants ;

◆ s'assurer que les intervenants ont bien compris la demande, s'assurer de la cohérence des diverses interventions à partir d'une présentation synthétique des contenus ; et si besoin, préciser et réajuster leurs apports avec les intervenants.

- Finaliser le programme de la manifestation ; support court (4 pages maximum), facilement lisible.
- Préparer les documents de communication de la manifestation composés de supports écrits pour envoi et d'articles mis en ligne présentant :
 - ◆ le contexte, l'objectif de la rencontre, les séances et les intervenants ;
 - ◆ le lieu, la date, les horaires, la gratuité ou non de cet événement (définir les modes de paiement et les modalités d'accès (transports en commun, parking). Les modes d'inscription (sur site, envoi de bulletin) sont souvent obligatoires pour des raisons logistiques. Indiquer les personnes ressources à contacter chargées du séminaire ;
 - ◆ définir la ligne graphique, intégrer les représentations (logotypes) des institutions engagées. Ne pas oublier le caractère publicitaire de cet événement.
- Repérer et contacter les relais de diffusion.
- Préparer et adresser les invitations (officielles et grand public) suffisamment à l'avance pour que les participants puissent bloquer la date dans leur agenda.
- Garder une production écrite des échanges : identifier les rédacteurs des séances et donner la trame des informations à recueillir (les points forts, les questions, les sujets de débats...).
- Préparer (format, délai) et diffuser les supports issus du séminaire. L'ensemble des comptes rendus (actes, articles, rapports, vidéo) de l'événement sont élaborés par les organisateurs ou par des prestataires (journalistique, audiovisuel).

3 _ PHASE DE CONSULTATION DE PRESTATAIRES

- En fonction du nombre de personnes attendues, consulter différents prestataires pour définir :
 - ◆ le lieu d'accueil de la manifestation ;
 - ◆ la restauration sous forme de buffet ou de service à table ;
 - ◆ les animations ;
 - ◆ le nombre de personnes d'accueil nécessaires, en leur précisant leurs tâches d'hôtes : assurer les inscriptions, remettre des badges, tenir le vestiaire, fournir des informations générales sur la manifestation, sur les transports disponibles, assurer la logistique pendant les séances de travail (mise à disposition de micro...).
- Rencontrer les professionnels qui accompagneront cet événement (animateurs généraux) : vérifier leurs expériences d'animation, leur connaissance de la thématique, leur langage.
- Estimer la partie technique de l'événement :
 - ◆ la dimension audiovisuelle et ses moyens nécessaires sont à préciser. Préparer les droits de diffusion et vérifier les conditions d'accessibilité aux supports produits (cf. Fiche n° 7, « Formulaire d'autorisation de diffusion ») ;
 - ◆ la production de supports de communication (affiches, programme, plaquettes, dossier du participant...) à préparer et prévoir les prestataires à engager.

Conseils logistiques

- Préparer le séminaire au moins 3 mois à l'avance : délai nécessaire pour trouver un lieu, les prestataires, les intervenants en lien avec les

contenus définis.

- Consulter différents prestataires.
- Négocier avec les prestataires, être précis dans les commandes, comparer les devis.
- Contractualiser la prestation, avoir un seul interlocuteur par prestation.
- Visiter les différents lieux susceptibles d'accueillir l'événement : vérifier l'accessibilité, le marquage, la capacité des salles, leur dimension modulable (installation des tables pour que les participants puissent se voir et prendre des notes), les équipements disponibles (projection, sonorisation, connexion Internet...). Vérifier les horaires d'ouverture du site adaptés aux contraintes logistiques de l'événement (aménagement des espaces d'information, apport de documents, installation des panneaux d'affichages, tests des équipements).
- Tenter de changer de site d'une rencontre à l'autre, si l'on organise différents événements similaires.
- Prévoir une diversité des mets pour les repas, dont des menus « végétariens ».
- Préparer le dossier qui sera remis au participant et identifier les différentes ressources disponibles à lui transmettre : notes de synthèse, fiches des expériences qui seront présentées (sur papier ou sous forme informatique), fiches de présentation des intervenants, liste des inscrits, programme finalisé et questionnaire de satisfaction.

4 _ PHASE DE RÉALISATION

- Accueillir les participants.
- Veiller au respect des horaires, ce qui facilitera le déroulement des différentes phases du séminaire.
- Donner les informations sur les diverses séances et leur durée.

- Anticiper les temps de déplacements dans les divers espaces (salle plénière, en ateliers).
- Intégrer également des temps d'échanges informels.

5 _ PHASE D'ANALYSE

Pour évaluer le séminaire :

- Informer dès le début de la rencontre de l'existence du questionnaire dans le dossier du participant, à remplir en fin de journée. Souligner l'intérêt de ces appréciations, leurs enjeux stratégiques et indiquer que le résultat de ce bilan sera transmis aux participants.
- Préciser le lieu de dépôt du questionnaire renseigné (où ? auprès de qui ?) et redonner ces informations concernant l'évaluation de la rencontre avant la séance de clôture du séminaire. Prévoir du temps pour que les participants puissent formuler ces appréciations.
- Le questionnaire doit être synthétique (une quinzaine de questions maximum), facile à renseigner et à analyser.
Les questionnaires à choix multiples sont souvent privilégiés, en laissant des rubriques ouvertes à discrétion. Ces informations dans un format libre (limiter le nombre de lignes) permettent de recueillir toutes les informations sur les remarques, propositions, recommandations. Toutefois, ces données sont plus longues à analyser que les QCM.
- Favoriser les évaluations sur place, à chaud, permettant un meilleur taux de réponse et garantissant plus facilement l'anonymat qu'un envoi mail post-rencontre. Ne pas oublier de communiquer les résultats de ce bilan.

Exemple de structure de questionnaire

! Les préalables

Garantir l'anonymat des répondants mais demander des précisions sur leur profil, leur statut, leur fonction, leur origine géographique.

Organisation globale

- ◆ *Durée de l'événement : bonne / suffisante / trop courte / trop longue, nombre de pauses, nombre d'espaces d'échanges informels.*
- ◆ *Qualité de l'accueil.*
- ◆ *Confort des salles pour les séances plénières, les ateliers.*
- ◆ *Facilité de repérage dans le site.*
- ◆ *Facilité d'accès (transports en commun, voiture) et de stationnement.*
- ◆ *Restauration : qualité, quantité, diversité des mets, qualité du service.*

Contenu de la manifestation

- ◆ *Rythme de la manifestation.*
- ◆ *Contenu du programme et des ressources disponibles.*
- ◆ *Qualité de l'animation globale.*
- ◆ *Animations proposées : accessibilité, pertinence.*
- ◆ *Appréciation des séquences proposées : plénière / table ronde, ateliers.*
- ◆ *Qualité des contenus présentés.*
- ◆ *Qualité des interventions, des intervenants.*
- ◆ *Espaces de discussion, débats entre participants.*
- ◆ *Séquence d'ouverture et de clôture (bilan perspective) de la journée.*

Satisfaction globale

- ◆ *Utilité de la rencontre : répond-t-elle à leurs objectifs ?*
- ◆ *Apport de nouvelles informations, d'idées.*
- ◆ *Capacité de se poser de nouvelles questions.*
- ◆ *Possibilité d'engager de nouvelles actions.*
- ◆ *Opportunité de nouer des contacts entre participants.*

Propositions d'amélioration

Réalisée par la Plate-Forme régionale développement rural (CRDR), une trame de cahier des charges est proposée ci-dessous, pour travailler avec un prestataire ou des partenaires.

Cette fiche est téléchargeable sur le site caprural.org. Elle a été réalisée en partenariat avec l'animateur technique régional des Sites de Proximité pour l'emploi et la création d'activités en Rhône Alpes



TRAVAILLER EN PARTENARIAT

La règle de base d'un partenariat est sa définition : qui collabore, sur quoi porte la collaboration, quels sont les objectifs poursuivis, pourquoi il y a collaboration, qui fait quoi, un planning, les moyens humains et financiers qui seront mobilisés. L'écriture d'un cahier des charges est alors un produit utile pour se poser ces questions et écrire le contenu et les modalités de la collaboration.

La forme du cahier de charges est alors le même que pour travailler avec un prestataire mais ce sont les bases de la collaboration, et non une commande, qui sont à formuler.

LE CONTENU DU PARTENARIAT

- Le contexte : c'est un exposé des motifs :
 - Dans quelle situation est-on ?
 - Quel est l'élément qui déclenche le partenariat ?
 - A quelle étape/ stade en est-on ?
- Le sujet du partenariat : sur quoi allez-vous travailler ensemble ?
- L'objectif poursuivi :
 - Quels sont les besoins ?
 - Quels sont les résultats visés ?
 - Comment seront-ils mesurés ?
- Les raisons : quelle valeur ajoutée la collaboration apporte-t-elle ?

↓

LES MODALITES DU PARTENARIAT

- Le contenu du partenariat décliné en actions concrètes :
 - Les actions.
 - «Qui fait quoi» ?
 - Qui anime ?
- Les conditions de réalisation :
 - Le support juridique : convention,...
 - Les moyens humains et financiers mobilisés.
 - La date, la durée, les délais, les étapes.
 - Les modalités de suivi et d'évaluation des résultats attendus.



TRAVAILLER AVEC UN PRESTATAIRE

Le cahier des charges vous permettra d'exposer un besoin, d'explicitier une demande d'intervention et de passer une commande.

- Les prestataires intéressés comprendront votre besoin et les conditions de leur intervention et donc pourront répondre à votre appel de service.
- Il sera le support des discussions lors du choix des prestataires (chacun des candidats dispose d'une information claire et précise pour répondre).
- Bas écrite et partagée d'une collaboration, il servira de référence tout au long de la collaboration et permettra de vérifier si le travail effectué correspond aux attentes ;

Le cahier des charges comporte trois parties :

L'EXPOSE DU BESOIN

- Contexte : l'exposé doit être suffisamment complet pour comprendre la situation actuelle et la situation souhaitée
 - Dans quelle situation est-on ?
 - Quel est l'élément qui déclenche l'action ?
 - A quel étape/ stade est-on ?
- L'objectif poursuivi -> quels sont les résultats visés ?
- Votre besoin : c'est un exposé des motifs -> Pourquoi avez-vous recours à un prestataire extérieur ? Dans quel domaine ? sur quel sujet ?

L'EXPRESSION D'UNE DEMANDE

- Que recherchez-vous ? Qu'attendez-vous du prestataire ? -> Une étude, une expertise, un conseil, un appui technique, de la formation, une édition ...Vous exprimez votre besoin (sous la forme d'une demande que vous détaillez) et vos contraintes.

LES RÈGLES DE LA COMMANDE

- Le type de prestation recherchée : étude d'opportunité, de faisabilité économique/ technique/ financière, édition
C'est une définition de la commande passée, le type de prestation va être déterminé par le moment d'intervention.
- Le contenu de la mission : ce que devra faire le prestataire
- Les conditions de réalisations :
 - La nature juridique et le contexte de la mission : concours, marché de définition, appel d'offre,...
 - Le nom, les coordonnées de la structure qui passe commande et la personne qui suit le dossier.
 - La date, la durée, les délais, les étapes de réalisation.
- Les critères de choix du prestataire :
 - Le type de prestation attendu et les références ou expériences exigées.
 - Les délais de choix du prestataire.
 - Le type de prestation souhaitée (écrit, écrit+oral, documents, maquettes, autres supports).
- L'exigence d'application sur les méthodes qui seront utilisés -> le prestataire doit exposer la méthodologie d'action qui sera sienne.

FORMULAIRES D'AUTORISATION DE DIFFUSION

Deux modèles de demande de droits de diffusion issus des projets PSDR-RA sont présentés :

> le premier concerne l'autorisation de l'utilisation du droit à l'image lors de la production de documentaires audiovisuels de valorisation.

> le second utilisé pour la production de vidéos dans le cadre de séminaires ;

AUTORISATION D'UTILISATION DE L'IMAGE

LOGO
PRESTATAIRE

Je soussigné(e) (nom, prénom, fonction) :.....
domicilié(e) à :.....

Autorise XXX à utiliser mon image dans le cadre du documentaire (Titre) réalisé par XXX,
à titre gratuit et non exclusif

Lieu de prise de vue : _____

Date de prise de vue : _____

Autorise la diffusion de mon image, ceci dans un but non commerçant et afin de valoriser la connaissance scientifique, technique et l'échange de savoirs.

Le film mentionné ci-dessus fera l'objet de représentation publique lors de :

- projection publique, podcast, site Web, télédiffusion gratuite ou payante et plus généralement par tous moyens de diffusion existants ou à venir.

La reproduction de ce documentaire sera illimitée, en tous formats et par tous procédés existants ou à venir.

La présente autorisation est valable pour une durée illimitée. Je note que je dispose à tout moment d'un droit de contrôle, de limitation et de révocation de l'exploitation de mon image auprès de XXX XXXXXX.

Fait en deux exemplaires,
Le JJ/MM/AAAA,

À

Précédé de la mention « lu & approuvé »
Signature

LOGOS DU PRESTATAIRE

DROIT DE DIFFUSION IMAGES ET VIDÉOS

Je soussigné(e) (nom, prénom, fonction) :.....
domicilié(e) à :.....

Déclare expressément :

- accepter que mon image et/ou ma voix soient capté(e) s, enregistré(e) s et filmé(e)s ;
- être conscient(e) du fait que mon image et/ou ma voix sont fixé(e)s ;
- avoir été pleinement et préalablement informé(e) du fait que l'ensemble des enregistrements sonores et/ou visuels réalisés pourraient donner lieu à une ou plusieurs diffusions auprès du public.

En conséquence, je concède à XXX XXXXXX le droit d'enregistrer ma voix et/ou mon image, de reproduire, de modifier, d'adapter et de diffuser auprès du public les enregistrements, sans limitation de nombre, en intégralité ou en partie, sur tous supports connus ou inconnus à ce jour et en tous formats et ce, à titre totalement gracieux.

Ce droit de représentation comporte notamment :

- une captation au cours de la présentation avec vue sur le diaporama ;
- une diffusion sur le site internet XXXX ;

Je m'engage ainsi à ne demander aucun droit sur ces prises de vue et enregistrements sonores.

En aucun cas, XXX XXXXXX ne cédera les images à des tiers sans accord préalable.

La présente autorisation est valable pour une durée illimitée. Je conserve cependant, en adéquation avec la loi en vigueur, un droit de retrait de ces images à tout moment, sur simple lettre recommandée à XXX XXXXXX.

Déclaration faite sur l'honneur.

Fait en deux exemplaires,

Le JJ/MM/AAAA

À

Signature

GRILLE D'ÉVALUATION DE L'EFFET DES VALORISATIONS

1 _ ÉVALUATION DES EFFETS DES VALORISATIONS



« Quels sont les changements perçus liés au processus de valorisation? »

« Quelles sont les conséquences réelles de la mise en œuvre des produits de valorisation ? »

Les effets du processus de valorisation sont corrélés à la nature des produits de valorisation, à leurs modes de conception et à leur diffusion. Leur mesure dépend de la période de l'évaluation.

Deux critères d'évaluation des effets sont possibles :

- Le premier s'intéresse aux **effets à court terme**, repérés par les acteurs engagés dans des actions de valorisation « au fil de l'eau » ou « a posteriori ». Il s'agit de mesurer les effets directs des actions de valorisation dans différents domaines : organisationnel, stratégique, partenarial, technique, économique, managérial, politique...
- Le second s'intéresse aux **effets à long terme** structurants des actions de valorisation.

Pour conduire cette évaluation d'impacts (prévus ou non), il est nécessaire de se doter d'une situation initiale (avant l'intervention du projet de valorisation). À partir de ces données de référence, et sur la même base de questionnements et d'indicateurs, des études comparatives des situations pourront être menées. Cette évaluation d'impacts comparera, in fine, les changements opérés dans les territoires, en matière d'organisation territoriale et de dynamiques de développement, et mesurera la part dédiée aux actions de valorisation.

2 _ GRILLE D'ÉVALUATION DE L'EFFET DES VALORISATIONS

Exemple à l'échelle des partenaires du projet de valorisation et des utilisateurs des valorisations

Domaines	Hypothèses (exemples)
Organisationnel Développement des contacts Meilleure connaissance	Impulse une logique de réseaux entre acteurs et chercheurs Tisse de nouvelles relations entre acteurs Rapprochement avec les décideurs et acteurs régionaux Mise en relation entre territoires et entre réseaux
Positionnement des acteurs du développement Légitimité Renforcement institutionnel Ouverture	Crédibilité de l'institution renforcée par son engagement dans des projets de recherche et de valorisation Légitimité des pratiques des acteurs Consolidation d'un positionnement stratégique Reconnaissance et visibilité Posture de distanciation : prise de recul Nouveau regard porté
Partenarial	Meilleure connaissance de l'environnement des acteurs et du monde de la recherche Nouvelles relations entre acteurs socioprofessionnels et avec les chercheurs Échanges sur les réalités Évolution des contenus des collaborations Émergence de nouvelles formes de partenariats Réalisation de nouvelles actions collaboratives entre les acteurs et avec les chercheurs
Opérationnel Mise en œuvre	Meilleure connaissance des territoires Maîtrise des enjeux Inflexions des pratiques Nouvelles actions Programmes de développement ajustés
Innovation Stratégie	Nouvelles stratégies de développement Innovations Nouvelles activités économiques Extension du travail Charge de travail (effet négatif)

Domaines	Hypothèses
Professionnalisation Nouvelles connaissances	<p>Adaptabilité, attitude face à la nouveauté</p> <p>Changements de pratiques :</p> <ul style="list-style-type: none"> - nouveaux interlocuteurs - nouvelles techniques <p>Formation interne au sein des structures engagées dans la valorisation</p> <p>Enrichissement des pratiques internes</p> <p>Formation continue</p> <p>Réseaux d'échanges</p>
Pratiques des chercheurs	<p>Source de réflexion pour la recherche</p> <p>Connaissances des territoires</p> <p>Compréhension des thématiques de développement</p> <p>Approfondissement des sujets de recherche</p>
Prospective	<p>Positionnement pour être force de propositions</p> <p>Construction de connaissances utiles</p> <p>Nouvelles questions opérationnelles à soumettre à la recherche</p> <p>Émergence de nouvelles thématiques de recherche</p> <p>Impact sur les politiques</p>
À l'échelle des terrains d'investigation et des publics cibles	
Connaissance des contextes	<p>Meilleure ou nouvelles compréhensions des problématiques investies sur les terrains</p> <p>Lecture des contextes</p> <p>Prise de recul et interrogations</p> <p>Intégration de nouveaux acteurs du territoire dans les réflexions</p>
Initiatives	<p>Expérimentation de pratiques</p> <p>Nouvelles applications</p> <p>Mise en relation entre territoires, entre réseaux</p>
<p> À compléter en fonction des impacts qui étaient recherchés</p>	

Les deux documents sont issus de l'expérience menée au sein du programme PSDR3 Rhône-Alpes. En fin de projet de recherche, les acteurs ont répondu à un appel à projet de valorisation. Marquant leur changement de posture, ils s'engagent, en qualité de maître d'ouvrage, dans la conduite des actions de valorisation et mobilisent des chercheurs pour mener à bien ces objectifs.

1 _ FORMULAIRE DE PRÉSENTATION D'UN PROJET DE VALORISATION

Ce formulaire a pour objectif de présenter le contenu du projet de valorisation : les résultats scientifiques auxquels il se rapporte, les objectifs du projet, les produits de valorisation attendus, les moyens mis en œuvre pour leur réalisation, leur diffusion, les conditions de pérennisation, de suivi... et le budget.

De manière synthétique, il est composé des éléments suivants :

1	L'identification Titre du projet de valorisation
2	Les objectifs du projet de valorisation : Ce projet permettra de... - Quel est le sujet à traiter ? - Quelles sont les finalités attendues ? - Quels sont les objectifs cibles ?
3	Les résultats de la recherche sur lesquels le projet de valorisation s'appuie Il est important - De s'assurer que la matière de recherche retenue soit accessible. - De cerner les sources scientifiques issues de divers projets, si besoin. - D'envisager des explorations de travaux de recherche complémentaires. - D'identifier d'autres ressources de praticiens à mettre en regard.

4	La description des différents produits de valorisation attendus, leurs objectifs et les actions à mettre en œuvre. Il s'agit de présenter les applications opérationnelles des produits de valorisation et les méthodes de travail (tests, enquêtes, témoignages, controverses...) composant l'objectif général du projet. Les produits de valorisation se déclinent par actions de valorisation : outils (méthodologiques, d'aide à la décision), références (documents d'éclairage, fiches techniques...), supports d'animation et de formation, supports de communication (sites Internet, espaces d'échanges mis en réseau, forums), bases de données, argumentaires, formations...
5	Les publics (destinataires) concernés par l'action Il s'agit d'identifier les besoins du groupe cible et les cercles d'acteurs sensibles au sujet en s'attachant aux modalités de communication et d'intéressement. Comment atteindre et intéresser ces publics ? Qui seront les premiers utilisateurs ? Qui seront les destinataires finaux ? Il sera nécessaire de prévoir les modes d'usage de certains produits de valorisation transmis et de repérer les relais nécessaires pour une diffusion et une prise en main par les utilisateurs finaux des produits de valorisation.
6	La plus-value attendue de ces produits de valorisation Il s'agit d'identifier les apports nouveaux ou complémentaires dans les pratiques de développement et en réponse aux attentes, tels que de nouvelles approches pour des stratégies de territoires, de nouvelles compréhensions des situations pouvant alimenter des décisions...
7	Les partenaires impliqués et les compétences mobilisées dans l'élaboration des produits de valorisation. Il s'agit de présenter le référent valorisation responsable du projet de valorisation et les autres partenaires engagés, acteurs et chercheurs Les compétences et les engagements des partenaires (acteurs, chercheurs) dans les principales activités
8	L'organisation du partenariat entre acteurs et chercheurs : qui fait quoi ? / modalités de pilotage/ espaces de décisions Une attention est à apporter aux espaces de rencontres (fréquence, organisation) et aux groupes de travail (échanges, suivi, de conception, de relecture...), aux outils de pilotage (la répartition des tâches, les modalités de prise de décisions, les cahiers des charges).
9	La stratégie de diffusion du produit de valorisation Sur la base des produits de valorisation, de la nature des informations à transmettre (organisation de formations, d'ateliers d'échanges, d'appropriation d'outils) et des publics visés, il s'agit de définir les modes de communication (mailing, forum, ateliers, courrier électronique) et les supports (matériels ou immatériels).

10	Les modalités d'accompagnement d'utilisation, d'appropriation du produit de valorisation Présentation des produits de valorisation et apprentissage lors de sessions de formation, dans le cadre de tests, de démonstrations, d'interventions dans des séminaires, d'offres d'appuis méthodologiques par des personnes ressources.
11	Les outils de suivi et d'évaluation de l'utilisation des produits de valorisation Des enquêtes de satisfaction, une base de données des produits diffusés, des rencontres entre acteurs et utilisateurs, une veille de réseau.
12	La pérennité et les conditions d'actualisation des produits de valorisation Le suivi de l'utilisation, l'actualisation des produits de valorisation, la dimension immatérielle facilitant l'accessibilité.
13	La contribution au développement régional Tenant compte des enjeux (économiques, sociaux, agricoles, environnementaux, développement local, questions sociétales...), des pistes d'évolution seront-elles proposées ? De nouvelles données seront à intégrer dans les réflexions et les plans d'actions pour alimenter les politiques publiques.
14	La durée de l'action Le temps imparti pour la réalisation des projets de valorisation est de l'ordre de 6 à 32 mois.
15	Le budget prévisionnel (Montant total : _____ € > Financement externe > % autofinancement > % cofinancement

2 _ GRILLE D'APPRÉCIATION D'UN PROJET DE VALORISATION

L'appréciation d'un projet de valorisation par le financeur potentiel s'appuie sur

	Rubriques	- / = / +	Observations
Travaux scientifiques			
1	identifiés précisément (sources, références, publications...)		
2	Qualité, reconnus et validés		
Éléments de connaissance apportés			
3	Nouveaux, apportent une réelle plus-value sur des problématiques de développement		
4	Relatifs à des enjeux, à des intérêts régionaux, aux enjeux de développement économique, de solidarité sociale, territoriale, d'environnement		
Conception du projet de valorisation			
5	Conception inventive, innovante et de qualité Proposition de nouvelles références, analyses, méthodes, outils par rapport à l'existant, complétant les pratiques d'acteurs du développement		
6	Action nouvelle N'ayant pas fait l'objet de financements préalables Action qui ne découle pas de manière évidente de l'état de la technique		
7	Gestion du projet de valorisation : Organisation (composition du groupe, modalités de partenariat, Identification du référent valorisation, temps de concertation) Moyens mis en œuvre, temps passé Pérennité des produits de valorisation Dispositif de suivi et d'évaluation envisagé		
8	Effet levier et impact en terme de développement (qualitatif et quantitatif)		
Diffusion de l'action de valorisation			
9	« Transférabilité » des valorisations à d'autres publics : adaptation en conséquence		
10	« Transposabilité » sur d'autres territoires : adaptation en conséquence		
11	Moyens mis en place pour porter l'outil à connaissance (communication, diffusion, réseaux)		

Ce mode d'emploi est l'une des modalités issues de la Plate-Forme régionale développement rural Rhône-Alpes. Il a été élaboré dans le cadre de la mission valorisation des recherches. Document téléchargeable sur le site caprural.org.

La Plate-Forme
Développement rural Rhône-Alpes
Mission Valorisation des recherches

Contact
Véronique Quélier
04 72 72 49 28
06 77 83 45 03
valorisation@caprural.org

La valorisation des recherches : des acteurs du développement et des chercheurs élaborent ensemble des références...

Vous souhaitez :

- bénéficier des travaux de recherche pour vos actions
- acquérir de nouveaux outils, de nouvelles méthodes, une capacité d'anticipation
- prendre du recul
- nourrir vos réflexions et démarches stratégiques
- avoir un accès privilégié sur l'avancement des recherches sur le développement régional
- échanger, compléter des connaissances, confronter vos pratiques

Utilisez les acquis des recherches, en cours ou en réflexion, ou coproduisez avec des chercheurs. Nous vous accompagnons !

Pourquoi valoriser ?

- pour acquérir des connaissances
- pour compléter des pratiques, adapter des méthodes ou nourrir des réflexions
- pour produire ce que vous jugez utile à partir de travaux de recherches

Comment devenir acteur de la valorisation ?

En vous investissant sur de nouvelles thématiques qui vous intéressent, et :

- en rejoignant des collaborations en cours entre acteurs de terrain et chercheurs
- en initiant le lancement de travaux de valorisation sur de nouveaux objets de recherche

Qui est concerné ?

Toute personne ou structure intéressée ou en charge du développement en Rhône-Alpes : agents de développement, élus, professionnels, associations, collectivités, formateurs...

Quel accompagnement ?

- défini conjointement et personnalisé
- souple et adapté, individuel ou collectif
- des apports méthodologiques et d'expertise
- un soutien technique et financier dans vos démarches

Nous vous aidons à définir vos attentes, à accélérer aux données qui vont vous servir à préciser le ou les produits de valorisation utiles et nouveaux, à élaborer des actions (démarches, outils) de valorisation...

Des formes de valorisation possibles...

Guides méthodologiques, grilles d'analyse, visites d'échanges, outils d'aide à la décision, ateliers de réflexions, références stratégiques, argumentaires, outils d'animation ou de sensibilisation (DVD...), modules de formation, développement d'applications informatiques, de méthodes...

Des valorisations existent. Pour y accéder :

- Découvrir la base de données accessible sur le site www.pscr-ra.fr et des références sur www.caprural.org
- Participer aux rencontres entre chercheurs et acteurs : mise en débat des acquis de la recherche et expertises des acteurs pour aider à prendre du recul et anticiper
- Bénéficier des modules de formation, du transfert de méthodes...

Logos: France, Union Européenne, Rhône-Alpes, Caprural

FOCUS SUR LA VALORISATION

Ce document présente en 4 pages le processus de valorisation développé dans le cadre du programme PSDR3. Il a été produit dans le cadre du séminaire final de restitution du programme PSDR3 en Rhône-Alpes, réalisé le 25 novembre 2011. Il suit une trame, commune aux supports de communication, proposée par l'animation nationale du programme PSDR3.

Disponible sur le site www.psd-r-a.fr

La Valorisation
Une démarche en continu

Si nous nous appuyons de la recherche, les acteurs en débat ont les outils adaptés dans les pratiques de développement régional : c'est ce qui nous aide dans la valorisation que le programme PSDR Rhône-Alpes a choisi de relever avec la valorisation pour et par les acteurs.

Une démarche innovante

La valorisation est une démarche innovante, car il s'agit bien d'apprendre ensemble (acteurs et chercheurs) pour construire des concepts, des références, des outils d'aide à la décision, des outils opérationnels nouveaux sous des formes diverses : des guides méthodologiques, des nouvelles formations, des applications informatiques, des documents de vulgarisation, des guides d'analyse, des supports d'animation...

Contexte : une ambition forte et partagée pour la valorisation

La valorisation des produits de recherche est un objectif majeur de réussite du programme PSDR3. Les démarches d'appropriation de ces nouvelles ressources par les acteurs constituent une priorité du dispositif Rhône-Alpes. C'est pourquoi, dès l'origine du programme, des partenariats entre chercheurs et acteurs régionaux ont été construits visant conjointement la production de connaissances de recherche et de valorisation.

Des illustrations

Durant ce programme (2007-2011), diverses valorisations ont été conduites soit à partir de résultats de recherche intermédiaires soit à l'achèvement des projets. Actuellement, d'autres sont en cours de production.

Plus d'informations sur PSDR3 Rhône-Alpes www.psd-r-a.fr

Extrait

La valorisation : une démarche qui se poursuit

- En fin de programme PSDR3, à partir de 2010 et en 2011, les acteurs s'approprient les résultats des travaux de recherche des projets. Au regard de ces productions scientifiques, les dynamiques de valorisation se précisent. Dans cette phase de valorisation, la participation des chercheurs est sollicitée et ainsi, les collaborations entre acteurs et chercheurs se poursuivent.
- L'élaboration de produits de valorisation nécessite plusieurs mois voire années. Quelques exemples de dynamiques en cours :
 - ✓ Créer des modules de formation et produire des documents méthodologiques sur les outils d'identification et de préservation des ressources territoriales, et sur les diagnostics des circuits courts (offre et demande) ;
 - ✓ Préciser les questions de compétences sur les situations professionnelles, et les pratiques des agriculteurs en circuit court ;
 - ✓ Décrypter les évolutions de l'ingénierie et apporter des ressources, aux employeurs pour créer des emplois d'agents, et aux agents pour raisonner leur parcours professionnel.
- Les valorisations transversales à plusieurs projets, à plusieurs régions, avec différents dispositifs (niveau rural ...) sont promises :
 - ✓ Quelle démarche pour valoriser économiquement les ressources d'un territoire ?
 - ✓ Comment les systèmes d'exploitation agricole peuvent-ils s'adapter au changement climatique ?
 - ✓ Au regard des évolutions en cours des collectivités territoriales, quelle ingénierie est à promouvoir pour le développement dans une approche territoriale, locale ou thématique ?

Plus d'informations sur le programme PSDR

PSDR Rhône-Alpes :
Site web : www.psd-r-a.fr
Mélanique Quélier, Plate-forme régionale Développement rural Rhône-Alpes
psdr-a@agroparistech.fr
Daniel Roybin, INRA, droybin@agroparistech.com

National
Direction nationale PSDR : André Torre (INRA) - torre@agroparistech.fr
Animation nationale PSDR : Frédéric Wallet (INRA) - wallet@agroparistech.fr

Pour et Sur le Développement Régional (PSDR) Rhône-Alpes, 2007-2011
Programme soutenu et financé par :

F

GLOSSAIRE

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

La valorisation
décryptée

A

La démarche
pas à pas

B

L'accompagnement
de valorisation

C

Des produits
de valorisation

D

Fiches techniques

E

Glossaire **A-Z**
Bibliographie

F

GLOSSAIRE

Ce glossaire présente une définition de mots utilisés dans le présent ouvrage pour partager un vocabulaire commun sur l'approche de la valorisation des recherches.

Acteurs – valorisateurs : ils produisent des connaissances issues des résultats de recherche, en élaborant les produits de valorisation. Ils conduisent le projet de valorisation dans les phases de conception, de mise en œuvre, de diffusion et d'évaluation du produit de valorisation.

Acteurs : ils utilisent les produits de valorisation.

Par exemple, des grilles d'analyse d'identification des ressources, de nouvelles approches de diagnostic utilisées en complément des stratégies de développement.

Les formateurs, comme utilisateurs des connaissances les intégrant dans des programmes de formation.

Agent de développement : acteur qui agit pour le bien public. Il (elle) anime des réflexions s'appuyant sur la transversalité des approches, suscite, transforme des idées. Il (elle) crée de l'activité économique et sociale, en aidant à la prise de décision.

Connaissances : informations nouvelles, apprentissages impulsant des changements, de nouveaux regards sur les pratiques et sur les modes d'actions.

Démarches de valorisation : façons de produire des valorisations.

Ingénierie : elle désigne des individus assurant un ensemble de fonctions, mobilisant des méthodes et des outils adaptés au domaine étudié, au contexte permettant d'agir. L'ingénierie renvoie à la gestion globale d'un dispositif.

Interdisciplinarité : diverses disciplines scientifiques qui travaillent ensemble sur un objet d'étude en confrontant leurs différentes approches.

Maître d'ouvrage : responsable du projet et des résultats des activités menées, il définit l'objectif du projet, son calendrier et le budget. Pour ce faire, il met en place une organisation, les modalités de suivi consacrées à ce projet.

Mutation : processus qui permet l'apparition d'un caractère nouveau tout en préservant la qualité des sources.

Partenaires de valorisation : regroupement d'acteurs du développement, maîtres d'ouvrage de la valorisation des recherches, et de chercheurs collaborant dans le projet de valorisation.

Pilotage : ensemble de mesures et de règles organisées permettant de suivre les objectifs, de prendre les décisions. Ce dispositif correspond au fonctionnement du partenariat, qui veille au respect des intérêts des partenaires engagés et repose sur la participation, la transparence et la responsabilité.

Public cible : un groupe d'acteurs, concerné par la thématique, partageant, a priori, une même situation ou un même problème, qui peut être en mesure d'influencer ou de s'organiser pour des actions déterminées.

Processus : enchaînement des opérations, des actions organisées dans le temps, constituant la manière de faire, de fabriquer un produit de valorisation.

Produit de valorisation : ce qui résulte du processus de valorisation en supports matériels ou immatériels des connaissances produites par les acteurs (document de sensibilisation, grilles de lecture, d'analyse, guides méthodologiques, outils opérationnels, DVD, ateliers d'échanges d'expérience, référentiels de formation...).

Référent valorisation : le coordinateur du projet de valorisation qui assure le suivi du projet de valorisation et la relation entre les acteurs et les chercheurs engagés dans ce processus.

Sujet de valorisation traduit ce sur quoi porte la valorisation.

Exemples

- L'analyse d'un métier d'ingénierie territoriale : la définition de l'ingénierie territoriale, l'identification des savoirs mobilisés et les compétences développées.
- La pérennisation des circuits courts fondée sur les proximités producteurs-consommateurs.

Valorisation : Un processus pour produire de la connaissance.

Valorisation "au fil de l'eau" : élaboration de produits de valorisation par les acteurs au cours du projet de recherche, sur la base des résultats intermédiaires.

Valorisation "a posteriori" : élaboration de produits de valorisation par les acteurs sur la base de résultats scientifiques finalisés et stabilisés.

Signification des principaux sigles utilisés dans ce document :

CRDR : Centre régional de ressources du développement rural

CNRS : Centre national de la recherche scientifique

DRAAF : Direction régionale de l'alimentation, de l'agriculture et de la forêt

F.A.Q. : *Frequently Asked Questions* . La foire aux questions

FEADER : Fonds Européen Agricole pour le Développement Rural

GIS Alpes Jura : Groupement d'intérêt scientifique, dispositif de recherche-développement

INRA : Institut national de la recherche agronomique

INSERM : Institut national de la santé et de la recherche médicale

IRSTEA : Institut national de recherche en sciences et technologies pour l'environnement et l'agriculture

MITRA : Mission d'ingénierie touristique Rhône-Alpes

PNR : Parc naturel régional

PSDR : Pour et Sur le Développement Régional

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

Un certain nombre de documents a été utilisé lors de l'élaboration de ce guide. Ces références sont consultables en ligne sur le web ou téléchargeables dans la [base de données](#).

Kirchner J. et al., « **Des instruments pour piloter le développement des territoires ruraux et périurbains, Cahier technique sur le partenariat acteurs-chercheurs** », Réseau Rural Français- PSDR3, 2012, 37 pages

Paillard D., Sottou F., « **Réalisation d'un bilan critique du programme Pour et Sur le Développement Régional (PSDR3), en Rhône-Alpes : rapport final module 1** », Public Impact, juin 2012, 67 pages.

« **Les principes de la valorisation par et pour les acteurs** », Programme PSDR Rhône-Alpes, 2010, 2 pages.

« **Priorité à une coopération active entre acteurs et chercheurs, 3e programme PSDR** », Programme de recherches Pour et Sur le Développement Régional - Territoires, acteurs et agricultures en Rhône Alpes, octobre 2006, 16 pages.

« **La valorisation de la recherche auprès des acteurs du développement régional : les choix stratégiques pour PSDR3** », comité de pilotage du Programme PSDR, Territoires, acteurs et agricultures en Rhône-Alpes, septembre 2006, 16 pages.

Roybin D., **Évaluation du programme PSDR : rapport de la cellule d'animation,** INRA-SAD, mai 2005, 72 pages.

Brossier J. et al., **PROGRAMME INRA-PSDR : étude des partenariats tissés entre la recherche et le développement grâce au PSDR Bourgogne,** avril 2005, 65 pages.

Soulard C. et Duru M., **« Atelier 1 : partenariat et développement régional dans les recherches DADP sur les pratiques agricoles et les systèmes techniques »**, Actes du séminaire de janvier 2002, INRA/DADP Développement régional, janvier 2002, pp.93-104.

Audoux C., Gillet A., **« Recherche partenariale et co-construction de savoirs entre chercheurs et acteurs : l'épreuve de la traduction »**, Interventions économiques, mai 2011, 16 pages. [en ligne].

Disponible sur <http://interventionseconomiques.revues.org/1347>

Baya-Laffite N., **« Synthèse bibliographique sur le co-pilotage de la recherche et l'expertise »**, programme REPERE, novembre 2010, 79 pages.

Le Bars Y., Villalonga A. (IGGREF), **Le positionnement des organismes de recherche agronomique. Éléments de réflexion, scénarios d'organisation, propositions,** rapport CGGREF, n° 2394, mars 2006, 48 pages.

ICTA et al., **« Formes d'intervention des ICTA dans les processus d'innovation : rapport final »**, dossier n°01/22, ICTA et processus d'innovation, 59 pages.

Tilman F., **« Pluralité de sens du terme "implication" : une typologie en forme de jeu de mots »**, META Atelier d'histoire et de projet pour l'éducation, 2007, 4 pages. [en ligne].

Disponible sur : <http://www.meta-educ.be/textes/Implication.pdf>

Barbier R., **« L'approche transversale »**, synthèse du dernier cours de master en sciences de l'éducation, décembre 2006. [en ligne].

Disponible sur : <http://www.barbier-rd.nom.fr/approchetransversale2007.html>

Manuel De Frascati., **« La mesure des activités scientifiques et technologiques. Méthode type proposée pour les enquêtes sur la recherche et le développement expérimental »**, OCDE, 2002, 292 pages. [en ligne]. Disponible sur :

www.uis.unesco.org/Library/Documents/OECDFrascatiManual02_fr.pdf

Réseau Rural Français groupe accueil, **« Fiche proposition d'actions de transfert »**, avril 2011, 2 pages. [en ligne]. Disponible sur : <http://www.caprural.org/telechargements/viewdownload/22-politiques-daccueil-et-de-maintien-de-nouvelles-populations/166-la-gestion-territoriale-des-emplois-et-des-competences-gtec>

IAAT Poitou-Charentes, **Les outils méthodologiques : repères pour l'animation de réseau d'acteurs, n° 1**, novembre 2010, 12 pages.

http://www.iaat.org/moteur_recherche/index.php?css=titrePage_thm_3&color-Thm=centre_bleu&vague=vague_bleu&hr=div_hr_bleu

Action for the Rights of Children (ARC), **Outils pédagogiques pour les formateurs,** 87 pages.

CEMEA, « **Référentiel de compétences de l'animateur et l'animatrice** », Animation Volontaire/BAFA, 7 pages. [en ligne]. Disponible sur : <http://www.ressources-cemea-pdll.org/IMG/pdf/referentiel.pdf>

Haute Autorité de Santé, **Guide méthodologique : élaboration d'un document écrit d'information à l'intention des patients et des usagers du système de santé**, juin 2008, 45 pages. [en ligne]. Disponible sur : http://www.has-sante.fr/portail/jcms/c_268309/en/elaboration-document-d-information-des-patients-guide-methodologiquepdf

Lamy M.A., Goodfellow Rob., Sic A. « **Conversations réflexives dans la classe de langues virtuelle par conférence asynchrone** », vol. 1, n°2, décembre 1998, pp. 81-99. [en ligne]. Disponible sur : <http://alsic.revues.org/1493>

Meyniac J.-P., « **Usages pédagogiques du film de fiction, histoire et géographie** », site Cinehig, novembre 2002, 8 pages. [en ligne]. Disponible sur : <http://cinehig.clionautes.org/telechargement/film-en-classe.pdf>

Zotian E., « **Modes d'usage et d'appropriation : l'exemple des enfants de Belsunce à la bibliothèque de l'Alcazar** », Bulletin des bibliothèques de France, BF2006, n°6, 7 pages. [en ligne]. Disponible sur : <http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2006-06-0068-013>

SITES WEB UTILES

Agro transfert Picardie, <http://www.agro-transfert-rt.org/>

Site « Kalligo », <http://www.kalligo.com/fiche-pratique>

Site « Valorial, l'aliment de demain », <http://www.pole-valorial.fr/52/nos-services-a-l-innovation/>

Nous remercions toutes les personnes qui ont participé aux réflexions sur la démarche de valorisation : les acteurs et les chercheurs qui ont accepté de livrer leurs expériences, les institutions régionales (Région Rhône-Alpes, DRAAF, INRA, IRSTEA), les animateurs des programmes régionaux PSDR. Ce guide résulte de nombreux échanges au sein de la Plate-Forme régionale développement rural Rhône-Alpes et avec les protagonistes de la valorisation.

Ont contribué à la rédaction de ce document : la Plate-Forme régionale développement rural Rhône-Alpes : Anne Carton, Véronique Quiblier.

Conception et réalisation graphique : Stéphane Pascalis.

Correction : Fabienne Vaslet.

La réalisation de ce guide est financée par l'État (Ministère de l'agriculture, de l'agroalimentaire et de la forêt), la Région Rhône-Alpes et l'Europe (FEADER) dans le cadre de la Plate-Forme régionale développement rural Rhône-Alpes.



Plate-Forme régionale développement rural Rhône-Alpes

Lycée agricole Le Valentin – Avenue de Lyon

26500 Bourg-lès-Valence

www.caprural.org

contact@caprural.org

Dépôt légal : en cours



Rhône-Alpes Région



La Plate-Forme régionale développement rural Rhône-Alpes est un collectif qui conduit des actions de professionnalisation des agents de développement rural et des actions de construction d'offres d'activités et d'emplois.

Elle anime le Réseau rural en région et fonde son action sur les synergies entre :

- > le Centre régional de ressources du développement rural (CRDR)
- > les Sites de proximité pour l'emploi et la création d'activités
- > la mission Agriruralité – Entreprises localement innovantes (ELI)
- > la mission Valorisation des recherches
- > la mission Europe et développement rural.
- > la mission Relations Villes Campagnes

Elle participe de la politique de l'État et de la Région Rhône-Alpes pour le développement des territoires ruraux. Au service des acteurs du développement rural, la Plate-Forme régionale développement rural Rhône-Alpes permet, avec des partenaires locaux, régionaux ou nationaux, l'expérimentation et le transfert de nouvelles actions.

Plus d'informations sur www.caprural.org

