

*Contenu de la formation selon la progression
Pédagogique du*

Thème III

Méthodes d'identification des microprojets

A-Définition des microprojets en général :

Un microprojet peut être défini comme une action de développement initiée localement en réponse aux besoins exprimés par les bénéficiaires, acteurs de leur propre développement.

Il se caractérise par :

- une coopération de proximité
- un coût global faible
- un impact géographique à petite échelle
- un éventuel caractère innovant

Le microprojet, à l'image du projet, peut se référer à trois types d'objet particulier.

A l'image des Opérations d'Appui au Développement, décrite par Rosanvallon, il peut d'abord être appréhendé comme « une action collective finalisée, intentionnelle et dirigée vers certaines fins » ; « une action d'aide étrangère » ; « une action qui va avoir un impact sur l'économie », une action individuelle de création d'activités génératrices de revenus.

L'approche par microprojet se rapporte à la démarche, au mode d'intervention et à la philosophie du microprojet.

L'échelle « micro » fait, quant à elle, référence à la taille du projet : son rayonnement (à une échelle très localisée), son impact (pour un nombre de bénéficiaires restreint) et son enveloppe budgétaire (à coût limité).

Un microprojet peut être réalisé dans le cadre d'un programme stratégique de développement de grande ampleur comme être une action indépendante, portée par la société civile. C'est ce deuxième cas de figure qui en fait une spécificité en tant qu'approche.

B –Analyse de Microprojet dans le contexte de l'écotourisme :

Comme indiqué ci-dessus, le micro projet peut concerner un volet de développement éco touristique pour une communauté ou un site identifié ou une station comme il peut concerner un individu. Donc la notion est variable selon les circonstances.

En matière de développement éco touristique, le microprojet pourrait concerner le développement et la gestion d'un projet, par exemple le développement des sites éco touristiques avec restauration du milieu naturel, des actions pour développer la biodiversité, des actions de conservation des monuments historiques existants au sein du site, la création d'aire de repos, etc. Il s'agit dans ce cas d'un microprojet d'éco tourisme qui pourrait concerner la communauté.

En matière des microprojets individuels qui font appel à l'entrepreneuriat, il s'agit d'une activité génératrice de revenus créée par un promoteur en faisant recours au financement propre ou familial ou à des micros crédits. Le schéma de création d'un micro projet est le même ; moyennant les spécificités concernant la nature des interventions, les objectifs et les modes de fonctionnement. Le tableau suivant synthétise cette progression :

Stade	Etape	Lignes directrices
Initiation et planification	Evaluer si l'écotourisme est l'option approprié	<ul style="list-style-type: none"> -évaluer les gains potentiels de protection ou de réhabilitation de l'environnement -vérifier la présence des conditions préalables à l'écotourisme -examiner l'exhaustivité et l'exactitude des informations de base (aspect spécifique au site, à l'écologie et développement local et régional) et les compléter au besoin
	Planifier l'écotourisme avec les communautés et les autres acteurs	<ul style="list-style-type: none"> -Adopter une approche intégrée horizontalement et verticalement -trouver la meilleure façon d'impliquer le maximum de membres des communautés locales -travailler ensemble sur une stratégie commune (vision, but et objectifs)
Construction et implémentation	Développer un projet d'écotourisme viable	<ul style="list-style-type: none"> -assurer l'intégrité environnementale et culturelle de la région -s'assurer de la réalité du marché et effectuer une promotion efficace -offrir des produits et des services de qualité et assurant la sécurité des visiteurs -Mettre en place un processus de prise de décision transparent, responsable et s'appuyant sur le principe de précaution \$ -mettre en place des mesures de prévention des impacts négatifs sur les milieux naturels, socioculturels et économiques
	Développer les installations et les infrastructures nécessaires	<ul style="list-style-type: none"> -Optimiser l'utilisation de ressources humaines et matérielles locales -offrir une formation aux communautés locales et octroyer des diplômes d'apprentissage au besoin -Gérer et atténuer les impacts négatifs sur l'environnement liés à la construction des installations et des infrastructures -faciliter l'accès au site par la construction des routes et des télécommunications -instaurer les infrastructures sanitaires de base et toute infrastructure permettant de limiter les impacts négatifs sur l'environnement -respecter l'architecture et le paysage pour la construction de nouveaux bâtiments ou infrastructures

Mise en marche et gestion	Renforcer les bénéfices pour les communautés et l'environnement locaux	-Gérer et atténuer les impacts négatifs liés aux activités éco touristiques -Renforcer la qualité, la fiabilité et la compétitivité des produits locaux en offrant le support technique nécessaire -Optimiser l'emploi de travailleurs locaux ou nationaux, -Promouvoir l'égalité entre les sexes et favoriser l'intégration des groupes les plus vulnérables dans l'organisation éco touristiques -renforcer les liens avec les acteurs locaux de façon à réduire les déperditions financières -Obtenir le support des visiteurs et des voyageurs -
----------------------------------	--	--

C-Analyse de la demande et de l'offre locale, régionale et nationale dans une étude d'un micro projet :

C.1-Analyse de la demande :

L'étude de la demande qui signifie en quelque sorte **la définition de la clientèle potentielle existante sur le marché**, vise essentiellement, à observer trois critères extrêmement liés et importants, à savoir :

1. **La segmentation de la demande** qui est une partie très importante dans chaque projet puisqu'elle détermine les personnes qui seraient éventuellement intéressées par le produit ou le service en question. La segmentation permet également de classer les demandeurs de ce produit ou service selon des catégories : particuliers, écoles, institutions, groupes de touristes (morales ou physiques), hommes, femmes, jeunes, adolescents, enfants, adultes ou personnes âgées ...
2. **L'échelle d'évolution globale de la demande sur le marché** tout au long des dernières années et la courbe des prévisions d'évolutions prévues ou attendues pour les prochaines années. Par exemple, on analyse les nouveaux clients enregistrés dans la zone dans le domaine.
3. **L'analyse des attitudes et des comportements des clients potentiels** et l'examen minutieux des réactions du client : Pourquoi il aime telle site, tel produit, telle zone? Quand est ce qu'il serait prêt à l'acheter, et à le consommer ? Quelle serait la fréquence d'achat, combien de fois acheter ce produit et d'où l'acheter ?

L'analyse de la demande est en relation avec les critères suivants :

- Les critères traditionnels qui ont un rapport avec la **socio-démographie** (âge, sexe, niveau de revenu,...)
- Les données **géographiques** (lieu d'habitation, ville, pays),
- Les données **psychologiques** qui permettent une classification nette des clients et des acteurs du marché,
- Les critères **comportementaux** qui aident à classer les consommateurs (potentiels ou existants) selon leur manière et leur fréquence de consommation (mode d'achat, fréquence d'achat, raison d'achat...)

C.2-Analyse de l'offre :

En se focalisant sur l'offre déjà présente sur le marché, l'entrepreneur peut **acquérir toutes les données nécessaires et utiles sur tous les produits ou les services proposés par les concurrents**, qu'ils soient directs ou indirects, qu'ils aient des activités similaires ou différentes à celles de la future entreprise. Cette étape permet notamment de récupérer des informations sur les produits ou services, leurs qualités ou leurs défauts, leur mode d'emploi et surtout le niveau des prix proposés pour commercialiser ou pour exploiter ces produits de différentes façons (exportation, vente au détail ou autre).

Généralement, **l'étude de l'offre aide chaque entrepreneur à définir et analyser les stratégies adaptées par les concurrents et à détecter leurs points de forces et faiblesses**. Cette étape, reconnue généralement par la veille concurrentielle ou le suivi concurrentiel, peut se faire via des recherches et des études ou à travers l'analyse des contenus des sites officiels, des forums, des pages de réseaux sociaux ou des sites spécialisés qui offrent des renseignements détaillés sur les entreprises, le produit ou le service en question.

IL s'agit donc et dans le cas d'un microprojet, d'élaborer une étude diagnostique sur la situation de la zone concernée par ce micro projet pour analyser la demande. Par exemple, analyser les possibilités de développement du secteur de l'écotourisme en réalisant une étude de marché auprès des acteurs touristiques pour étudier les besoins. Cette étude des besoins devrait concerner les spécificités des sites et de la zone, les opportunités qui existent en matière de demande, l'analyse de la nature de la demande, les spécificités des besoins, les circuits ou les demandes actuelles qui pourraient être développée et élargie, etc.

L'analyse de la demande concerne aussi le volet marché en dehors de la zone par exemple la demande du tourisme de jeunesse, la demande des clubs, la demande des associations des travailleurs, des agences de voyage, et autres. L'étude de la demande renseigne sur :

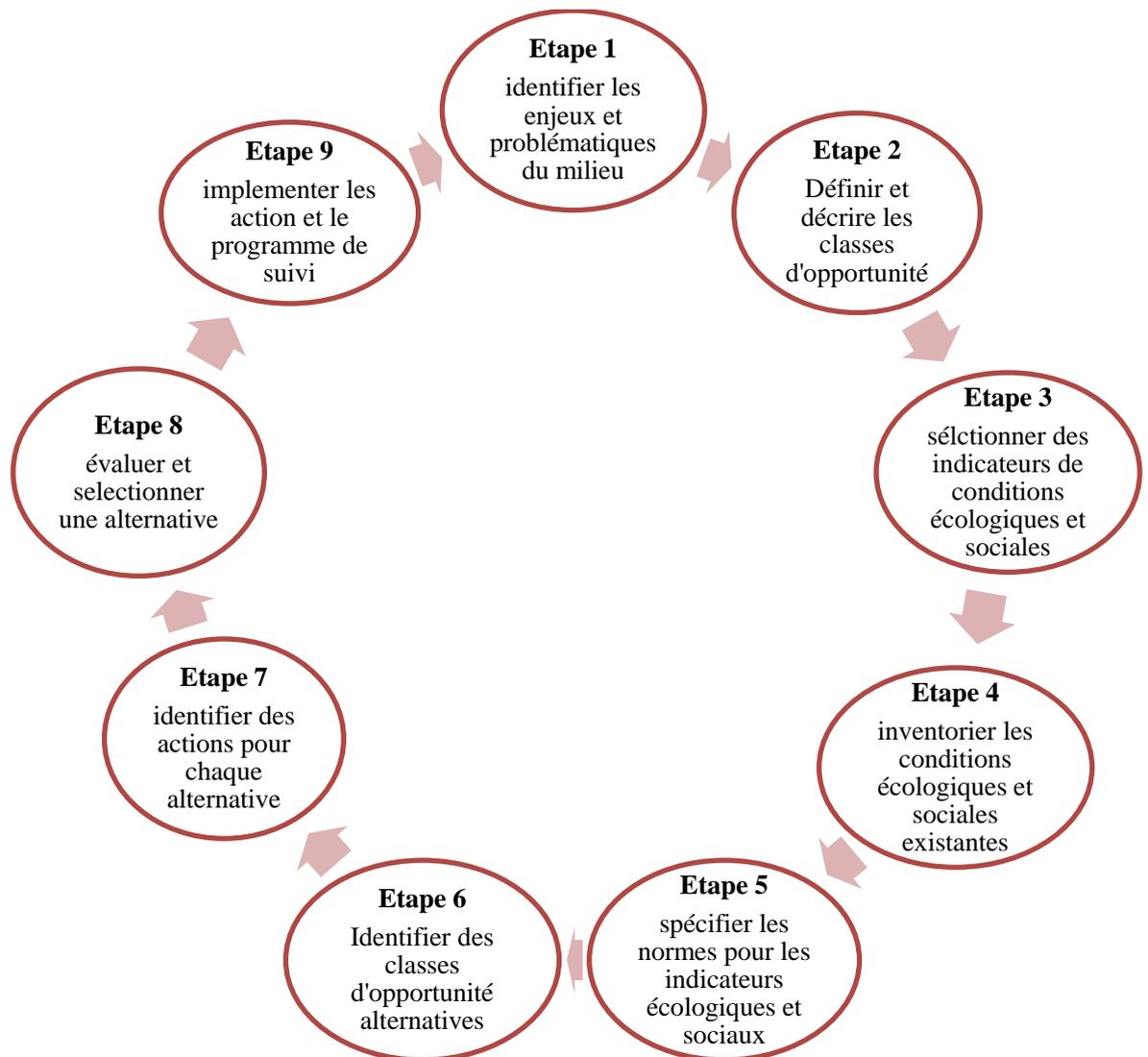
- Le volet quantitatif de la demande pour étudier toutes les opportunités qui existent.
- Les spécificités qualitatives de la demande et ses divers aspects.
- Les exigences particulières de la demande et les coûts globaux de son développement.
- Les tendances futures de l'évolution de cette demande.

Cette analyse concerne le volet local par des entretiens, des réunions et des contacts directs ; le volet régional par des déplacements au centre du gouvernorat et dans quelques délégations pour étudier la situation de la demande dans toute la zone et le volet national de la demande en étudiant la situation du secteur en général et notamment les tendances de son développement et les nouvelles opportunités futures.

Cette analyse pourrait aussi se baser sur un questionnaire à remplir à partir d'une population de clientèle potentielle qui pourrait avoir besoin des produits du micro projet. Ce questionnaire nous accorde des indications sur la demande actuelle et les possibilités futures ainsi que les conditions exigées pour pouvoir satisfaire cette demande.

D-Etude de l'opportunité économique et sociale d'un microprojet :

L'étude d'opportunité se base donc sur une étude en 9 phases qui seront analysées lors du séminaire, il s'agit donc du schéma suivant :



E-Suivi et coaching d'un micro projet :

La notion de suivi de micro projet s'est développée durant les dernières années pour mettre l'accent sur son efficacité et son impact sur les activités. En effet à partir de ce questionnement sur l'impact de suivi, cette fonction s'est développée de plus en plus pour atteindre le degré d'accompagnement des activités par des gens expérimentés, capables de conseiller le promoteur ou les promoteurs et de leur passer leurs expériences et savoir faire d'une manière pratique et à partir des situations vécues. Cette notion de coaching est constituée des fonctions suivantes :

- L'appui aux promoteurs et à la population concernée par des visites contenues.
- L'appui aux concernés par des conseils de proximité en se basant sur des situations pratiques.
- La participation aux réunions de suivi et de résolution des problèmes, ainsi qu'aux réunions de développement des activités et des nouveaux montages des actions.
- L'apport en méthodes d'interventions pour accroître l'efficacité des actions réalisées et pour faciliter la réalisation des actions nouvelles.
- L'appui à la rentabilisation des moyens et leur fédéralisation entre les acteurs concernés.
- L'appui au réseautage entre les promoteurs/acteurs pour développer l'échange et le partenariat.