

LE PLAN DE VALORISATION

GUIDE POUR LES PROMOTEURS DES PROJETS

1. INTRODUCTION

Ce guide s'adresse aux promoteurs de projets Leonardo da Vinci et a pour but de les guider dans la planification des activités de valorisation et de les assister dans la rédaction du plan de valorisation intégré dans leur projet. Des informations supplémentaires sur la valorisation sont aussi disponibles sur le site Europa : http://europa.eu.int/comm/education/programmes/leonardo/new/leonardo2_en.html ou en consultant directement la Commission européenne (unite-B3@cec.eu.int) ou les Agences Nationales.

2. QU'EST-CE QUE LA VALORISATION ?

Terme français à l'origine, la valorisation est une notion aujourd'hui largement répandue et acceptée dans les milieux européens de la formation professionnelle. La « valorisation » peut être définie comme le processus de **diffusion et d'exploitation** de résultats de projets¹ dans le but d'en optimiser la valeur, d'en renforcer l'impact et de les intégrer dans les systèmes et les pratiques de formation aux niveaux local, national et européen.

3. LA VALORISATION: UN NOUVEAU DEFI POUR LES PROJETS LEONARDO DA VINCI

L'appel à propositions 2005-2006 représente une étape importante en matière de valorisation. Pour la première fois dans l'histoire du programme Leonardo les activités de valorisation deviennent une obligation et par conséquent, un critère de sélection important pour les projets de la procédure B et C. L'appel impose l'inclusion de la valorisation **dès la conception** d'un projet et un suivi strict de sa mise en œuvre **tout au long du cycle de vie** du projet. Le promoteur devra réaliser des activités spécifiques de valorisation afin notamment de

a. faire en sorte que les résultats du projet répondent à des besoins bien identifiés à priori afin qu'ils puissent être utilisés dans les systèmes et les pratiques de formation professionnelle (=exploitation des résultats)

b. produire une information ciblée sur les différentes activités du projet (=diffusion des résultats)

Les activités de valorisation doivent être bien précisées dans un plan cohérent et unique de valorisation qui doit comprendre de manière équilibrée des activités de diffusion ainsi que des activités visant l'exploitation des résultats du projet.² Les activités de valorisation doivent être clairement identifiées aussi dans le budget du projet.

¹ Les résultats de projets peuvent être de nature tangible, comme des produits de formation, du matériel pédagogique, etc., et de nature intangible comme des méthodes, des procédés ou des expériences pédagogiques.

² "Dans un souci de pertinence optimale, il conviendra de veiller à ce que les résultats des nouveaux projets sélectionnés en 2005 et 2006 soient correctement diffusés et mis en œuvre durant et après la réalisation des projets. Ainsi, les propositions de projet ne seront retenues dans le cadre des priorités et des actions proposées que dans la mesure où un plan de "valorisation" (c'est-à-dire un plan spécifiquement consacré à la diffusion et à l'exploitation des résultats innovants du projet) sera clairement établi à l'aide de ressources suffisantes et adéquates. Ce plan de "valorisation" doit: recenser les besoins des secteurs, des domaines et des utilisateurs finaux concernés; clairement définir les utilisateurs finaux des résultats du projet; faire en sorte que ces utilisateurs finaux soient consultés tout au long du projet; préciser la façon dont les résultats seront diffusés et exploités à la fois pendant et après le projet, la façon dont ils atteindront les objectifs voulus à la fois durant et après le développement du projet, ainsi que les acteurs et organismes extérieurs qui seront impliqués. Une fois leur projet achevé, les promoteurs devront permettre au grand public d'avoir accès aux résultats de leur projet en créant un site web destiné à exposer leur travail" (Texte de l'appel à propositions 2005-2006 publié au JO C 103 le 29/04/2004).

4. LA DIFFUSION: UN ELEMENT DE BASE POUR LA VALORISATION

La diffusion constitue dans tous les projets une obligation dès le début des activités. L'information sur le développement d'un projet ainsi que la diffusion des résultats aux groupes cibles sont des moyens fondamentaux de valorisation d'un projet. La diffusion implique la production constante d'une information claire et ciblée sur les réalisations d'un projet à travers des moyens adéquats. En outre, les promoteurs Leonardo sont déjà obligés depuis 2002 de rendre les résultats de leurs projets accessibles au public sur **un site web** comme vitrine de leur travail.

L'information sur le projet et la diffusion des ses résultats sont donc une base importante pour la mise en oeuvre, l'exploitation et l'intégration des résultats d'un projet dans les systèmes et les pratiques de formation professionnelle. Dans ce sens, la diffusion est un instrument stratégique de valorisation mais elle doit nécessairement être complétée par des actions spécifiques visant l'exploitation, l'utilisation et la durabilité des résultats du projet. Cela a lieu à travers l'interaction continue entre les partenaires d'un projet et un échantillon d'utilisateurs potentiels des résultats du projet dès le stade même de l'élaboration de la proposition et tout au long de la vie du projet.

A NOTER : La nouveauté par rapport au passé est l'obligation de ne pas se limiter à un plan de diffusion, mais d'avoir un plan plus complet qui prévoit globalement toutes les activités de diffusion/information et d'exploitation/utilisation des résultats ! L'ancien plan de diffusion est donc remplacé par le nouveau plan de valorisation (diffusion + exploitation)

5. UN BON PLAN DE VALORISATION : UN CRITERE DE QUALITE !

Tous les projets Leonardo doivent prévoir un plan clair et détaillé de valorisation (i.e. un plan de diffusion et d'exploitation des résultats attendus du projet) avec une **allocation précise et explicite dans le budget** pour la réalisation des activités prévues (à titre indicatif entre 10 et 20% du budget total).

Le but d'un plan de valorisation est d'expliquer comment **pendant et après la fin** du projet, les résultats seront diffusés et exploités afin de les rendre « durables » (= les résultats, une fois terminé le projet, doivent continuer à être utilisés activement dans différents contextes de formation professionnelle). Un plan de valorisation doit donc nécessairement prévoir de manière équilibrée et précise des activités visant la diffusion ainsi que des activités visant et facilitant l'exploitation des résultats par les utilisateurs finaux et/ou potentiels et en faveur des publics clairement identifiés dès la conception du projet.

Le plan de valorisation se veut un instrument flexible qui peut être adapté pendant le développement d'un projet pour mieux répondre aux nouveaux besoins du partenariat voir des utilisateurs.

A NOTER: la valorisation est une responsabilité partagée et appartient à tous les partenaires d'un projet qui doivent participer activement à la mise en oeuvre des actions prévues dans le plan de valorisation.

À la fin de ce guide, vous trouvez une check-list (qui ne se veut pas exhaustive) avec quelques questions pratiques à vous poser au moment d'établir le plan de valorisation et de planifier les activités de diffusion et exploitation de votre projet.

6. COMMERCIALISATION

La commercialisation de produits Leonardo est une possibilité et un instrument de diffusion et d'exploitation de résultats de projets destiné à les rendre durable. Les promoteurs de projets doivent simplement être conscients de quelques règles de base.

- **La question des droits d'auteur :**

Les résultats de projets sont la propriété industrielle et intellectuelle du **contractant**, bien que la Commission se garde le droit d'user librement de produits à des fins de démonstration et de diffusion. Toutefois, il est recommandé (et obligatoire en cas de commercialisation) de passer entre le promoteur et les partenaires un accord sur les droits de propriété intellectuelle. **Depuis 2003**, la Commission a le droit de céder une copie de résultats de projets à des tiers intéressés par un essai ou un développement ultérieur de ces résultats (à l'exclusion de toute utilisation commerciale de ces résultats), à condition que le contractant ne s'y oppose pas.

- **Commercialisation de produits:**

Le promoteur qui envisage de commercialiser son ou ses produits doit en informer la Commission. Un modèle de lettre d'information est disponible sur le site web de Leonardo da Vinci (http://europa.eu.int/comm/education/programmes/leonardo/new/leonardo2_en.html). En cas de commercialisation, un plan de mise sur le marché et un accord sur les droits de propriété intellectuelle conclu entre les partenaires doivent être envoyés à la Commission.

Tout revenu résultant d'une opération de commercialisation en cours de projet doit être déclaré dans le rapport final!

7. LE SUIVI THEMATIQUE : UN INSTRUMENT POUR VALORISER LES PROJETS EN COURS

La Commission européenne en collaboration avec les agences nationales organise des activités de suivi des projets sélectionnés et en cours de réalisation avec l'objectif de stimuler l'interaction et l'échange entre promoteurs et partenaires de projets travaillant sur le même thème (ou secteur) et de les mettre en contact avec des utilisateurs potentiels. Les soumissionnaires des projets doivent prévoir, s'ils sont retenus, de participer à des activités de suivi thématique (par exemple prévoir le coût de participation à un séminaire chaque année avec des promoteurs de projets de même domaine en vue d'échanger leurs expériences sur le contenu de leur projets et sur leurs activités de valorisation).³ De plus, ils doivent prévoir de participer une fois dans la vie de leur projet à une conférence de valorisation réunissant des promoteurs de projets et des utilisateurs potentiels. Ces frais sont considérés comme éligibles. Ces activités peuvent s'inscrire dans le plan de valorisation.

A NOTER : Les activités de valorisation d'un projet ne peuvent pas se limiter à la participation aux événements proposés par la Commission européenne et les agences nationales dans le cadre du suivi thématique! **Les premiers acteurs et les seuls responsables en matière de diffusion et d'exploitation dans un projet sont les partenaires !**

EN BREF :

Trois questions clés doivent avoir déjà trouvé une réponse et être claires pour les promoteurs avant la rédaction d'un plan de valorisation:

- **quel sera le résultat final du projet? (anticipation du résultat)**
- **à quels besoins de formation répond-t-il? (analyse des besoins ex-ante)**
- **qui sera l'utilisateur et/ou le bénéficiaire final (et potentiel) des résultats du projet? (durabilité des résultats)**

En plus un plan de valorisation doit indiquer :

- **les activités de diffusion et les activités d'exploitation (quoi ?)**
- **les moyens plus adéquats (comment ?)**

³ Actuellement les 5 thèmes sont : l'insertion socioprofessionnelle ; le développement des compétences dans les entreprises, en particulier les PME ; la qualité ; la transparence et l'e-learning. Pour plus d'informations sur le suivi thématique : http://europa.eu.int/comm/education/programmes/leonardo/new/leonardo2_fr.html

- le calendrier plus approprié et efficace (quand ?)
- les ressources disponibles (humaines et financières)

CHECK LIST
PLAN DE VALORISATION = DIFFUSION + EXPLOITATION
(section E1 des formulaires de candidature)

DIFFUSION :

- Est-ce que les activités prévues dans le plan de valorisation sont un processus continu dans le projet ?
(Les activités de valorisation commencent au début du projet à travers une planification stratégique et se poursuivent tout au long de son développement et ne s'arrêtent pas à la fin du projet)
- Est-ce que la valorisation est une responsabilité partagée entre tous les partenaires du projet ?
- Les activités de diffusion des résultats sont-elles détaillées, claires et quantifiées ?
(Exemple : nombre de personnes qui bénéficieront des activités de diffusion, pourcentage du budget consacré à la diffusion, présence d'activités de diffusion en faveur d'autres multiplicateurs de l'information, moyens de diffusion à long terme tels que articles scientifiques, actes de conférences, site Internet, commercialisation, et à plus court terme les media, séminaire, conférence, exposition etc.)
- Les activités et les moyens de diffusion choisis sont-ils adaptés et adéquats aux objectifs et aux bénéficiaires du projet ?
- Le projet prévoit-il la création d'un site Internet accessible au public et présentant les réalisations du projet ? La mise à jour du site après la fin du projet, est-elle prévue ? Comment l'accès aux résultats sera-il garanti après la fin du projet ?
- Y a t il une interaction continue entre partenaires du projet et utilisateurs finaux mais aussi potentiels des résultats ?
(Les bénéficiaires directs du projet sont aussi les destinataires des activités de diffusion, mais des activités d'information/sensibilisation des utilisateurs potentiels, décideurs politiques et/ou des acteurs clé dans le domaine d'activité du projet y compris les partenaires sociaux, sont aussi prévues).
- La diffusion est-elle prévue à différents niveaux ? (i.e. niveau local, national, européen et sectoriel à travers des relais efficaces de promotion comme par exemple des réseaux transnationaux)

EXPLOITATION :

Les activités d'exploitation des résultats sont-elles détaillées, claires et quantifiées ?

Est-ce que les utilisateurs finaux sont impliqués dans les différentes phases du projet et consultés régulièrement dans le développement du projet ?

(Leurs conseils et leurs exigences sont fondamentaux afin de créer un produit immédiatement utilisable. L'implication des utilisateurs peut avoir lieu en différents moments, par exemple déjà dans l'analyse des besoins, dans la phase test du prototype, dans l'évaluation des résultats intermédiaires et finaux. Cette implication est importante afin d'adapter les résultats et le cas échéant réorienter certaines activités du projet).

Est-ce que les besoins des utilisateurs potentiels sont pris en compte dans le développement du projet? Sont-ils informés et impliqués dans les activités ?

Est-ce que des activités de transfert des résultats du projet vers les décideurs et les acteurs de formation professionnelle sont prévues ?
(Le but final est d'atteindre l'intégration du produit dans les systèmes et les pratiques, par exemple à travers sa reconnaissance/certification, et donc l'implication du niveau politique est fondamentale pour la durabilité des résultats)

Est-ce que le projet prévoit une phase test du produit avant sa finalisation avec les bénéficiaires/utilisateurs finaux ?
(Les résultats du test doivent être pris en compte pour l'adaptation et la finalisation du produit.)

Est-ce que une mise à jour du contenu des résultats est prévue après la fin du projet ?

En général, est-ce que les activités de valorisation (diffusion + exploitation) sont clairement indiquées et quantifiées dans le budget du projet ? Est-ce qu'il y a une cohérence entre les activités de valorisation et le budget prévu ?
(A titre indicatif, entre 10 et 20% du budget devrait être consacré à la valorisation afin d'avoir un résultat efficace)

Est-ce qu'un accord entre partenaires sur les droits de propriété intellectuelle est prévu ?

(Un accord de ce type n'est pas obligatoire mais peut s'avérer utile. De toute manière il ne doit pas empêcher une future utilisation du produit par des organismes tiers, tout en respectant le droit de commercialisation du produit)

Est-ce que les produits attendus peuvent être facilement transférés et exploités dans d'autres secteurs/groupes cibles/contextes socioculturels ?

(Produit techniquement facile à être utilisé, produit intégrant une maintenance et un suivi aussi après la fin du projet, produit qui apporte de nouvelles réponses en matière de formation ; produit qui vise une cible non couverte par l'offre actuelle ; produit conçu de manière telle que l'adaptation du contenu sera facile et/ou son adaptation technologique seront faciles ; produit répondant à une problématique qui a une portée européenne ; produit disponible en plusieurs langues)

Est-ce que la participation à des activités de suivi thématique est prévue ?

A NOTER : afin d'intégrer de manière efficace la valorisation dans un projet dès sa conception, il faut y penser dans chaque de ses étapes, en particulier au moment de l'analyse des besoins et de la composition du partenariat.

ANALYSE DES BESOINS (section C1 des formulaires de candidature):

Est-ce que le projet fait une analyse ex-ante satisfaisante des besoins de formation auxquels il veut répondre ?
(La consultation des futurs bénéficiaires et des futurs utilisateurs des résultats du projet est fondamentale dans cette phase)

Est-ce que le projet fait preuve d'une analyse précise de l'état de la situation sur le thème du projet ?
(Cela est important afin de montrer sa valeur ajoutée et éviter toute redondance ; une analyse selon le modèle SWOT⁴ pourrait être utile dans cette phase)

PARTENARIAT (section D des formulaires de candidature):

Est-ce que le projet prévoit un partenariat stable ? Est-ce que le partenariat se base sur une co-opération déjà existante ?

⁴ SWOT = strengths, weaknesses, opportunities, threats (planification des activités après identification des points forts, des faiblesses, des opportunités et des risques liés au projet, aux partenaires et aux conditions externes)

(i.e. s'inscrivant dans une logique à moyen et long terme de collaboration entre partenaires)

Est-ce que le partenariat est multi acteur et prévoit en particulier l'association (directement ou à travers des relais fiables) des décideurs et des acteurs de la formation professionnelle les plus représentatifs y compris les partenaires sociaux ?

Est-ce que le partenariat comprend au moins un organisme représentatif des institutions censées intégrer les résultats du projet dans les systèmes et les pratiques de formation professionnelle au niveau national, régional et/ou sectoriel (i.e. les utilisateurs des résultats) ?

Est-ce les partenaires du projet peuvent démontrer leur capacité et volonté de garantir un suivi des résultats après la fin du projet ? (i.e. mise à jour, utilisation, diffusion continue, transfert etc.)

Y-a-t-il des partenaires ayant une expérience professionnelle en matière de diffusion/publication/édition/communication ?
(Même si la responsabilité en matière de diffusion est partagée entre tous les partenaires)