



## ANNEXE 1

*À chaque partenaire MEDA*

### ***Compte-rendu des actions menées pour implémenter le projet et pour faire tourner le budget***

#### ***1. Engagement et organisation intérieure***

*Indiquez comment vous avez organisé intérieurement la gestion du projet (15 lignes max)*

*Pour chaque personne du personnel engagée dans le projet indiquez s.v.p. : nom et fonction dans le projet*

<i>Prénom, Nom de famille</i>	<i>Fonction</i>	<i>Notes</i>

*Indiquez comment l'engagement politique a été formé (Avez-vous impliqué le Conseil municipal? Combien de fois? Quelles ont été ses réactions? max 20 lignes)*

#### ***2. Implémentation de la méthodologie***

*Indiquez comment vous avez tenu en compte la méthodologie qui a été rédigé par Valence, avec l'accord de ReCS, et que vous avez adapté à votre situation locale.*

*Indiquez comment vous avez sélectionné les priorités politiques à être traitées avec STREAM Cities compte tenu des points de faiblesse et de force de votre situation géographique, économique, et sociale.*

*Indiquez notamment:*

- les secteurs d'activité à être adressés (tourisme, artisanat, etc. – 10 lignes)*



<i>Secteur d'activité</i>	<i>Note</i>

- *les sujets les plus importants comme professionnels, employés, commerces, catégories, institutions, que vous avez impliqués pour un échange d'opinions, pour connaître leurs préoccupations, pour répondre à leurs attentes. (Il est important de les réunir pour atteindre les buts de votre projet stratégique, un projet capable d'améliorer leur environnement, leur situation de travail, leur position, leur bien-être, etc.) Max 30 lignes*
- *les buts que vous voulez réaliser d'ici juin 2010 par l'implémentation de votre projet stratégique et les attentes que vous avez du rôle actif des catégories principales qui participent (Max 30 lignes)*

### *3. Implémentation du projet*

*Indiquez s.v.p. :*

- *si vous avez élaboré et proposé des questionnaires aux parties prenantes principales,*
- *si vous avez organisé des réunions avec eux, combien et avec quels résultats,*
- *si vous avez informé les citoyens ou groupes cible avec dépliants, brochures, photocopies, etc.*

*Indiquez s.v.p. :*

- *si, à la fin de la première phase du processus consultatif, vous avez élaboré le document qui décrit votre "Projet stratégique"*
- *s'il a été discuté par les politiques impliqués dans le projet STREAM Cities*
- *si le document a été approuvé*
- *s'il a été présenté et discuté avec les parties prenantes principales*
- *s'il a été présenté aux citoyens lors d'un débat public; comment a été la participation, les réactions etc. (n'oubliez pas que cette action doit être accomplie d'ici le mois de décembre 2009)*

*En outre, indiquez pour chacune de ces actions quand elle a été menée ou le moment quand elle sera menée, si pas déjà accomplie. (max 35 lignes)*



*On vous rappelle que les activités suivantes doivent être accomplies d'ici la fin du mois de septembre 2009:*

- 1. organiser une réunion participative locale pour consulter les parties prenantes locales et examiner leurs besoins et leurs remarques. Les participants doivent être des parties prenantes concernées (sujets économiques et sociaux, organisations d'employés etc.) et des représentants municipaux ;*
- 2. l'équipe du projet de chaque partenaire MEDA doit organiser des groupes intérieurs de travail au sein de la municipalité avec la participation des différents départements concernés par les stratégies de développement urbain (tourisme, soutien aux PME, jeunesse etc.);*
- 3. suite aux réunions intérieures et participatives locales, chaque partenaire MEDA doit rédiger un Rapport de ce qui a émergé de ces réunions, quels sont les défis à être relevés, quel sont les secteurs à être développés. Ce document sera un premier brouillon du plan/projet stratégique qui sera présenté lors de la réunion publique de lancement d'ici le mois de décembre 2009.*
- 4. remplir au moins les Annexes I et II de la méthodologie (n'oubliez pas que le questionnaire n'est ni obligatoire dans toutes ses parties, ni une énumération fermée, vous pouvez choisir les aspects que vous considérez les plus pertinents). Les données sont très importantes pour l'implémentation du projet.*



### **3. Utilisation et justification du budget**

***Compte tenu que chacune des actions ci-dessus représente un coût dans le budget à votre disposition, on vous rappelle que vous devez dépenser toutes les lignes budgétaires et les montants d'ici le premier semestre 2010, en justifiant les dépenses à la fin de chaque semestre de façon cohérente avec les actions menées.***

***Pour le moment - juillet 2009 – vous devez justifier tous l'argent dépensé à partir du début du projet jusqu'au 30 juin 2009 dans les différentes lignes budgétaires (exception faite pour les réunions générales). Il vaut mieux justifier tout ce que vous pouvez, car si vous, maintenant, ne justifiez rien, vous ne recevrez pas le montant dont vous disposez virtuellement dans votre budget.***

***Pour bien le faire, suivez ces conseils s.v.p. :***

***Indiquez et justifiez***

- a) Le coût journalier pour chaque personne du personnel intérieur au point 1. S'il y a des experts extérieurs, produisez une lettre où vous les nommez en indiquant leur rôle et fonction précisément. N'oubliez pas que vous devez aussi justifier toutes les dépenses pour les salaires du personnel à partir du début du projet jusqu'au mois de juin 2009.***

***Indiquez et justifiez avec des factures (à joindre à l'annexe 4) de façon cohérente avec les actions menées à partir du début du projet jusqu'au 30 juin 2009:***

- b) les dépenses soutenues pour:***
- imprimer les dépliants, les manifestes, photocopies, le loyer des salles pour les réunions, autres dépenses pour organiser des différentes réunions, avec la participation des partenaires et des parties prenantes***
  - recherches/études sur la situation économique et sociale de votre région et sur les secteurs économiques, notamment des secteurs concernés par le projet stratégique;***
  - élaborer les questionnaires, lire et analyser les données etc.***
  - acheter un ordinateur portable***
  - acheter des espaces commerciaux sur les journaux etc.***