

GUIDE

sur la **Mesure**
et l'**Évaluation**
(M&E) d'**Impact**
à destination
des associations



ISD

Innover contre
l'extrémisme, la haine
et la désinformation

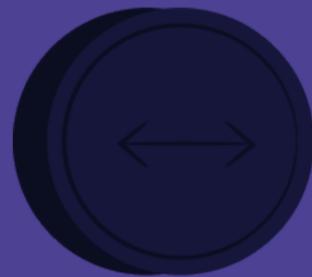
Pourquoi la **Mesure** et l'**Évaluation (M&E)** d'**Impact** sont-elles essentielles ?

Face à la montée des phénomènes d'extrémisme, de désinformation et de polarisation, de nombreux programmes de contre-discours, de riposte citoyenne et d'Éducation à la citoyenneté numérique ont vu le jour en France. La Mesure et l'Évaluation (M&E) de ceux-ci est de fait nécessaire afin de démontrer, d'une part, leur impact et leur efficacité et, d'autre part, être à même de tirer des leçons de ce qui fonctionne parfaitement ou de ce qui dispose encore de marges de progression pour y remédier en termes de programmation future.

Dans un contexte où les sources de financement sont de plus en plus diverses, la mise en avant de mesures d'impact robustes est un critère de sélection et d'attribution déterminant du point de vue les bailleurs de fonds. De fait, pouvoir démontrer l'efficacité des projets en se basant sur des méthodes éprouvées est désormais un défi de première importance pour les associations de la société civile. Cependant, par manque de temps, de ressources ou d'outils adéquats, l'étape de M&E est souvent négligée, voire totalement ignorée. Afin de maximiser le processus de M&E, il est important que celui-ci soit planifié depuis le début.

UNE BONNE STRATEGIE DE M&E EFFICACE PERMET DE :

- **Mesurer l'efficacité** des projets menés par rapport aux buts et objectif de départ,
- **Comprendre l'impact** de ces activités sur la société ou sur le public cible,
- **Modifier ou ajuster** le projet au fur et à mesure de la mise en œuvre de celui-ci,
- **Tirer des leçons** du projet pour les programmes futurs et ainsi
- **Démontrer la crédibilité** de votre structure auprès des bailleurs de fonds.



Étapes de la Mesure et de l'Évaluation (M&E) d'Impact



1 ÉLABORER UNE THÉORIE DU CHANGEMENT

Une **théorie du changement** permet de planifier votre projet en détaillant le processus par lequel celui-ci pourra produire des changements et ainsi répondre à vos objectifs. Élaborer une théorie du changement vous permettra d'identifier la problématique à laquelle votre projet cherche à répondre.

La théorie du changement répond aux questions suivantes :

- *Quels sont les objectifs du projet ?*
- *Qu'est-ce que le projet cherche à accomplir ?*
- *Que doit-on réaliser pour que le projet ait l'impact souhaité ?*

Les objectifs de votre projet sont étroitement liés à votre théorie du changement.

Il est donc primordial de définir des objectifs atteignables en parfaite cohérence avec votre théorie du changement.

LES OBJECTIFS

DE VOTRE PROJET

DOIVENT ÊTRE :

- **SPÉCIFIQUES** et non abstraits.
Par exemple, l'objectif spécifique n'est pas de « combattre la désinformation auprès des jeunes » mais plutôt de « mener une série de dix ateliers auprès d'un public 15-17 ans sur le thème de la désinformation ».
- **MESURABLES**. Ceci est essentiel pour pouvoir déterminer, à l'aide d'indicateurs (voir ci-dessous), si ces objectifs ont été remplis
- **RÉALISTES**. Vos objectifs doivent prendre en compte vos ressources financières et humaines et être définis en conséquence.

2 DÉTERMINER DES MESURES D'IMPACT

Définir des indicateurs pour mesurer l'impact d'un projet est une étape clé pour comprendre et évaluer la portée des activités conduites dans le cadre d'un projet.

Le choix d'un indicateur est directement lié au type d'activité qui est conduit au cours du projet.

Qu'est-ce qu'un indicateur ?

Un indicateur est une variable de mesure censée évoluer entre le début et la fin du programme. L'unité de mesure utilisée doit pouvoir diminuer et augmenter au cours de la vie du projet en fonction de l'efficacité constatée de celui-ci. Ainsi, un indicateur permet de **déterminer si les objectifs** (quantitatifs ou qualitatifs) **définis au début du projet sont atteints**.

→ **Les indicateurs quantitatifs**, qui sont censés être objectifs, mesurent (sous formes de chiffres, pourcentages ou ratios) des quantités ou des montants.

Exemples d'indicateurs quantitatifs :

- *Métriques d'engagement sur les réseaux sociaux,*
- *Niveau d'engagement avec du contenu envoyé par une newsletter (nombre de consultations de la newsletter) et*
- *Mesures d'engagement sur le site Internet.*

→ **Les indicateurs qualitatifs** sont, eux, plus subjectifs. Ils représentent généralement des données attitudinales ou expérientielles. Par conséquent, ils sont plus difficiles à organiser, analyser et comparer. Néanmoins, l'utilisation de méthodes comme les échelles, l'analyse de contenu ou l'observation systématique permet de quantifier la plupart des données qualitatives.

Exemples d'indicateurs qualitatifs :

- *Témoignages de participants à une activité,*
- *Sentiments d'une personne exposée à un certain contenu de mieux maîtriser la thématique discutée.*

NB: Il est recommandé d'utiliser, au cours de la phase d'évaluation de projet, deux ou trois indicateurs par objectif, en mobilisant à chaque fois des indicateurs faisant appel à des données qualitatives et quantitatives. Cette méthodologie, dite « mixte », permet de combiner les avantages de ces deux genres d'indicateurs et de compenser les éventuelles limites des deux types de données avec une compréhension plus exhaustive de l'impact des activités du projet.

QUESTIONS POUR

AIDER À PENSER

UN INDICATEUR

- Quelles sont les données les mieux adaptées à l'activité conduite pour mesurer son impact ?
- Comment mesurer la portée (participants ou personnes touchées), l'engagement (réponses des personnes touchées) et l'impact (effet à long terme sur les participants) d'un projet ?
- Comment adapter les indicateurs d'impacts audiences clés ?
- À quel type d'indicateurs les différentes audiences (décideurs politiques, organisations de la société civile, secteur privé) prêtent-elles le plus attention ?

3 CHOISIR UNE MÉTHODOLOGIE DE MESURE ET D'ÉVALUATION D'IMPACT

Une fois choisi le type de données que vous voulez mesurer puis évaluer, plusieurs méthodologies de mesure et d'évaluation d'impact peuvent être utilisées :

OUTILS ANALYTIQUES INTÉGRÉS AUX PLATEFORMES DE RÉSEAUX SOCIAUX

Les moteurs de recherche et plateformes de réseaux sociaux offrent des outils analytiques pour le suivi de campagnes ou encore mesurer le trafic sur une page Internet. C'est le cas d'outils comme

- [Google Analytics](#),
- [Twitter Analytics](#) ou encore
- [Facebook Business Suite](#).

OUTILS D'ÉCOUTE DES RÉSEAUX SOCIAUX

Les outils d'analyse des réseaux sociaux permettent de mesurer le niveau d'interaction avec les contenus produits dans le cadre de votre projet, y compris le nombre de vues, commentaires ou partages sur des contenus en ligne. Exemples d'outils d'analyse des réseaux sociaux :

- [Brandwatch](#),
- [CrowdTangle](#).

Malheureusement, ces outils sont souvent coûteux et peuvent donc être difficiles d'accès. Il est donc expressément recommandé d'en tenir compte au moment d'établir vos budgets et d'envisager, si nécessaire, des partenariats en fonction des activités prévues.



IL EXISTE NÉANMOINS DES OUTILS ENTIÈREMENT OU PARTIELLEMENT GRATUITS :

TWEETDECK :

outil qui permet un suivi centralisé ou segmenté de comptes Twitter, mots-clés et mots-dièse

HOOTSUITE :

outil qui fonctionne comme TweetDeck et permet, en sus, d'agréger des données d'autres plateformes comme Facebook, Instagram et YouTube

SMAT :

outil qui permet de suivre des mots-clés sur plusieurs plateformes

TWEETREACH :

outil qui fournit des statistiques sur la portée de comptes Twitter et de tweets particuliers.

SONDAGES EN LIGNE

La conduite de sondages en ligne auprès du public cible du projet peut être un moyen efficace pour recueillir des données aussi bien quantitatives que qualitatives. Les sondages peuvent, par exemple, être utilisés pour poser des questions ouvertes et/ou recueillir des commentaires qualitatifs détaillés en plus de données quantitatives.

Cependant, recueillir suffisamment de réponses à un sondage peut être un défi en raison de la multiplication des sondages pour lesquels les internautes sont sollicités, sans cesse. C'est pourquoi, il est préférable d'aborder les sondages comme un complément à d'autres types de méthodes de récolte de données.

Si vous choisissez de conduire un sondage, gardez en tête les éléments suivants :

- **Chaque question de votre sondage doit être liée à un des objectifs de votre projet ;**
- **En plus d'un sondage de fin de votre projet, pensez à proposer un sondage avant-projet ! L'étude conjointe de ces deux sondages vous permettra de mesurer l'évolution de votre public cible.**

ENTRETIENS QUALITATIFS DÉTAILLÉS

Des entretiens qualitatifs détaillés avec votre public cible, en présentiel ou en ligne, permettent d'obtenir des informations plus poussées sur l'impact de votre projet ainsi que des retours qualitatifs fins. Afin de maximiser l'impact d'entretiens qualitatifs, il est préférable de poser des questions ouvertes et de veiller à ce que la même série de questions soit posée lors de chaque entretien.

FOCUS GROUP (OU GROUPE REPRÉSENTATIF DE DISCUSSION)

Le *focus group* consiste à interroger différents représentants du public cible en même temps. Il se distingue ainsi des entretiens individuels. Le *focus group*, qui permet aux participants d'échanger et de confronter des idées, offre des enseignements qualitatifs plus profonds et exacts que des entretiens individuels. En effet, les dynamiques de groupes du focus group font émerger des détails ou commentaires qui seraient omis lors d'entretiens individuels. Comme les entretiens individuels, ils peuvent être conduits en ligne ou en présentiel.

ETUDE DE CAS

CONTEXTE

Dans le cadre de l'Initiative pour le Courage Civique en Ligne, le collectif citoyen «Reparlons Jihad» a déployé la campagne de contre-discours « Et toi, le Jihad ».

Cette campagne avait pour but de **s'adresser sur les réseaux sociaux aux jeunes en proie à des idéologies islamistes**. Au moment où cette campagne a été déployée (2018), environ **1 900 jeunes** depuis **2014** avaient quitté la France pour rejoindre l'Etat Islamique en Syrie. «Et toi, le Jihad» a été une campagne de contre discours en ligne sur Facebook à travers laquelle une série de posts portant sur l'Etat Islamique a été créée.

Cette campagne a eu pour audience cible **les jeunes de 16 à 25 ans** vivant en France et portant un intérêt à la guerre en Syrie, suivant des influenceurs islamistes ou certaines pages humanitaires en lien avec ces sujets.

METHODE D'EVALUATION

Afin de comprendre l'impact de cette campagne, plusieurs types d'indicateurs ont été retenus. L'impact de cette campagne a été mesuré sur une période définie (entre mai et juillet 2018). Des métriques quantitatives et qualitatives ont été utilisées pour évaluer la portée de cette campagne en ligne.

DONNÉES QUANTITATIVES :

Plusieurs données ont été retenues afin de mesurer l'impact de la campagne sur Facebook :

- **Les vues,**
- **L'engagement (nombre de commentaires, réactions, partages) et**
- **Le taux d'engagement.**

DONNÉES QUALITATIVES :

Afin de mieux comprendre les réactions des personnes ayant été exposées à la campagne, une analyse des commentaires générés par la campagne a été effectuée.

Campagne en ligne "Et toi, le Jihad?"



IMPACT

- Cette campagne a été visionnée par **6.3 millions de personnes sur Facebook** et a reçu **363 888 engagements directs** sur Facebook.
- Le **taux d'engagement de cette campagne en ligne a été de 8.5%** (comparé à une moyenne de **5%** sur Facebook).
- L'analyse des commentaires a révélé que **68% des engagements de cette campagne étaient positifs** et **88% des messages reçus sur Facebook Messenger soutenaient cette campagne.**

POINTS A RETENIR

- **Une minorité de commentaires récoltés soutenaient une idéologie extrémiste. En effet, «Reparlons Jihad» a mis en place une modération active afin de s'assurer que ce type de contenu ne s'infilte pas dans les commentaires.**
- **De plus, une partie de l'audience touchée par cette campagne a modifié son comportement en ligne: des personnes exposées à cette campagne ont ainsi commencé à signaler des contenus extrémistes.**

ETUDE DE CAS

CONTEXTE

Depuis 2017, l'ISD mène plusieurs programmes d'éducation à la citoyenneté numérique à destination des jeunes. Ces programmes d'intervention visent à sensibiliser les jeunes aux risques auxquels ils font face dans leur utilisation d'internet et à enseigner des bonnes pratiques pour garantir leur sécurité en ligne. C'est notamment le cas des deux programmes → **Be Internet Citizens** et → **Young Digital Leaders** menés au Royaume-Uni et dans plusieurs pays européens avec le soutien respectif de YouTube et Google. Ils comprennent à la fois la création et la diffusion de ressources pédagogiques clés-en-main, mais aussi des formations à destination des professeurs, des élèves et de leurs parents.

METHODE D'ÉVALUATION

Dans le cadre de la mise en œuvre de ces programmes, **l'ISD a souhaité démontrer de manière tangible leur impact auprès des élèves**. Pour ce faire, chaque programme s'est accompagné d'un cadre de mesure et d'évaluation d'impact. Au cours des premières séances de formation en 2017, ce cadre était simple. Il comprenait une enquête distribuée aux participants du programme, avec quelques questions visant à tester les objectifs du projet sur une échelle d'un à cinq. Ces enquêtes nous ont fourni de précieux enseignements quant à l'impact de notre programme, nous permettant, par exemple, de déterminer dans quelle mesure les participants se sentaient confiants dans la maîtrise de concepts clés du programme (sécurité en ligne, infox, manipulation émotionnelle).

Au fil du temps, **nous avons élaboré un cadre (toujours perfectible) de plus en plus sophistiqué pour mieux capter l'impact de nos programmes et conduire une évaluation robuste**. Les principales étapes de ce cadre sont :

- Une **enquête avant et après l'intervention** nous indique comment la confiance, les connaissances et le comportement des participants ont changé pendant l'intervention. NB : sans un groupe de comparaison, il est difficile de définir l'attribution des évolutions et de montrer qu'une intervention est bien à l'origine de ce changement.

Evaluation d'impact de l'ISD dans le domaine de l'éducation à la citoyenneté numérique

À NOTER

- Un **groupe de comparaison** établit un référentiel qui permet de savoir si l'impact du programme sur les participants peut être attribué à notre intervention. Le groupe de comparaison doit recevoir, en même temps, la même enquête que les participants du programme mais ne doit avoir aucune interaction avec le programme.
 - Si l'enquête contient des **questions de confiance et de connaissance**, les résultats seront plus précis. Initialement, nos enquêtes demandaient aux participants s'ils avaient confiance en leurs capacités à comprendre les concepts clés du programme. Au fil du temps, nous avons ajouté des questions de connaissance afin de tester, concrètement, l'acquisition de connaissances auprès des participants sur ces concepts. Si poser ce type de questions requiert du temps, les enseignements tirés sont plus judicieux et génèrent moins de risques de surévaluation.
 - Après implémentation du programme, une **enquête longitudinale** permet de démontrer l'impact de notre intervention sur le long terme. Nous avons ainsi pour habitude d'envoyer des enquêtes aux participants trois et six mois après le programme afin de déterminer si les participants ont retenu les connaissances acquises et adapté leurs comportements en ligne à la suite du programme.
- **Des questions démographiques** (quand cela est possible et autorisé) peuvent montrer si votre programme a un impact inégal chez les participants (meilleur impact auprès des femmes ou des hommes, ou auprès d'une certaine tranche d'âge).
 - **L'analyse statistique** est la meilleure technique pour montrer que les résultats du programme évalué ne sont pas dus au hasard. Si vous avez accès à un logiciel statistique (comme SPSS ou Stata), utilisez-le pour évaluer votre impact.
 - **Un groupe de discussion (focus group)**, en complément d'une enquête, fournit des enseignements qualitatifs sur l'impact du programme. Il s'organise généralement après l'intervention. Les retours qualitatifs glanés auprès des participants sont susceptibles de faire émerger des résultats inattendus et compléter les résultats quantitatifs. L'organisation de focus group avec un public cible peut également s'envisager pour tester des ressources ou des contenus et préparer une stratégie de campagne ou les formats d'un programme éducatif en amont de son lancement.



ETUDE DE CAS



Evaluation d'impact de l'ISD dans le domaine de l'éducation à la citoyenneté numérique

IMPACT

Les enseignements que nous avons pu tirer de nos évaluations au fil des années nous ont permis d'améliorer nos programmes d'éducation à la citoyenneté numérique en répondant mieux aux besoins des élèves et aux questions de leurs enseignants et en démontrant l'efficacité du programme à ceux qui souhaiteraient utiliser sa méthodologie. Enfin, ce type d'évaluation est un précieux atout à valoriser auprès des bailleurs de fonds à qui il convient de justifier l'impact concret des programmes qu'ils financent.

Avec la méthodologie d'évaluation adoptée, l'ISD a pu démontrer que les ateliers du programme **Young Digital Leaders** avaient conduit aux changements suivants :

- des élèves ayant participé aux ateliers ont déclaré être plus confiants dans leur capacité à comprendre le phénomène de « **chambre d'écho** »,
- des élèves ont déclaré être plus confiants dans leur capacité à comprendre le phénomène de « **bulle de filtre** »,
- des élèves ont démontré une maîtrise accrue du partage de contenus en ligne et du **comment aborder des contenus** qu'ils reçoivent.

Avec le programme **Be Internet Citizens**, nous avons pu démontrer que :

- des adolescents étaient confiants dans leur capacité à **identifier de fausses informations** en ligne (par rapport à 78% avant le programme),
- des adolescents étaient confiants dans leur capacité à **comprendre le concept de « bulle de filtre »** (par rapport à 14% avant le programme).

ETUDE DE CAS

CONTEXTE

Time to Act est un programme mené par EXIT UK, une association britannique mise en place par d'anciens membres de groupe d'extrême droite radicale qui luttent pour le désengagement des militants d'extrême droite.

Dans le cadre de ce projet, EXIT UK avait pour objectif de fournir des formations, des ressources et un soutien aux Londoniens exposés à des messages et tentatives de recrutement de l'extrême droite.

S'appuyant sur un projet pilote mené en 2018 intitulé « *London: It's Time to Talk* », Time to Act a offert des sessions de formation ainsi qu'un soutien en ligne aux communautés locales de Londres. Dans le cadre de Time to Act, EXIT UK a travaillé avec **583 bénéficiaires** dans la région londonienne et mis en œuvre **45 sessions de formation**. L'ISD a mené une évaluation d'impact de ce projet dans le cadre du programme Shared Endeavour Fund.

Les objectifs du projet étaient les suivants :

- **Sensibiliser les communautés locales aux discours et tactiques utilisés par l'extrême droite radicale dans leur quartier,**
- **Accroître la capacité des participants à identifier les discours d'extrême droite radicale et les signes avant-coureurs potentiels de radicalisation,**
- **Encourager plus de Londoniens à répondre ouvertement aux individus qui expriment des idées d'extrême droite radicale en personne.**

« Time to Act » (EXIT UK)

METHODE D'ÉVALUATION

La méthodologie d'évaluation adoptée a été conçue pour évaluer la capacité du projet à répondre à ces objectifs et a mobilisé plusieurs types de mesures d'impact :

- **La distribution d'une enquête pré et post formation pour évaluer la confiance et les connaissances des participants par rapport aux concepts clés du projet. NB : en raison de contraintes de temps, cette enquête a été distribuée aux participants aux sessions de formation dans la deuxième moitié du projet ;**
- **Les bénéficiaires ont été invités à répondre aux sondages pré et post-formation en ligne via la plateforme SurveyMonkey. Le pré-sondage devait être rempli lors de l'inscription aux sessions de formation et l'enquête post-sondage a été envoyée après l'événement (questionnaire élaboré conjointement par l'ISD et EXIT UK),**
- **L'enquête préformation a reçu 233 réponses et l'enquête post-formation 189. Les résultats ont été analysés à l'aide du logiciel SPSS. Des changements statistiquement significatifs ont été identifiés à l'aide des tests U de Mann-Whitney.**

- **Pour compléter les résultats de ces deux enquêtes, une enquête complémentaire a été envoyée aux 583 bénéficiaires des sessions de formation afin de déterminer si certains avaient rencontré des personnes exprimant des idées extrémistes de droite depuis la fin de la formation et s'ils avaient tenté de défier ces personnes. 35 participants ont répondu à cette enquête, dont deux avaient fait face à ce scénario.**



ETUDE DE CAS

« Time to Act » (EXIT UK)

IMPACT

→ **OBJECTIF 1: Sensibiliser les communautés locales aux discours et tactiques utilisés par l'extrême droite radicale dans leur quartier**

À la fin du programme, les bénéficiaires ont noté une amélioration significative de leur capacité à comprendre les discours et activités de l'extrême droite radicale. Le pourcentage de personnes affirmant avoir une maîtrise de ces sujets est passé de **60%** dans la pré-enquête à

91% dans la post-enquête. La maîtrise du sujet a été évaluée en utilisant une échelle de notation de 1 à 5 avec l'affirmation suivante :

« J'ai une connaissance du paysage de l'extrême droite radicale au Royaume-Uni ».

→ **OBJECTIF 2: Accroître la capacité des participants à identifier les discours d'extrême droite radicale et les signes avant-coureurs potentiels de radicalisation.**

Le pourcentage de bénéficiaires qui pensaient pouvoir identifier les signes avant-coureurs de la radicalisation est passé de **52%** dans l'enquête préalable à **88%** dans la post-enquête, soit une augmentation de **69%**.

Dans son rapport, EXIT UK a inclus une illustration concrète de changement provoqué par la formation (via le témoignage d'un participant) qui a permis de renforcer les données statistiques de l'enquête.

« Un bénéficiaire nous a parlé de sa préoccupation pour son fils après avoir reconnu certains des comportements et discours décrits dans la formation, lesquels pouvaient laisser penser qu'il s'identifiait à et adhérait à certaines idées d'extrême droite radicale. En parlant avec l'animateur de la formation, le parent a déclaré qu'il se sentait motivé à parler avec son fils et à essayer de lui offrir des points de vue alternatifs aux récits qu'il exprimait ».

→ **OBJECTIF 3: Encourager plus de Londoniens à répondre aux individus qui expriment des idées d'extrême droite radicale en personne**

À la fin des sessions de formation, la plupart des bénéficiaires se sentaient plus confiants dans leur capacité à remettre en question les discours d'extrême droite radicale, même lorsque ceux-ci provenaient d'amis proches ou de parents. **85%** des participants au projet ont déclaré qu'ils sauraient quels arguments utiliser pour contrer une propagande d'extrême droite radicale, **91%** ont déclaré qu'ils se sentiraient apte à défier des amis proches ou des parents exprimant des opinions d'extrême droite radicale et **93%** ont affirmé qu'ils voudraient défier leurs amis et leurs familles s'ils les adoptaient.



NO JUDGEMENT, JUST SUPPORT

Get help leaving the far right
and rebuild your life.

Liste de ressources sur la Mesure et l'Évaluation (M&E) d'Impact

RESSOURCES	AUTEUR	LANGUE	LIENS 
Initiative pour le Courage Civique en Ligne (OCCI): Dossier d'informations sur l'engagement de contre-discours	<i>ISD</i>	Français / Anglais / Néerlandais Arabe / Ourdou	https://www.isdglobal.org/wp-content/uploads/2017/10/OCCI-Counterspeech-Information-Pack-French.pdf
Boîte à outils de campagne Guide de Suivi et d'Évaluation (S&E)	<i>ISD</i>	Français	https://www.campaigntoolkit.org/fr/resources/campaign-toolkit-monitoring-and-evaluation-guide-me/
Education à la citoyenneté Numérique: Guide de conception de programme	<i>ISD</i>	Français / Anglais	https://www.isdglobal.org/wp-content/uploads/2020/04/2020_04_02-YDL-Toolkit-Digital-FR.pdf
The Counter-Narrative Monitoring & Evaluation Handbook	<i>ISD</i>	Anglais	https://www.isdglobal.org/isd-publications/the-counter-narrative-monitoring-evaluation-handbook/
The Impact of Counter-Narratives	<i>ISD</i>	Anglais	https://www.isdglobal.org/isd-publications/the-impact-of-counter-narratives/
The Counter-narrative Handbook	<i>ISD</i>	Anglais	https://www.isdglobal.org/isd-publications/the-counter-narrative-handbook/
Education à la citoyenneté numérique: enseignements du projet Sens Critique	<i>ISD</i>	Français / Anglais	https://www.isdglobal.org/isd-publications/building-digital-citizenship-in-france-lessons-from-the-sens-critique-project/
Livret 4: Guide en 10 étapes pour réaliser le suivi et l'évaluation de la participation des enfants Save the Children's Resource Centre	<i>Save the Children</i>	Français	https://resourcecentre.savethechildren.net/pdf/me_toolkit_booklet_4_french.pdf
INTRAC, The M&E Universe	<i>INTRAC</i>	Anglais	https://embed.kumu.io/021fdb0ed0fa67c879a13e7eff70ce8c#me-universe
Gled Management for International Assistance Programming at Global Affairs Canada: A How-To Guideobal Affair Canada, Results-Bas	<i>Global affairs Canada</i>	Anglais	https://www.international.gc.ca/world-monde/assets/pdfs/funding-finance-management/results_based_management-gestion_axee_resultats-guide-en.pdf
Frankel & Gage, M&E Fundamentals: A Self-Guided Mini-Course	<i>MEASURE Evaluation</i>	Anglais	https://www.measureevaluation.org/resources/publications/ms-07-20-en/at_download/document
World Bank, Ten Steps to a Results-Based Monitoring and Evaluation System	<i>Banque mondiale</i>	Anglais	https://www.oecd.org/dac/peer-reviews/World%20bank%202004%2010_Steps_to_a_Results_Based_ME_System.pdf
International Federation of the Red Cross, Project/ Programme Monitoring and Evaluation Guide	<i>Croix Rouge</i>	Anglais	http://www.managingforimpact.org/sites/default/files/resource/2011200820ifrc20-20project20or20programme20m26e20guide.pdf
NPC, Creating Your Theory of Change: NPCs Practical Guidance	<i>New Philanthropy Capital</i>	Anglais	https://www.thinknpc.org/wp-content/uploads/2018/07/Creating-your-theory-of-change1.pdf
OECD, Glossary of Key Terms in Evaluation and Results-Based Management	<i>OCDE</i>	Français / Anglais / Espagnol	https://www.oecd.org/dac/evaluation/2754804.pdf

