**La note de cadrage de l’association PERLINPINPIN**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Éléments de la note de cadrage** | **Spécifications** | **Proposition à partir de l’exemple** |
| **1. Burning platform** (Pourquoi ? Quelle est l’urgence/ la nécessite vitale ) | Origine du besoin de changement : éléments principaux permettant de justifier le changement | Les salarié.es et bénévoles sont fatigué.es et expriment des difficultés multiples et récurrentes :   * surinformation * manque de visibilité des circuits de comm et de décision * démultiplication d’outils non utilisés * manque de réactivité collective   Les bénévoles en responsabilité sont de plus en plus âgé.es et non renouvelé.s et les bénévoles actifs sur des action concrètes ne s’engagent pas dans le portage associatif.  => Risque proche d’épuisement collectif ! |
| **2. Constat (Périmètre)** | Éléments principaux matérialisant le cœur du chantier de changement = périmètre du chantier de changement | Le changement prioritaire est celui de la communication interne. Ce chantier renforcera celui qui a été mené sur la gouvernance. Le cœur du chantier porte donc sur :   * la communication avec les bénévoles * la communication au sein de la gouvernance   C’est à partir de la réussite de ce changement que celui sur la communication externe se pensera et construira (y compris le site web et les newsletter). |
| **3. Résultats attendus (Quoi ?)** | Résultats décrits concrètement en termes de livrables finaux du projet/ Par exemple : un système d'information, un organigramme d'une nouvelle organisation, un processus redéfini **"A l'issue du changement nous aurons entre les mains"** | Un nouveau système de communication, d’information et de partage interne :   * une pratique “quasi Zéro mail” - tous les échanges se font via une messagerie interne. * tous les fichiers sont accessibles par l’ensemble des personnes concernées (via un cloud) * une “gare centrale” de l’association est en place (espace en ligne qui pointe vers l’ensemble des outils et flux et permettent de comprendre “où se passe quoi ? “) * 100 % des solutions techniques choisies et déployées sont en licence libre |
| **4. Gains attendus** | Objectifs métiers du projet  Objectifs financiers, relationnels, clients.  La question "Pourquoi fait-on ce projet ? " | La transformation en profondeur des façons de communiquer et de s’informer au sein de l’association permet de gagner :   * apaisement des salariées et bénévoles du “noyau dur” / 100 % des réunions font l’objet de CR partagés * implication renforcée des bénévoles occasionnels / 30 % de renouvellement du CA * simplification des accès aux informations et outils / max 3 appels / mois à la chargée de la vie associative sur l’emplacement de fichiers * mise en cohérence de la gouvernance et de ses outils / 100% des membres du CA ont participé à un atelier de prise en main * mise en cohérence du projet associatif et des ses outils / 60% des outils utilisés au quotidien sont des communs numériques |
| **5. Risques perçus** | Recenser les risques qui peuvent advenir dans la conduite du projet de changement et nécessite d'être intégrés dans le plan d'action | * changement important des habitudes (pratiques, façons de faire, culture, etc) des salariés et les bénévoles = “pourquoi changer ce qui ne marche pas ?” * manque de ressources techniques et argumentatives sur le LL en interne, voir attachement à la “qualité perçue” des solutions propriétaires * difficultés à percevoir les enjeux stratégiques, politiques et pratiques à passer sur des logiciels libres * pratiques numérique peu développées pour certains membres * inquiétudes exprimées d’une démultiplication des outils * manque de lisibilité sur les enjeux, les résultats attendus, les phases intermédiaires du projet |
| **6 . Cartographie des acteurs** | La liste des acteurs du projet : qui sont ces acteurs et actrices du projet ?  Leur qualification sur 2 axes : importance au regard du projet et convergence par rapport aux directions proposées. | * L'équipe projet : la direction, deux salariées, dont une qui a une petite partie de son temps de travail sur la communication, 4 bénévoles, dont 2 informaticiennes/admin sys et s’appuie sur une apprentie, arrivée très récemment qui est présentée comme “pilote de la démarche”. * 6 salarié.es, dont des animateurs et animatrices * Bénévoles :150 bénévoles qui s’engagent sur au moins deux actions menées, une 40 aine de bénévoles actifs * Partenaires financiers : mairie, de la CAF & sponsors de proximité * Les bénéficiaires ( = familles) |