



Dispositif Local d'Accompagnement Bas-Rhin



Fédération du Club Vosgien (FCV)

(Réf. DLA : 67751 2022)

Compte-rendu de l'atelier du 22 octobre 2022

District 4, Epinal

Barbara Bay, coaching évolutionnaire

Programme de l'atelier

22 octobre 2022 à Epinal

17 participants

Démarrage : 14h – fin de l'atelier 16h30

Objectifs :

Passer un bon moment

Expérimenter le travail en atelier en intelligence collective.

Eprouver de la fierté pour son engagement

Faire un exercice de synthèse

Favoriser les recadrages, les prises de conscience

Inviter au passage à l'action.

Définir quels sont nos enjeux et défis

Définir quel changement fera une différence dans nos façons de faire.

Quelles premières petites actions peut-on mettre en place dans les jours qui viennent ?

Exercice « brise-glace »

Chacun est invité à se positionner dans la salle en fonction d'un certain nombre de questions.

Objectifs : créer la relation avec l'animateur, se mettre en mouvement, se positionner dans le groupe. Exemples : les personnes qui ont plus de 20 ans de Club Vosgien d'un côté de la salle. Les personnes nées dans le département, d'un côté de la salle, etc.

Présentation de l'atelier

Contexte du DLA

Présentation de l'intervenante

Co-engagement sur la durée de la rencontre

Désignation d'un maître du temps et d'un photographe

Explication du fonctionnement

Présentation des sujets

Consignes : mélanger les clubs aux trois tables

Désignation d'un maître de table – rôle primordial - il accueille, stimule les échanges, fera la synthèse des échanges, dessin, prise de notes, se fera le porte-parole, accepte d'être enregistré. Il restera toujours à la même table.

Ateliers

Quèsaco

Définition 15 mn

Présentation 15mn – 5 minutes pour chaque table

Quoi ?

Chaque table doit choisir un mot qui pour elle désigne l'état d'esprit du Club vosgien. Ce pourquoi on est engagé.

Objectifs :

Expérimenter le dispositif d'un brainstorming en petit groupe avec un travail de synthèse et un rapporteur.

Se reconnecter au pourquoi on est là et qui pourrait faire que d'autres nous rejoignent. Donner à entendre différents points de vue

World café

3 tables - 3 sujets / 5 personnes par table / 10 minutes à chaque table

TABLE 1

Concevez le kit d'accueil idéal pour les nouveaux membres actifs

TABLE 2

Ce dont on est fier et qu'on voudrait augmenter

Nom du projet

Impact pour soi, les bénéficiaires, la pérennité du Club vosgien

TABLE 3

Ce qu'on voudrait abandonner et pourquoi

Présentation des synthèses

Chaque maître de table présente une synthèse en 10 mn

Engagements

Chaque participant s'engage à expérimenter une nouvelle chose à l'issu de cette journée de travail et à partager les résultats de son expérimentation au collectif.

Objectifs :

Prendre des engagements concrets. Faire un premier petit pas. Prendre l'habitude

d'expérimenter de petites choses et d'en tirer des enseignements à partager au sein de son association mais aussi au niveau de la Fédération.

Valoriser les initiatives.

Chacun se mobilise par rapport à ses appétences et ses compétences.

Donner vie au futur de l'association ici et maintenant en agissant à partir de l'énergie du collectif. Toutes les actions n'ont pas à être mises en place de manière pérenne. Je vous invite, dès que cela est possible à tester des nouvelles façons de faire, de nouvelles organisations, de nouveaux sujets de manière rapide et légère afin de pouvoir les enrichir à partir de l'expérience, les transformer ou les abandonner en fonction du résultat que vous aurez observé.

Synthèse des échanges

Ce que j'ai noté : une belle énergie, de nombreuses idées et initiatives, une véritable envie de faire progresser les choses

Les mots qui parlent de nous

#bénévole

découverte

convivialité

Ce qui fait notre spécificité au Club vosgien, c'est que tous le monde est bénévole, sauf les 4 salariés de la Fédération. Vous enlevez les bénévoles, il n'y a plus de Fédération.

Besoin de clarification sur la définition de ce qui peut être attendu de la part de bénévoles par rapport à des professionnels. Est-ce qu'une tâche réalisée par un bénévole est de fait moins qualitative ? L'exigence doit-elle être moindre pour un bénévole ?

Exemple :

« Les collectivités nous demandent de répondre à leurs attentes alors que nous sommes bénévoles »

« Nous sommes soumis à tout un tas d'embarras administratifs alors que nous sommes bénévoles »

« On voudrait abandonner l'image du professionnel parce qu'on est que des bénévoles »

« Si déjà on n'est pas payé ... »

Proposition : Le bénévolat, les membres bénévoles du Club vosgien sont sa première richesse. Sa principale ressource. Comment prendre soin de cette ressource ? Comment la faire fructifier ?

Faire travailler un groupe de 3-4 personnes volontaires sur la définition du rôle de bénévole, ses droits et ses devoirs, en général et au Club vosgien en particulier – recommande-t-on par exemple au niveau fédéral une prise en charge des frais – frais de déplacement, frais de bouche. Le sujet fait débat. Être bénévole c'est quoi ? Bénévolat = amateurisme ?

Quels sont les principaux facteurs de motivation et d'implication d'une personne qui s'engage bénévolement au Club vosgien ? Elle doit trouver du sens à ce qu'elle fait et de la reconnaissance de ses pairs, de l'organisation, de la collectivité. Communiquer sur les actions de ses bénévoles, les mettre en lumière.

Inspiration : le patron de Hittier peinture qui met en avant sur les réseaux les anciens et les nouveaux collègues. Pourquoi ils sont importants pour l'entreprise.

Convivialité, partage intergénérationnel, le chemin, le vin et le pain. Derrière les activités, il y a toute une vie, celle des associations.

Engagement personnel pour poursuivre ce qui existe déjà au club vosgien.

Découverte et paysage

Découvrir de nouveaux lieux où on n'irait pas seul. Il y a un guide.

L'encadrement apporte la sécurité. La sécurité c'est ne pas se perdre. Avoir un trajet, une durée, un lieu où manger. Chaque guide a sa propre sensibilité et va nous faire partager des choses différentes, le patrimoine, des points de vue, le schnaps.

Le groupe insiste sur le rôle social du Club Vosgien en particulier en direction des femmes seules qui n'oseraient pas forcément randonner seules et qui trouvent aussi un endroit où nouer des relations.

Accueil de tous les profils sociaux-professionnels. « Lorsqu'on marche, on est tous à égalité.

Qu'est-ce qu'on voudrait abandonner, qui est en notre pouvoir ?

On abandonne les sentiers de peu de valeur. Les doublons. Les sentiers parallèles. On diminue leur nombre.

Pourquoi ne l'avez vous pas fait ?

Les gens ont peur de perdre des kilomètres et donc des subventions. Le principe de rémunération, c'est plus il y a de kilomètres de sentiers, plus il y a d'argent.

Si tu as moins de kilomètres, tu as moins de frais.

On peut débaliser demain matin après avoir rempli le document administratif. Ce qui manque, c'est la volonté.

Comment on sait qu'un sentier est fréquenté ou pas ?

Selon son état.

Attention à ne pas comparer les associations jeunes et les associations alsaciennes qui sont beaucoup plus anciennes.

On a autre chose à faire, ce n'est pas la priorité.

Comment sont définies les priorités ?

Nous, on l'a fait. Un sentier au lieu de trois. On a eu besoin de volonté et de bénévoles qui démontent les plaquettes.

Des échanges, il ressort que ce sujet de fermer des sentiers concernent essentiellement les associations les plus anciennes où les sentiers se sont juxtaposés au fil du temps (150 ans). Cela semble moins un sujet pour les secteurs plus jeunes (20 ans). Des consignes ciblées par rapport à chaque contexte ?

Identification par le groupe de travail d'une injonction paradoxale ou double contrainte, faut-il fermer des sentiers au risque d'afficher dans son bilan un nombre de kilométrage inférieur, risquer de perdre des subventions ?



Propositions :

Clarifier et expliciter la position fédérale sur ce sujet.

Travailler sur qu'est-ce que la valeur ? Où est la valeur ? Pour qui ? Pour quoi ?

Pourquoi est-ce important de fermer des sentiers ? Apporter de la clarté aux randonneurs en limitant les options pour un même itinéraire ? Alléger le travail pour l'entretien et le balisage ? Laisser la forêt se régénérer ? Y a-t-il des inconvénients à fermer des sentiers ? Ramener la totalité du flux des randonneurs au même endroit ? Perdre des subventions et du « prestige » en raison d'une perte de kilomètres ? etc.

Faire une fiche de synthèse sur le sujet en l'abordant de manière systémique. Par exemple : oui fermer des sentiers = moins de kilomètres = moins de subventions mais peut être aussi moins de dépenses ? Ces subventions sont-elles réellement substantielles ? Peut-on attribuer le temps libéré à d'autres sujets plus porteurs ? A quoi reconnaît-on la valeur d'une association, aux nombres de kilomètres qu'elle déclare ? Quelles sont les critères qui permettent d'évaluer qu'une association fonctionne bien au bénéfice de ses bénévoles, des adhérents, des randonneurs, du massif montagneux, sols, faunes et flores, des partenaires, de la collectivité ?

Cette dernière question touche au sujet de la priorisation. Quel accueil réserver aux propositions ou sollicitations des partenaires (ADT, collectivités, autres associations). Essayer de répondre à toutes les demandes c'est perdre de vue les objectifs que chaque association doit définir à intervalles réguliers. Ces objectifs sont prioritaires. Les demandes de « dernière minute » soutiennent-elles ses objectifs ? Attention à la « dictature de l'urgence » qui fait passer la dernière demande en date devant tout le reste sans prendre le temps d'évaluer sa pertinence.

Dans cette fiche pratique éditée par la Fédération :

- donner une liste de critères qui vont permettre de prendre la décision de fermer ou non un sentier.
- Lister les étapes pratiques et administratives nécessaires à la fermeture d'un sentier

On simplifie l'entretien des sentiers et les cartes. On allège les panneaux et les paysages

On supprime les contraintes administratives pour favoriser le bénévolat. Pour celui-ci, nous nous sommes rendus compte que cela n'est pas forcément en notre pouvoir !

On supprime les formulaires papiers, les comptes-rendus papier. Simplification.

Supprimer des interlocuteurs. On a une méconnaissance des différents interlocuteurs.

Interrogations sur la pertinence du découpage en département et district. Travailler davantage par zone géographique ?

Des réunions plus pratiques ! avec davantage d'échanges.

Abandonner l'image âgée du Club

Simplifier tous les documents annuels que nous envoie la Fédération. Pas que les numériser. Supprimer la moitié qui ne sert à rien.



Proposition : Elaguer ce qui peut l'être. Faciliter l'identification par les associations des différents formats de documents et leur associer un mode d'emploi clair en en-tête de chacun de ses documents :

- Documents légaux à signer ou à conserver
- Documents de travail sur lesquels inter-agir de telle et telle façon, pour telle date
- Etc.

Il faut aussi que les associations remplissent correctement les documents sans écrire de conneries

Eviter la réunionite. Avancer sur les projets et les décisions lors d'échanges de mails et entériner les décisions lors de la prochaine réunion du comité.



Propositions : Créer une « Ecole » du Club vosgien. En rassemblant toutes les meilleures compétences internes sur les différents sujets, ouvrir une ou deux sessions par an. Objectif : Accompagner les présidents d'association sur les sujets de leadership, de gouvernance, les différentes manières de prendre des décisions, la communication entre les membres du bureau et du Conseil d'administration, la priorisation, le dialogue avec les bénévoles, les élus, les partenaires, la coopération avec la Fédération. Tester différentes stratégies pour favoriser les inscriptions. Par exemple, limiter le nombre de places, mettre une date limite d'inscription, offrir aux participants la possibilité d'accéder à un autre programme de grande qualité, etc.

Inspiration : le Groupe Schmidt qui a une école interne pour former ses franchisés (les directeurs et vendeurs en magasins)

TABLE 2 – Ce dont on est fier

Le partage des sentiers, la facilité d'accès, les 20 000 kilomètres de sentiers. Leur qualité. Le respect. Le partage. Les liens sociaux. Création et maintien de la marche nordique pour élargir et rajeunir. Transmettre notre savoir. Que les présidents se mettent à la place des autres pour comprendre leur besoin. Qu'ils acceptent que le club évolue et que les nouveaux ne fassent pas exactement comme eux. Les bénévoles, la participation de chacun. La reconnaissance d'utilité publique. La reconnaissance auprès des élus. Notre bonne image auprès du grand public. D'avoir des chalets, des gîtes. De les entretenir, de les faire vivre.

TABLE 3 – Comment concevoir le kit idéal pour l'accueil d'un nouveau bénévole

D'abord donner l'envie de venir avec un outil de communication type blog. La présence dans d'autres manifestations, stands pour les rentrées des associations, dans les clubs de foot, les marchés aux puces, les écoles, par exemple.

Proposer le parrainage.

Mettre en avant le rôle social pour des personnes seules. La camaraderie.

Mettre en avant les bénéfices pour la santé physique et psychologique.

Présenter et expliquer l'organisation locale et fédéral.

Comprendre les attentes du futur membre pour adapter notre accueil.

Lui permettre de toucher à tout dans l'organisation pour trouver ce qui lui convient le mieux en termes de compétences et de satisfaction. Ce qu'il sait ou qu'il a envie de faire.

La place proposée dans la structure : lui faire de la place. Qu'elle se sente accueillie en adéquation avec ses attentes et ce qu'elle a à apporter. *Être à son écoute. Si on est pas à son écoute, on ne peut pas répondre à beaucoup de questions.*

Montrer les retours sur investissement :

- Participer à l'entre-aide sur un territoire
- L'abattement du statut social. Lorsque nous marchons, nous sommes tous au même niveau.
- Le partage de la connaissance
- Permettre l'expression et la créativité du nouveau bénévole pour qu'il participe à la création du futur du Club vosgien à partir de ce qu'il apporte. Idées, compétences, nouvelles thématiques.
- Le respect mutuel. Être à son écoute.

De consommateurs, les transformer en acteurs. Nous avons perdu des membres et en parallèle, on voit de plus en plus de randonneurs, au risque parfois de mettre en péril certains sentiers du fait d'une trop grande fréquentation.

Echange général sur la façon dont les personnes qui ont envie de randonner, les groupes trouvent l'information. Les recherches sur internet mènent à différentes offres dont celles sur le site du Club Vosgien. Les demandes qui arrivent à la Fédération sont transmises aux associations locales concernées qui ne répondent pas toujours.

Certains présidents d'association ne partagent pas l'information.

Nous avons des associations bien structurées et réactives et d'autres c'est plus compliqué. Nos associations sont très différentes les unes des autres. Ancienneté, nombre d'adhérents, etc.

L'information pourrait-elle être directement adressée aux guides concernés ?

Sommes-nous au bon endroit, nous et la Fédération par rapport aux attentes des randonneurs ?

Si je tape « randonnée dans les Vosges » dans le moteur de recherche. Le Club Vosgien n'apparaît qu'en fin de la 2^{ème} page.

A Epinal, nous avons une chargée de com. Il faut une personne dont c'est la mission. A la mesure de chaque association. Que chacun communique davantage, chacun à sa mesure, aux bonnes personnes, avec le bon message.

Il faut se faire connaître. Faire de la publicité. 20 000 sacs à pain à Epinal.

A Sainte-Croix-aux-Mines, nous sommes partis des compétences internes, en sylviculture par exemple pour aller proposer des ateliers dans les écoles.

Comment s'appuyer sur la sauvegarde de la biodiversité pour communiquer ? Il faut à chaque fois passer par la validation de 128 associations, de 7 districts avant de communiquer quoi que ce soit. C'est long.

La vision d'avenir ? On ne sait pas ? On vit au jour le jour.