

PHASE 7

Présents

Consultant : Thierry Azaïs

Reso Solidaire: Gwenaël Hervé

Galleco :

- 4 Co-Présidents des collèges
Patricia Gressent pour le collège « Membre Entreprises »
Manon Lemeux pour le collège « Membre Partenaires »
Jean-Yves Praud pour le collège « Membre de droit »
Emmanuel Norvez pour le collège Membre Citoyens
- 1 salariée
Anne Bruzac Directrice
- 1 citoyen utilisateur
Cyrille Tatard

RÉUNION DE PRÉSENTATION AU CONSEIL DES COLLÈGES ÉLARGI :

Ordre du jour :

En s'appuyant sur le diaporama « Mission premier semestre 2015, conseil des collèges, 27 avril 2015 » :

- Passage en revue des différentes phases de la mission
- Expression des éléments obtenus par les groupes de travail
- Choix des éléments à faire apparaître en Assemblée Générale pour prises de décisions
- ...

Notes complémentaires à la D3 : Accompagnement DLA

Accompagnement - DLA

Dynamique
Phases 1 à 6 : du 6 janvier au 15 avril
25 personnes ont participé aux réunions pour environ 311 heures de travail (plus benchmarking)

Les synthèses
Socle du territoire de marque
Segmentation
Benchmarking
Evolution de la gouvernance

La stratégie de développement

1. L'équipe benchmarking estime avoir consacré un total d'environ 35/40 heures de travail en dehors des réunions avec le consultant

Notes complémentaires à la D12 : Gouvernance

Gouvernance

1] Lister les responsabilités attribuées à chaque Co-Président en formalisant explicitement le décideur principal, le décideur secondaire et les délais de coordination. Les salariés auront ainsi un interlocuteur principal (puis secondaire) identifié et encouragé à prendre une décision au nom du Bureau.

2] Formaliser les échanges de mails afin d'aider à leur reconnaissance et leur prise en compte dans des délais raisonnables pour les salariés.

3] Modifier les statuts afin d'avoir un plus grand nombre de personnes représentatives au Conseil des Collèges. En cela permettre la présence d'un titulaire et suppléant pour un même collège d'un même territoire et préparer l'élargissement des territoires en prévoyant jusqu'à 2 titulaires par zone géographique (Sud, Nord, centre).

4] Rédiger un règlement intérieur plus précis et plus opérationnel que les statuts dont il s'inspire ; en particulier à partir de l'article 18 qui est soit imprécis, soit non respecté.

1. Limiter au maximum les besoins en coordination globale en Conseil des Collèges (CDC).
2. Éditer un mail récapitulatif par semaine pour informer tous les co-présidents des décisions.
3. Attention au risque de sur-représentation. Les décisions du CDC doivent être réservées aux grandes orientations et non au quotidien. Préparer un calendrier des rencontres du CDC pour renforcer les présences.
4. Clarifier l'article 18 dans le Règlement Intérieur.
Ex : les CR des CLAs peuvent être proposés au bénévoles.

Notes complémentaires à la D13 : Formations à envisager

Formations à envisager

1] Fédérer une équipe hétérogène salariés/bénévoles et atteindre des objectifs ambitieux : développer des compétences en management, guider une équipe. Exemples de formations :

2 jours	Chef de projet : gérer votre équipe et les parties prenantes
3 jours	Travailler efficacement avec son équipe dans le cadre d'un projet
2 jours	Passer du métier d'expert au métier de manager
3 jours	Convaincre pour agir sans pouvoir hiérarchique

2] Organiser une démarche commerciale proactive et convaincre avec enthousiasme. Exemples de formations :

2 jours	Prospecter et gagner de nouveaux clients (atelier pratique)
3 jours	Développer son efficacité commerciale grâce à l'AT et la PNL.
3 jours	Argumenter pour convaincre
2 jours	Cinq minutes pour convaincre

Sources : Demos

13

1. Les formations suggérées en 1/ sont appréciées par Anne mais celle du 2/ pour Guillaume ont besoin d'être rediscutées avec lui.
2. La démarche commerciale est incontournable, même en association... Elle n'est pas du seul ressort de Guillaume.
3. Quelle que soit la cible, il est nécessaire de formaliser la posture commerciale. Pour fédérer et structurer tout ça, c'est le domaine du chef de projet et du commercial.
4. La mallette pédagogique est un outil de plus qui permettra de mieux résister à la critique, de faire face aux objections.

Notes complémentaires à la D14 : Modèle économique

Modèle économique : accroître la diversité des ressources

Priorité 1

Fiche n°2 : Taxe à la reconversion
Fiche n° 3 : Taxe sur les transactions dématérialisées
Fiche n° 8 : Partenariat avec des collectivités territoriales
Fiche n° 9 : Vente d'accompagnements aux collectivités ou MLC naissantes
Fiche n° 12a : Ajustement des prix des adhésions entreprises
Fiche n° 12b : Ajustement des prix des adhésions partenaires
Fiche n° 12c : Ajustement des prix des adhésions collectivités

Priorité 2

Fiche n° 6 : Vente de prestations de services

14

1. Chaque fiche devra être quantifiée en termes d'heures et de coût.
2. Proposer au vote en AG seulement ce qui a un impact majeur sur les usagers > **Fiche 2 : Taxe à la reconversion et Fiche 12 : Ajustement des prix des adhésions.**
3. Lors de l'AG, ne pas faire apparaître dans le modèle économique la taxe sur la dématérialisation

Notes complémentaires à la D15 : Améliorer la circulation

Améliorer la circulation

- 1) Mettre en place le Galleco numérique > fluidifier les échanges entre entreprises et faciliter l'accès aux particuliers.
- 2) Réorganiser les comptoirs d'échange répartis par quartier.
- 3) Sur Redon, proposer les retours en banque dans les comptoirs d'échange.
- 4) Faire payer les salaires ou les primes en Galléco. Mesurer le risque éthique & « accord exprès » de l'association.
- 5) Proposer des Gallecos par enveloppe précommandée.
- 6) Démarcher les fournisseurs des entreprises adhérentes.
- 7) Fond de soutien aux projets locaux

Thierry Azais - Galleco Galleco 13 mars 2015

15

1. Évoquer ici la dématérialisation, les enjeux, les inconvénients, coûts, délai...
2. Solliciter l'inscription immédiate des adhérents pour tester l'abonnement aux enveloppes (proposer liste sur paper board en AG)
3. Point 4 : il s'agit aussi des entreprises non nécessairement adhérentes (démarche déjà en cours)
4. Point 7 à ne pas évoquer en AG (% de la taxe de conversion).

Notes complémentaires à la D16 : Recruter les citoyens utilisateurs

Recruter les citoyens utilisateurs

- 1) Transmettre en formant des têtes de réseaux pour effet démultiplicateur et fournir un kit pour les formations secondaires.
- 2) S'appuyer sur la prescription en montrant un vrai stand professionnel
 - a. Auprès des festivals grand public (zones Galleco ou plus loin ?) :
 - Kit documentation pour organisateurs et mode d'emploi grand public.
 - b. Auprès de réseaux relais et d'associations qui partagent nos valeurs :
 - Participer aux forums associatifs locaux en automne.
 - Se faire connaître (et aimer) des organisations relais : Environnement, Circuits courts, Bien être, Territoire, Solidarité & lien social, Spéculation-économie-monnaie, Collaboratif, Services publics, CCI, pépinières.
- 3) Séduire la jeunesse et utiliser les relais d'opinion
 - a. Auprès des enseignants et des élèves.
 - Intervention pédagogique sur MLC pour les collèges et lycées avec un petit livre sérieux mais ludique pour les élèves.
 - Présence au lycée à travers un jeu MLC et des outils sur site web.
 - b. Auprès des journalistes de la presse locale et spécialisée : Plan de communication vers réseaux sociaux, presse écrite, radios, TV. Clip vidéo au cinéma.

16

1. Mettre en perspective en AG et faire voter les 3 grands principes
2. Proposer en priorité 1 les points 2 et 3 : **Prescription et Séduire enseignants et élèves.**
3. Insister sur la nécessaire implication des adhérents : s'inscrire sur les listes et s'engager à participer...

Notes complémentaires à D17+D18 : Développer l'emprise territoriale

Développer l'emprise territoriale 1

Trois scénarii possibles pour Fougères :

		Faiblesses	Forces
Redynamisation	Recrutements citoyens et entreprises, appui du collectif	Coût plutôt élevé	Cohérence avec le projet initial du CG35
Laisser aller	Ne plus animer les CLAs, continuer comme actuellement avec une fréquence réduite : sur place une fois par mois. Continuer le démarchage auprès des entreprises.	Ne pas compter développer	Garder le contact avec cette zone. Suivi des adhérents.
Abandon	Cesser toutes les actions. Rattacher les citoyens utilisateurs à la zone Rennes.	Dégradation de notre image auprès de la presse et auprès de peu de gens intéressés localement.	Affecter le temps désormais disponible à une zone à plus fort potentiel.

17

1. Expliquer en AG que la période de test sur les 3 zones est terminée. Pour Fougères, proposer les 3 scénarii possibles sans les détailler, « on va tirer un bilan sur l'expérimentation qui définira les orientations ». Pour décider, le CDC s'appuiera sur les résultats de l'enquête.
2. « Donner vous au CDC le pouvoir de choisir le meilleur scénario ? »

Développer l'emprise territoriale 2

- ❑ Identification d'un territoire nouveau selon nos critères : Relation inter-entreprises, circuit court, dynamique associative ou événementielle, type de citoyen (segment Renaissance), résultats élections...
- ❑ Identification d'un territoire nouveau selon le terrain : Demandes spontanées d'entreprises citoyennes, acteurs déjà implantés, plébiscites.

- 1) Créer des groupes d'acteurs solidaires capable de mener des actions sur les pays actuels (Rennes, Redon, Fougères) : Démarchage / Évènement.
- 2) Développer Sud entre Rennes et Redon [Guichen / St Senoux / Pipriac / LaGacilly]
- 3) Développer Ouest Brocéliande [Monterfil / Treffendel / Concoret / Paimpont]
- 4) Développer Rennes Nord [Betton]
- 5) Développer Nord Val D'ille [Bazouges sur Hedé / Languouet / Tinténiac]
- 6) Développer hors Ille et Vilaine vers Ploërmel
 - Nouvelle dynamique locale avec un projet MLC qui manque de moyens financiers et de soutien politique : intégration Galléco et gouvernance autonome ou création nouvelle MLC ?
 - Envisager une MLC régionale (tendance) ou une zone «Galleco Morbihan» avec leur propre CLA ?

18

1. Interroger en AG : Développe-t-on selon les demandes du terrain même hors 35 ou se concentre-t-on sur le 35 ? Par ex., le groupe de Ploërmel a une forte volonté mais pas de financement...Le CG35 sera certainement opposé à aider Ploërmel dans le 56...
2. Même sans grever notre budget, ça prendra forcément du temps salarié. On est prêts à les soutenir s'ils nous payent un accompagnement. Autre possibilité : les encourager à créer une asso légitime pour demander une subvention au CG56. Puis faire adhérer cette asso à Galleco. (à prix fort ?) ; selon nos propres critères d'acceptation d'un collectif : groupe cohérent et motivé avec des relais / analyse précise de la situation...

Notes complémentaires à D19+D20 : Recruter des bénévoles

Recruter des bénévoles actifs 1

Cible Renaissance : adhérents et non adhérents (université du temps libre, asso transition, centre du bénévolat 35...)

- 1) Améliorer la convivialité et la rendre visible
 - a. Lors des événements de l'association, en **montrer la vie** : prendre des photos, des vidéos et communiquer dessus
 - b. Profiter des stands, de festivals et événements pour y recueillir des **témoignages** utilisateurs
 - c. Organiser un pique-nique en extérieur
 - d. Proposer à des entreprises de présenter leur **activité** ou leurs produits lors d'un CLA pique-nique ou lors d'un événement.
 - e. Cartographier les adhérents
 - f. Rendre visibles les entreprises du réseau en les impliquant dans des **actions** (fiches Gallécos) par équipe : concours photos.
- 2) Valoriser les bénévoles
 - a. Mieux informer des décisions prises (retour du conseil des collèges)
 - b. Communiquer sur nos **bénévoles sur le site**:
 - c. Diffuser des témoignages de chefs d'entreprises ayant bénéficié de l'action des bénévoles : « Pourquoi, comment et grâce à qui j'ai adhéré... »
 - d. Diffuser les témoignages des bénévoles
 - e. Diffuser les offres d'emploi des entreprises adhérentes
 - c. Leur fournir des fiches « **Mission bénévole** »

19

1. Bien encadrer les bénévoles et leur proposer des actions claires.
2. Accompagner le démarchage spontané des bénévoles.
3. Ces deux points ont dégagé deux tendances :
 - a. Certains membres du Conseil des Collèges considèrent que les bénévoles ont besoin de recevoir des formations pour accroître leurs compétences. Il s'agit de leur permettre par ex. de prospecter eux-mêmes auprès des entreprises, de profiter de leur propre réseau relationnel*.
 - b. Certains membres du CDC considèrent que les bénévoles n'ont pas à être chargés des missions plutôt réservées aux salariés de l'association, ici, ils n'ont pas à prospecter eux-mêmes.

Recruter des bénévoles actifs 2

- 3) Former les adhérents pour les faire monter en compétences
 - a. Améliorer l'information (l'appel à action) selon le **parcours** de participation.
 - b. Lancer une démarche de **parrainage** ou marrainage.
 - c. Remettre un « **Guide de bienvenue** » du participant.
 - d. Organiser des rencontres trimestrielles **inter-CLA** sur des thématiques spécifiques avec du contenu et des invités.
 - e. Inviter en avant-première, en **exclusivité** à un événement, une projection.
 - f. Faire **co-animer** les réunions d'accueil par des adhérents.
- 4) Faire démarcher les bénévoles eux-mêmes
 - a. Vérifier l'adéquation entre le bénévole et la **cible** à démarcher.
 - b. Identifier gens connaissant l'environnement de l'ent. (activité, salariés...).
 - c. Connaître les références des entreprises significatives du réseau.
 - d. Démarcher en **binôme** avec adhérent expérimenté pour l'apprentissage.
 - e. Identifier les **plébiscites** sur les entreprises de son quartier.

*Cette logique de travailler comme bénévole avec des outils et des compétences professionnels se retrouve par exemple chez les amaps (<http://amap-idf.org/> animation du réseau/ formation des bénévoles).

Notes complémentaires à D21 : Accroître la notoriété

Pour tous ces projets : identifier les ressources en demandant une inscription immédiate lors de l'AG.

Accroître la notoriété

- 1) Programmer un plan de Relations Presse formalisé
- 2) Editer un flyer grand public pour les événements d'accueil (avec le kit documentation pour organisateurs)
- 3) Fabriquer un kakémono

1. Plan de RP auprès des cibles : citoyens et entreprises.
2. Affiches pour les lieux publics.
3. Stand mobile.
4. Happening/conférences/événements organisés par l'asso.
5. Goodies Galléco (Autocollant, Gobelet, Pendule, Sac... fabriqués par un ESAT).
6. Messages "décalés" avec des témoignages d'utilisateurs originaux (genre cadre sup')
« Mon coiffeur (ou autre entreprise non spécifiquement écolo) accepte le Galléco ».
7. Lobbying auprès des pépinières d'entreprises.

8. Livret pour les scolaires : sérieux mais ludique
9. Jeu de la MLC
10. Plus et mieux diffuser notre nouvelle vidéo.
11. Mailing d'invitation aux chefs d'entreprises.
12. Kit de lancement d'un groupe local.
13. Dynamisation du site web.
14. Série de témoignages : « Pourquoi j'utilise le G. »
15. Interviews des bénévoles.
16. Interviews des chefs d'entreprises adhérentes.
17. Fiches références des entreprises adhérentes.