

FORMATION DES DIRIGEANTS

Fréquemment « formation » évoque l'idée du stage avec quelqu'un qui « sait » et qui diffuse ses connaissances à d'autres qui ne « savent pas » (le schéma traditionnel de l'école). Or, la formation peut revêtir de nombreuses formes et pas seulement celle de l'enseignement en salle. Il serait d'ailleurs préférable de parler de plan de développement des compétences plutôt que de plan de formation.

Le plan pluriannuel de développement des compétences correspondra à une combinaison judicieuse de toutes les formes d'actions formatrices : stages, formation-action, formation sur le terrain avec tuteurs, utilisation des centres de documentation ou de ressources.

Le travail lui-même, s'il offre l'occasion d'œuvrer dans une organisation responsabilisante est formateur.

La formation ne sera plus uniquement perçue comme du temps passé à des activités non directement rentables, mais bénéficiera d'une image positive, car elle deviendra pour partie directement productive.

COMMENT ORCHESTRER VOTRE DEVELOPPEMENT

Il faut oublier le quotidien pour se poser des questions de fond sur l'avenir de l'association et son développement. Votre club vit avec son propre rythme, ses propres valeurs et un engagement militant où certains principes ne doivent pas être oubliés. Pour réussir votre développement, vous devez retenir des approches spécifiques centrées sur vos usagers, vos partenaires, vos salariés, vos bénévoles et les rapprocher de vos valeurs morales et techniques.

Jusque dans les années 80, l'attitude des responsables associatifs face à l'entreprise est caractérisée par la méconnaissance et la méfiance. Dans ce contexte, le monde associatif ne peut que se montrer imperméable aux méthodes de l'entreprise, notamment au management et, pire encore au marketing.

Lors de la décennie 90, les dirigeants associatifs s'ouvrent progressivement à des méthodes ayant fait leurs preuves dans les entreprises. Parmi les nombreuses causes expliquant cette évolution, on peut citer :

- La conjoncture économique plus difficile qui impose une gestion plus professionnelle.
- Les partenaires des associations (subventions publiques, sponsors, mécènes, donateurs) qui exigent transparence et rigueur dans l'utilisation des fonds.
- Les responsables associatifs, qui eux même évoluent, les dirigeants vieillissent et sont petit à petit remplacés par une nouvelle génération, ayant souvent une expérience en entreprise.

Les cadres d'entreprises, comme de plus en plus de français, s'engagent bénévolement dans des associations. Les liens se resserrent entre ces deux mondes qui se respectent d'avantage.

Certains utilisent désormais l'appellation « entreprises associatives pour indiquer que les associations doivent également se plier aux impératifs économiques.

Les associations de l'an 2001 courent parfois le risque d'assimiler à l'entreprise de se banaliser. Or au-delà du respect de certaines règles classiques, les associations nécessitent des modes de gestion adaptés. Ce « management » spécifique s'appuie sur des piliers essentiels. La nécessité d'une mission claire et partagée :

Les associations n'ont pas pour finalité première de dégager du profit. L'analyse de la réussite ou de leur échec ne peut donc se faire uniquement en terme financier mais doit obligatoirement prendre en compte des indicateurs sociaux. Dès lors, la définition d'une mission précise est considérée comme un préalable indispensable pour guider les actions des dirigeants associatifs. Il s'agit de parvenir à un texte court, explicite, exprimant l'identité de l'organisation et sa différence, permettant de justifier la nature de ses activités actuelles et futures. Les buts de l'organisation doivent être exprimés clairement afin que chaque personne impliquée sache où va l'organisation et comment elle compte aller. Les dirigeants doivent donc s'interroger régulièrement pour savoir si leur mission est toujours appropriée et si leur organisme est le plus efficace pour mener à bien cette mission.

Des relations plus professionnelles avec les clients

Les associations se situent dans un environnement de plus en plus concurrentiel : concurrence entre association porteuse de projets proches. Dans ce contexte, améliorer la qualité du service rendu aux adhérents et aux usagers devient un défi majeur. Pour le relever, les associations doivent travailler leurs perceptions de leurs usagers, définir des cibles prioritaires, préciser leur positionnement, etc...

Les associations sont donc amenées à professionnaliser les relations avec leurs différents clients (adhérents, licenciés, bénéficiaires, public) si elles veulent poursuivre leur développement.

L'importance du RESEAU RELATIONNEL

Les associations se trouvent souvent profondément insérées dans la vie sociale et sont ainsi amenées à côtoyer et à travailler avec de nombreux organismes ou individus. Par exemple, une association sportive aura des relations avec différents subventionnaires (ville, conseil général et régional, voire DDJS, ministère...), des mécènes, des prescripteurs divers (journalistes), le monde scolaire, des comités d'entreprise, l'office du tourisme, etc... Un des enjeux essentiels du développement des associations constitue donc à gérer au mieux un réseau de relations complexes dénommé réseau relationnel.

Il convient en particulier de repérer à l'intérieur de ce réseau les partenaires prioritaires qui peuvent aider l'association à se développer.

En premier lieu L'INTERNE

A la base même de la loi 1901, il y a des hommes et leur volonté de s'associer librement. Dès lors, les ressources humaines constituent par essence une dimension fondamentale du management d'une association.

Les responsables associatifs doivent donc apprendre à animer, motiver et mobiliser tous ceux (bénévoles et salariés) qui s'engagent pour le fonctionnement et le développement de leur organisation. Chacun représente l'association auprès de ses différents interlocuteurs, ce qui implique une nécessaire cohérence des discours et des comportements.

Pourquoi une formation ?

Il faut oublier le quotidien pour se poser des questions sur l'avenir de l'association et son développement.

Votre club vit avec son propre rythme, ses propres valeurs et un engagement militant où certains principes ne doivent pas être oubliés.

Pour réussir votre développement, vous devez retenir des approches spécifiques centrées sur vos usagers, vos partenaires, vos salariés, vos bénévoles et les rapprocher de vos valeurs morales et techniques.

LES QUESTIONS A POSER

- Quels problèmes voulez-vous résoudre ?
- Quelles sont les différences essentielles entre la situation actuelle et celle que vous souhaitez ?
 - Décrivez-moi la situation idéale visée.
- Qu'est ce qui vous permettra de dire que l'action aura été réussie ?
- Quels sont les comportements que vous voulez observer à l'issue de cette action ?
 - Nous avons des objectifs à atteindre.
 - Nous avons besoin d'une amélioration interne.
 - Nous avons besoin d'amélioration dans les échanges avec l'extérieur.

La mission de la Commission Formation est de :

- ✓ Définir la politique de formation.
- ✓ Recueillir les besoins individuels et collectifs.
- ✓ Présenter les différents types de formation.
- ✓ Mettre en place un catalogue de formations spécifiques afin d'aider à la réalisation des projets.
- ✓ Adapter la formation aux différents niveaux constatés sur le terrain
 - Futurs dirigeants
 - Nouveaux dirigeants
 - Responsable de projet
 - Salariés
 - Dirigeants confirmés

SI VOUS SOUHAITEZ UNE FORMATION SPECIFIQUE OU UNE AIDE TECHNIQUE
DANS UN DE CES DOMAINES AU SEIN DE VOTRE CLUB :

CONTACTEZ LA LIGUE CÔTE D'AZUR

AUNCUN FRAIS DE FORMATION NE SERA DEMANDE AUX CLUBS INTERESSES.

Contact : Christian MIGOUT au 06.63.04.38.70.