



FNE Midi-Pyrénées Repositionnement de la fédération et des ses membres

Axes de développement stratégique

- Document intermédiaire v2, de travail -

octobre 2012



Axes de développement stratégiques

A qui veut s'adresser « l'association FNE MP » ?

| Cibles (retenues) | Commentaires | Leurs attentes |
|--|--|---|
| Associations à action principale de « plaidoyer » | De partout en MP Y compris pour les pas adhérents (parce qu'on les conçoit comme des « qui-devraient-adhérer ») | <ul style="list-style-type: none"> - Service juridique - Gueuler fort sur les problèmes environnement (les miens si possible) - De la visibilité |
| Les 50 (ou 122) élus/décideurs en MP qu'on veut se tenir au chaud | Décideurs / prescripteurs Ex : les ceusses qui siègent au CESER Y compris les « grands techniciens » | <ul style="list-style-type: none"> - Eviter les emmerdeurs (en parlant à des gens qui ont un discours structuré) - Un sujet inévitable (et donc un acteur incontournable) - Dire des choses que je ne peux pas dire (dans le jeu externe) - Compléter leurs propres argumentaires techniques / politiques - Disposer de l'info /du ressenti du terrain, des vrais gens - Relais d'image et relais d'infos |
| Les 500 (ou 1220) techniciens MP qu'on veut se tenir au chaud | Instruction des dossiers La foultitude des chefs de service | <ul style="list-style-type: none"> - Dire des choses que je ne peux pas dire (dans le jeu interne) - Analyse, support technique <ul style="list-style-type: none"> o Formation / Compléter leurs propres argumentaires techniques / fournir des références o Avoir des infos/conseil / Calibrer les mesures qu'ils développent o Anticiper la « réaction du terrain » sur des projets futurs (plutôt par peur des réactions négatives) - Bénéficier de l'effet démultiplicateur d'infos vers les AL - Qu'on lui fournisse du projet (qui grille son budget) |
| Les 5 (ou 12,2) relayeurs d'opinions/médias en MP qu'on veut se tenir au chaud | Médias Think tank | <ul style="list-style-type: none"> - Du buzz - Du communiqué de presse sur le fond - Des contacts, du carnet / du réseau (de gens qui ont de la gueule) - La position de FNE / de l'expertise (pour faire un bel encadré) |

Que propose « l'association FNE MP » ?

| « produits » | Missions | Critères / indicateurs |
|---|---|---|
| Produire de l'info experte adaptée au territoire | Régionalisation des contenus en compilant les contenus FNE et les remontées des assos : Note technique / Contenus | <ul style="list-style-type: none"> - Nbre de fiches de positionnement à jour au regard des réseaux en cours - Les 120 points noirs/verts, Sentinelle |
| Développer et outiller la compétence / capacité de réponse technique des assos de la famille MP | Outillage (formation, fiche méthodo, coordination réseaux...) | <ul style="list-style-type: none"> - Nbre de docs sur l'intranet (guide juridique, jeu du hérisson...) - Annuaire des compétences du réseau - Liste de discussions animée - Offre de formation - Lettre thématique |
| | Apport de moyens humains / compétence dont salariés | <ul style="list-style-type: none"> - Productivité du service juridique (nbre de conseils, de contentieux...) - nbre d'heures de salariés FNE mobilisées par les assos de terrain |
| Utiliser les échelons régionaux et nationaux pour optimiser les actions locales | Caisse d'amplification régionale des pb locaux | <ul style="list-style-type: none"> - Nbre de groupes / projets communs - Nbre de réseaux internes dynamiques - Articles sur un sujet (sur lequel FNE MP est reconnu part tous comme légitime) - Productivité de nos communiqués de presse - Nombre décideurs touchés |
| | Alimenter FNE national | <ul style="list-style-type: none"> - FNE nous alimente |
| Porte-parolat régional | Assure la représentation régionale | <ul style="list-style-type: none"> - Nbre de commissions (l'intérêt c'est pas d'en faire bcp) - Etre capable de prioriser, de sélectionner - Légitimité / Nombre d'assos adhérentes / couverture thématique - régionale - Sollicitations qui arrivent au siège |
| Renforcer les liens au sein de la famille FNE MP | Assure la cohérence de la mobilisation (notamment par la connaissance des compétences, des représentations,...) Mise en relation des adhérents | <ul style="list-style-type: none"> - Annuaire des compétences du réseau |

Axes

| | Associations à action principale de « plaidoyer » MP | Les 50 (ou 122) élus/décideurs en MP | Les 500 (ou 1220) techniciens MP | Les 5 (ou 12,2) relayeurs d'opinions/médias MP |
|---|--|--------------------------------------|----------------------------------|--|
| Produire de l'info experte adaptée au territoire | X | X | XX | |
| Développer et outiller la compétence / capacité de réponse technique des assos de la famille MP | X | | | |
| Utiliser les échelons régionaux et nationaux pour optimiser les actions locales | XXX | X (retour de terrain) | XX | XXX Le buzz |
| Porte-parolat régional | X | X | X | |
| Renforcer les liens au sein de la famille FNE MP | X | X | X | |

On a donc 4 axes de développement : FNE MP propose

| | |
|---|---|
| 1 | De « vendre » aux « décideurs/techniciens qui compte en MP » la pertinence d'un réseau fédéral/familial structuré (= qui permet une relation fine au terrain) / plaidoyer |
| 2 | La production experte de positions /contenus régionales/aux à destination de nos assos et des « techniciens /décideurs qui compte en MP » |
| 3 | A ses associations de terrain, une structuration fédérale par le renforcement des liens, l'optimisation de leurs compétences et le porte parolat régional (≈ le lien fédéral) |
| 4 | De buzzer les médias |

Les axes de développements stratégiques

A quoi servent ces axes de développement stratégiques ?

Ces axes consistent donc en une conjonction de « cibles » auxquels l'association propose un « produit ».

Il en découle une lecture du contexte, de l'importance et des orientations à donner spécifique pour chacun de ces axes

Ils proposent une lecture stratégique de l'action associative : Ils se situent entre le jeu de valeurs (théorique) et les actions (concrètes) ; Ils font le lien entre les 2. Ces axes offrent donc un repère essentiel pour la mise en action efficace de l'association.

S'ils sont bien conçus, l'organisation de la pensée stratégique de l'association peut utilement s'organiser autour d'eux. Leur utilisation donne une lecture pratique aux documents de prévisionnel ou de suivi, par exemple :

- le découpage du prévisionnel budgétaire, le tableau de bord de suivi budgétaire ou d'activités,...
- le sommaire du rapport d'activités ou du programme d'action, la feuille de route des salariés ou des commissions, etc....

Ce document est aussi un support de type « pense-bête » pour les gestionnaires de l'association : la définition de ces axes leur permet de n'oublier aucun des piliers de l'organisation associative (« ne pas se laisser piéger par l'urgent en oubliant l'important »).

Pour FNE MP (l'association, pas la famille territoriale) , ces axes de développement sont de proposer... :

1. ...De « vendre » aux « décideurs/techniciens qui compte en MP » la pertinence d'un réseau fédéral/familial structuré (= qui permet une relation fine au terrain) & plaider
Il s'agit ici de valoriser la structuration territoriale de FNE-MP, son ancrage, la légitimité de sa posture, sa capacité à mobiliser, à diffuser (de manière ascendante ou descendante) une information/donnée.
2. ...La production experte de positions /contenus régionales/aux à destinations de nos assos et des « techniciens /décideurs qui compte en MP »
Cet axe de développement correspondant à la fonction de FNE-MP (en prenant appui sur l'ensemble de la famille) d'être force de proposition, c'est-à-dire de construire le contenu du « plaidoyer ».
3. ...A ses associations de terrain, une structuration fédérale par le renforcement des liens, l'optimisation de leurs compétences et le porte- parolat régional (≈ le lien fédéral).
Cet axe de développement correspondant à la fonction de FNE-MP (en prenant appui sur l'ensemble de la famille) d'être force de proposition, c'est-à-dire de construire le contenu du « plaidoyer ».
4. ...De buzzer les médias

Axe 1 : De « vendre » aux « décideurs/techniciens qui compte en MP » la pertinence d'un réseau fédéral/familial structuré (= qui permet une relation fine au terrain) / plaidoyer

| Influence | Territoire |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> - Politiques territoriales qui se mettent en place (ex : déclinaisons du Grenelle...) - Problématiques locales fortes (liées à nos assos ou d'autres acteurs) qui provoquent de l'agitation (ils préfèrent s'adresser au Porte parole régional + « tête froide », recherche « guichet unique ») | <p>Interlocuteur Région (à Toulouse) Interlocuteurs départementaux là oukya pas de FD structurées</p> |

| Autres intervenants | + value de FNE MP |
|---|---|
| <p>Amis de la Terre GRAINE ARPE URCPiE Les interpros (agris, carriers, pétroliers) Les « faux nez » écolos (ex : Env MP)</p> | <p>Couverture territoriale Discours militant, engagés (donc un discours solide, donc vis-à-vis duquel il peut se positionner) Légitimité citoyenne (assise sociale, de « vrais gens ») Pluralisme sur les thématiques environnement (on est polymaniaques) Non intéressés économiquement FNE est RUP</p> |

| Poids dans le budget espéré (sur 3-5 ans) On en % à répartir | Enjeu Image extérieure On a 10 points d'enjeu à répartir | Commentaires |
|---|---|---|
| 10% | 1 | C'est la fonction qui légitime la production experte (axe 2) par la « représentativité citoyenne ». |

| Objectifs sur 2-3 ans |
|-----------------------|
| |

Axe 2 : La production experte de positions /contenus régionales/aux à destination de nos assos et des « techniciens /décideurs qui compte en MP »

| Influence | Territoire |
|--|---------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> - contexte, actualité politique et administrative (qui provoque la demande) - non respect récurrents des règles juridiques - demande directe d'institutions/PP | Le territoire régional MP |

| Autres intervenants | + value de FNE MP |
|--|---|
| BET Les interpros (agris, carriers, pétroliers) Leurs propres services + EP URCPPIE, URCAUE | Capacité de synthèse de différentes visions/positions Capacité d'innovation de force de propositions (vision transversale, cohérente et cohérente à long terme) Indépendance ????? Image (et rattachement aux infos ultra qualifiées de) FNE |

| Poids dans le budget espéré (sur 3-5 ans) On en % à répartir | Enjeu Image extérieure On a 10 points d'enjeu à répartir | Commentaires |
|---|---|--|
| 20% | 4 | Notre savoir faire C'est le moyen de la caisse de résonance (axe 4) |

| Objectifs sur 2-3 ans |
|-----------------------|
| |

Axe 3 : A ses associations de terrain, une structuration fédérale par le renforcement des liens, l'optimisation de leurs compétences et le porte parolat régional (≈ le lien fédéral)

| Influence | Territoire |
|---|------------|
| <ul style="list-style-type: none"> - une fronde des assos pour des raisons de non-satisfaction (oui, mais on n'a pas les moyens de répondre à toutes les attentes...) - le carnet de chèques de ces chiens-verts du WWF - la LPO fait une OPA active auprès des assos (et en plus c'est une taupe interne) | Région MP |

| Autres intervenants | + value de FNE MP |
|---|---|
| LPO Amis de la Terre GRAINE COPRAE | <ul style="list-style-type: none"> - On n'est pas que naturaliste - On est pas techniquement sectorisé : on propose du juridique, de la doc ET de l'appui - En fait, on est les seuls à tout faire |

| Poids dans le budget espéré (sur 3-5 ans) On en % à répartir | Enjeu Image extérieure On a 10 points d'enjeu à répartir | Commentaires |
|--|---|--|
| 50% (c'est cher et pas « vendable », finançable en subs) Il ya un enjeu à le « rendre vendable » | 1 | C'est le moyen qui nous permet de proposer le réseau aux décideurs/techniciens (axe 1) |

| Objectifs sur 2-3 ans |
|--|
| <ul style="list-style-type: none"> - Annuaire de toutes les 150 assos, y compris les FD (territoire, thématique couverte, experts disponibles) - FNE MP est organisé pour pouvoir solliciter en direct les assos de terrain, en tant que de besoin, pour constituer des groupes de travail (territoriaux ou thématiques) ponctuels ou + durables. - |

Axe 4 : De buzzer les médias / caisse de résonance

| Influence | Territoire |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> - Les sujets d'actualité médiatique - les relations interpersonnelles (- notre capacité à produire de la RP... et la capacité à nous faire financer pour...) - Y'a matière (mais on jargonne techno, voire trop rigoureux) - demande très forte « d'illustration » | <p>Région MP Là ou y'a pas de fédé départementales</p> |

| Autres intervenants | + valeur de FNE MP |
|--|--|
| <p>Amis de la Terre URCPIE Les interpros (agris, carriers, pétroliers) Les « faux nez » écolos (ex : Env MP) Nos propres assos</p> | <ul style="list-style-type: none"> - Ben on en a pas... (on manque de tacotac, de médiatiquement sexy, on est pas proactif) - Mais siii : on sait parler de tout les sujets (= guichet unique de l'interviewe) |

| Poids dans le budget espéré (sur 3-5 ans) On en % à répartir | Enjeu Image extérieure On a 10 points d'enjeu à répartir | Commentaires |
|---|---|---|
| 20% | 4 Ca reboucle sur notre légitimité auprès des décideurs | Le bout de notre CSD (Chaine Stratégique de Développement) On est aujourd'hui pas bon (on a une marge de progression dans la technique de ...) |

| Objectifs sur 2-3 ans |
|------------------------------|
| |

Schéma d'organisation des axes de développement

