

Enjeu 1

En lien avec les communications

IMAGE

NOTORIÉTÉ *

Abréviations

\$	Fonds à trouver
COMMIS	Commissariat
COM	Communications
GR	Groupes
RAB	Ressources adultes bénévoles
DÉV	Développement
PROG J	Programmes jeunes
DG	Direction générale
ADM	Administration

Consultations faites dans le cadre du plan d'action 2014-2017

- ◆ Brunch-solidarité – 1^{er} décembre 2013
- ◆ Commissariat de district le 9 janvier 2014
- ◆ Journée d'étude du C.A. des SMM – 25 janvier 2014
- ◆ Commissariat aux ressources à l'animation – 29 janvier 2014
- ◆ Commissariat de district le 20 février 2014
- ◆ Commissariat de district le 25 février 2014
- ◆ Commissariat élargi aux groupes le 26 mars 2014
- ◆ Déjeuner-causerie des chefs de groupe et présidents, le 26 avril 2014

Possibilités

- Site Web des groupes—ASC
- Courriel obligatoire—fonctions travail—ASC
- Affichage massif—début d'année (radios) - SMM

Priorité 1

Faire connaître la réalité de la vie scout à la population

Priorité 2

Augmenter la visibilité du scoutisme par l'interne

Actions (COM)

- 1** Poursuivre l'uniformisation de l'image de marque sur le territoire
Réaliser une étude sur l'image de marque avec HEC Montréal
D'ici 1er août, recevoir l'étude des HEC
Sur tous les sites Web des groupes identifier l'image de marque—l'an 1
Poursuivre et finaliser le changement du logo du district, sur les documents administratifs et promotionnel du district et des groupes

(COM—GR)

- 1** Renforcer la participation des groupes et du district à des événements publics
Rendre accessible 1 activité publique par année
Réaliser une parade scout par année
Favoriser la participation de plus de 60% de nos groupes à ces deux projets

(COM : 30 000\$ non récurrents)

- 2** Bâtir, financer, réaliser et évaluer une campagne de publicité
Évaluer la mise en marché de la campagne—sept 2014
Trouver le financement : sept. à déc. (choix assemblée générale 2014)
 - calendrier + 1 \$
 - Frais d'adhésion + 7.50 \$
 - Mixe des deux
 - Autres options
 Campagne — année 2015-2016
Poursuite campagne et évaluation—fin 2016

(COM : 2 000 \$)

- 2** Poursuivre le développement du Web 2.0 et y inclure toutes activités, dont le jamboree
Jamboree en ligne : réalisation été 2014
Être visible sur le site Web de nos partenaires. Établir 10 nouveaux partenariats—être en ligne avec eux
Favoriser que tous les sites Web soient interreliés avec le district (an 1 : 50% - an 2 : 100 %)
Développer pour les SMM l'utilisation du réseau Twitter—favoriser l'adhésion de 100 abonnés
Développement continu, maintien d'une personne aux communications

(\$ budget)

(COM)

- 3** Poursuivre le programme des ambassadeurs de la marque
D'ici 3 ans, tous les groupes auront un ambassadeur formé
Évaluation annuelle de la progression

(DG—COMMIS—COM)

- 3** a) Sensibiliser les jeunes adultes à représenter le Mouvement aux tables de concertation ou C.A. liés à la jeunesse.
Par année, 3 membres du district à des tables de concertation et/ou conseils d'administration. D'ici 3 ans, 9 personnes

(RAB)

- 3** b) Reconnaître, pour leurs actions, les autres organismes de jeunes
Reconnaître 2 organismes au gala d'excellence chaque année
Faire paraître mensuellement dans notre revue un organisme de jeunes

* Touche soit un enjeu, une priorité ou une activité du plan stratégique de l'ASC.

Enjeu 2

En lien avec le programme des jeunes et les ressources humaines adultes bénévoles

QUALITÉ DU SCOUTISME *

Priorité 1

Maintenir la formation obligatoire et la moderniser *

Priorité 2

Maximiser le suivi et l'accompagnement de nos bénévoles *

Priorité 3

Sensibiliser les membres aux valeurs essentielles du scoutisme et à l'importance des gestes posés envers les jeunes *

Actions (RAB)

1 Doter l'organisation d'une plate-forme Web de formation pour les modules de connaissances *

L'an 1, collaboration avec l'ASC pour utiliser la plate-forme de Rive-sud/Beauce

Application : ans 2 et 3

(RAB)

1 Créer un guide d'accompagnement de format boîte à outils *

Mise en place du comité et analyse des besoins : sept. à déc. 2014

Production d'outils : janv. à mars 2015

Application avril 2015

(RAB—COM—DG : 1 000\$)

1 Produire des outils dynamiques ayant pour thèmes : les devoirs, les principes, la loi et la promesse

Faire le plan et le descriptif des capsules vidéo : d'ici déc. 2015

Trouver le financement : d'ici déc. 2014

Production : janv. à juin 2015

Début de la diffusion des capsules :

- En formation
- Sur le Web

Septembre 2015

(RAB)

2 Offrir de la formation « à la carte » pour les animateurs et gestionnaires . Maintenir les reconnaissances d'acquis *

Faire l'analyse des besoins : sept. à déc. 2014

Rendre accessibles ces outils : janv. 2016

(RAB)

2 Former à l'accompagnement tout adulte compétent, reconnu et mandaté par le district

Former les membres - avril 2015

Application - septembre 2015

(GR)

2 Poursuivre la sélection des adultes, le filtrage et les VAJ, et vérifier les références de la personne *

Application quotidienne tolérance zéro

(RAB)

3 Rendre les fins de semaine de formation plus animatives

Analyse des besoins par les ressources humaines adultes bénévoles : sept. à déc. 2014

Mise en place à compter de janvier 2015

(RAB)

3 Déployer du mentorat pour les nouveaux animateurs de préférence à l'intérieur du groupe, tout en maintenant les liens d'appartenance au Mouvement *

Production du guide explicatif : sept. à déc. 2015

Application : fév. 2016

(DG—COM : 1 500 \$)

3 Mise à jour des outils d'information à la carte pour que tous les adultes soient bien guidés et outillés pour réagir à des situations impliquant des jeunes et des adultes *

Faire le plan et le descriptif des capsules vidéo : 2 et 5 min. : d'ici déc. 2014

Définir les thèmes des capsules vidéo sur des faits vécus : sept. à janv. 2015

Production de capsules vidéo sur des faits vécus : janv. 2014 à fév. 2015

Diffusion : sept. 2015

(capsules—témoignages brefs
Maximum 5 min. pour la formation
Maximum 1 min. pour le Web)

Enjeu 3

En lien avec l'appartenance des membres au Mouvement

ENGAGEMENT

Priorité 1

Améliorer l'engagement des adultes

Priorité 2

Valoriser l'engagement des jeunes

Priorité 3

Renforcer l'engagement des groupes

Actions (RAB)

1 Promouvoir les reconnaissances existantes et le nouveau protocole de remise des décorations dans les groupes

Finaliser et valider le protocole : juin 2014

Sensibiliser les groupes à l'importance et au protocole : d'ici oct. 2014

Application : nov. 2014

(PROG J)

1 Promouvoir les activités interbranches
Se doter d'un outil pour sensibiliser les adultes à l'importance des activités interbranches pour le jeune : déc. 2014

Intégrer le message dans les sessions de formation et activités de district : sept. 2015

(GR —COM)

1 Réviser et actualiser la structure de communication et d'action entre le district et les groupes *

Évaluation des besoins et du « comment » l'appliquer : sept. à janv. 2015

Modification des façons de faire : à compter de fév. 2015

(DG—COM)

2 Développer et mettre en place des moyens pour motiver les membres scouts à perdurer dans le mouvement

Mettre sur pied une équipe de travail pour trouver les moyens pour motiver les adultes à poursuivre leur démarche peu importe l'implication: sept. à janv. 2015

Dépôt et application : fév. 2015

(PROG J)

2 Encourager la participation des jeunes dans la préparation des activités de branche *

Sensibiliser les équipes de branche à l'ouverture de faire participer un jeune à l'organisation de leurs activités (pour les 12 ans et plus) : année 2014-2015

S'assurer de la présence d'un jeune au sein des équipes d'organisation d'activités spéciales pour les branches (pour les 12 ans et plus) : année 2015-2016

(GR —COM)

2 Élaborer des moyens pour soutenir le développement local des groupes

Produire des outils pour appuyer le groupe dans son action pour :

Communication et recrutement : sept. à janvier 2015

Tenir 4 rencontres du commissariat aux groupes élargi : oct., déc., fév., avril

(DG—COM : 800 \$)

3 S'assurer que tous vivent le cycle de l'adulte à tous les 3 ans minimum (jumelé à la VAJ). Faire ressortir l'importance de cette démarche pour une meilleure compréhension de nos membres *

Produire un outil visuel : sept. à fév. 2015

Enjeu 4

En lien avec le développement et les groupes

AUGMENTATION DES EFFECTIFS *

Priorité 1

Créer, maintenir et améliorer les programmes d'implication sociale

Priorité 2

Continuer la rétention des membres jeunes et adultes *

Priorité 3

Poursuivre le recrutement des bénévoles et des jeunes *

Actions (DÉV)

1 Maintenir les activités en collaboration avec les CLSC et autres organismes de jeunes

Poursuivre et développer 1 nouveau partenariat par année avec un organisme jeunesse

Faire la promotion de nos programmes d'implication sociale (Forteresse, Village, camp en saison estivale) : à compter de juin 2014

(PROG)

1 Finaliser l'implantation des programmes adolescents, aventuriers et routiers *

Sur réception des documents du National: application immédiate

(DÉV)

1 Susciter l'adhésion au scoutisme grâce aux programmes d'implication sociale et une présence dans la communauté

Établir un lien entre les activités pour inciter les jeunes à vivre l'ensemble du programme

- Développer l'outil : mai à juin 2014
- Utiliser nouvel outil : juillet 2014

(DÉV)

2 Consolider et développer le programme école *Tout le monde dehors* *

À la fin des trois 3 ans, 24 nouvelles écoles auront participé au programme

(GR)

2 Modifier le programme Groupe, maître d'œuvre pour favoriser le développement des groupes

Revoir le programme, mieux cibler les priorités, produire un nouvel outil : juin à déc. 2014

Janv. 2015 : application.

Développer deux nouveaux groupes par année

(RAB)

2 Offrir la formation DAFA aux non-scouts *

Élargir l'équipe de formation DAFA au sein du district—année 2014-2015

Annuellement, offrir des sessions à compter de septembre 2014 à la population de façon à être des chefs de file

Faire la promotion du DAFA auprès de 50 écoles secondaires (dans les 3 prochaines années)

(DG—COMMIS)

3 Trouver des façons de susciter l'intérêt des adultes à participer aux équipes de district

Mise en place d'un comité de travail : sept. à déc. 2014

Application nouvelle approche : janv. 2015

(DÉV—COM 3 000 \$)

3 Poursuivre le recrutement avec l'aide de partenaires actuels et nouveaux (cégeps, universités, CLSC, Centre d'action bénévole, villes, arrondissements etc.)

Être présent dans les moyens de communication de ces organismes : sept. 2014 à sept. 2015

Promouvoir les avantages (bourses, notoriété dans le cv, formation spéciale DAFA et autres : sept. 2014 à sept 2015

Mettre sur pied de nouvelles approches auprès de la population (crayons - stations de métro, chocolat chaud, présence dans les festivals)

De façon directe, toucher 1000 jeunes et adultes par année

Enjeu 5

En lien avec l'administration

ACCESSIBILITÉ FINANCIÈRE

Priorité 1

Diversifier le financement pour maintenir les ressources permanentes du district

Actions (DG—ADM)

- 1** Trouver de nouvelles sources de financement

Participation de toute l'équipe permanente à la sollicitation de partenaires pour leurs dossiers (dans les 3 prochaines années)

Faire des approches auprès de 1 nouvelle source de financement par mois : à compter de sept. 2014

(DG)

- 2** Maintenir et renforcer la conviction de partenaires financiers, la Fondation scoutie La Cordée, Centraide du Grand Montréal, de nos groupes, et encourager l'action de la société honorifique

Produire un outil démontrant qu'investir dans le scoutisme est prioritaire : mai 2014

Priorité 2

Faciliter l'accès au financement des unités et des groupes

- 1** Approcher les municipalités pour soutenir les jeunes localement sur le modèle de Laval (\$ = jeune)

Approches auprès des villes (Mtl, Repentigny) pour l'application du programme : juin à déc. 2014

(DG)

(ADM)

- 2** Bâtir un guide de soutien financier, lequel inclura un volet de subventions locales et un volet de moyens de financement réalisables par le groupe

Production de l'outil : déc. 2014

(COM)

- 3** Faire mieux connaître le principe de ristourne de la Coopérative La Cordée à tous

Sept. 2014 : Accentuer la visibilité pour sensibiliser tous les membres à cette ressource .

Collaborer avec la Coopérative pour accentuer la démarche.

Priorité 3

Assurer l'accès au scoutisme aux familles en difficulté

- 1** Maintenir et développer le programme d'accès au scoutisme et au plein air

Trouver de nouvelles sources de revenus pour augmenter le poste Accès au scoutisme et au plein air : 2014-2015

Augmenter le poste de 5 000 \$ par année jusqu'en 2016, maximum de 35 000 \$

(DG—ADM \$)

Enjeu 6

En lien avec le développement des bases de plein air

ACCESSIBILITÉ AUX CAMPS

Priorité 1

Réorganiser les opérations quotidiennes

Actions (DG—CA)

- 1 Effectuer une étude des besoins actuels en proposant des améliorations
Analyse par la direction et le comité des bases de plein air : mai à sept. 2014

(DG)

- 2 Déployer les moyens nécessaires à la réalisation de la réorganisation des opérations

À compter de sept. 2014

Évaluation après 6 mois

Priorité 2

Assurer l'accessibilité à nos bases de plein air à nos unités

(DG)

- 1 Maximiser les revenus des bases de plein air en basse saison
Étude de la possibilité de réduire les coûts : mai à sept. 2014

(DG)

- 2 Diminuer les coûts pour les camps scouts en saison estivale

Étude d'un système de ristournes basé sur le coût réel appliqué aux SMM

(DG)

- 3 Solliciter des partenaires financiers, en main-d'œuvre et en matériel pour la réalisation de projets d'infrastructures et alléger les coûts

Trouver 2 nouveaux partenaires majeurs par année (ex. pompier pour gicleurs)

Priorité 3

Réaliser les attentes de l'assemblée générale dans le cadre du projet de la vente du Domaine Richelieu

(CA)

- 1 Poursuivre les démarches de collaboration avec le Club Richelieu pour la réalisation de la vente dans le respect du mandat reçu des membres en mai 2012

(CA)

- 2 Si la vente se conclut, appliquer le mandat reçu par les membres (rapport du comité des bases de plein air—juillet 2011—option 2)

(CA—MEMBRES)

- 3 S'il n'y a pas possibilité de conclure la vente, retourner consulter les membres

Annuellement, faire rapport à l'assemblée générale de l'évolution et faire les choix nécessaires.

POUR INFORMATION : ENJEUX, PRIORITÉS ET ACTIONS DE L'ASSOCIATION DES SCOUTS DU CANADA

