

**INSTITUT RÉGIONAL
DE FORMATION
DU BASKETBALL**

SUD



*LES
PRINTANIÈRES
2023*





1°) le compte Asso

2°) Le PSF

3°) Le Projet Associatif

4°) Questions diverses

5°) Conclusion



1°) le compte Asso



2°) Le PSF



3°) Le Projet Associatif





CROS

**RÉGION SUD
PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR**



CDOS

**BOUCHES
DU-RHÔNE**

Projet associatif

Pierre angulaire de l'association

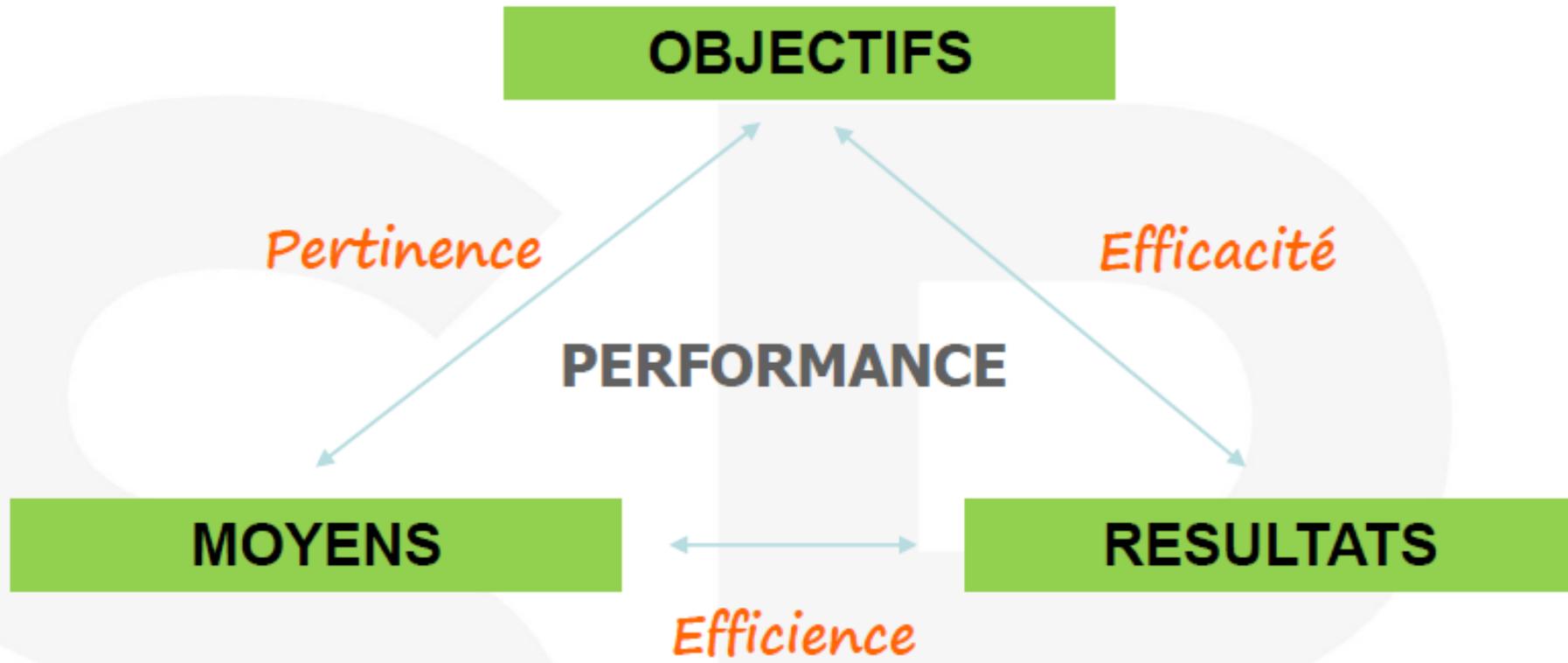
Définition

Le projet est l'expression de la situation que la structure veut atteindre dans un temps donné.

C'est autour de lui que s'organise toute la **réflexion** et l'**action** qui en découle.

Il comprend 3 parties:

- Les **valeurs** et **missions** qui en constituent le noyau dur;
 - Les **objectifs** que l'organisation se fixe pour le moyen et long terme;
 - Les **moyens** qu'elle se donne pour y parvenir.
-
- Le projet est nécessairement écrit
 - Il doit être partagé avec l'ensemble des acteurs du projet
 - Il doit donner du sens à l'action
 - Il engage la structure sur sa réalisation

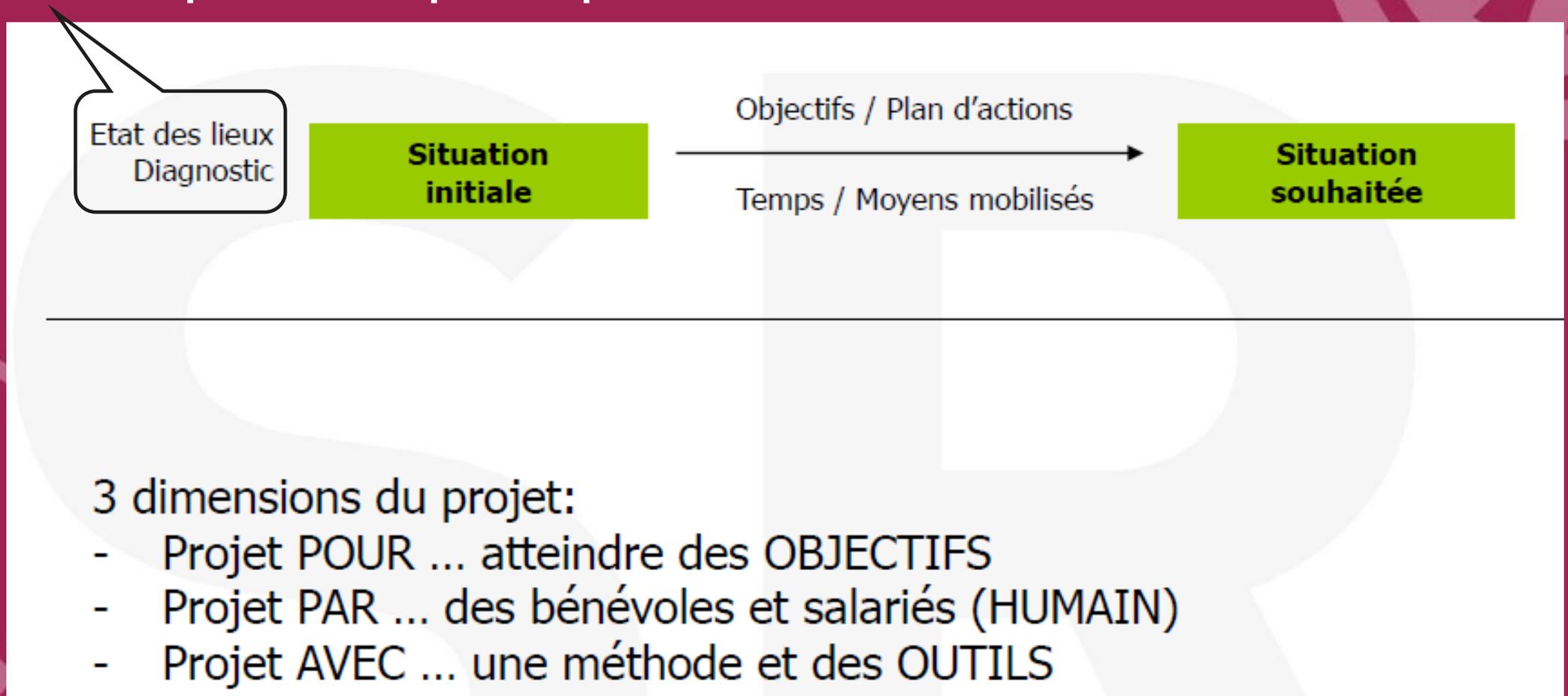


Performance: **E**conomique, **S**ociale, **O**rganisationnelle, **H**umaine, **S**portive ...

Quel est le socle de l'association ? => ses valeurs, missions et finalité.

Se poser la question pourquoi on existe ?

-



> **En interne**

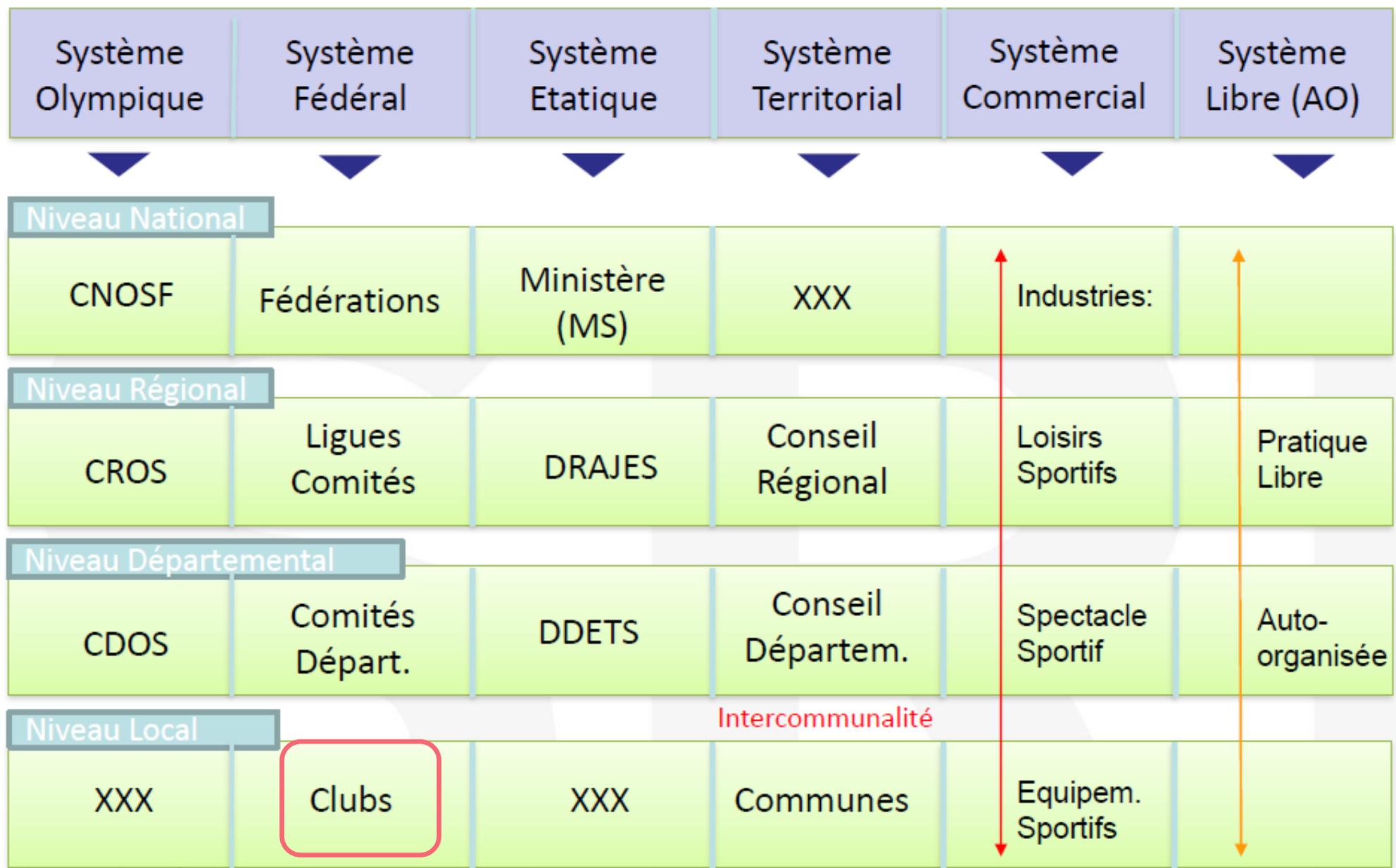
Elus, bénévoles, salariés ...

> **En externe**

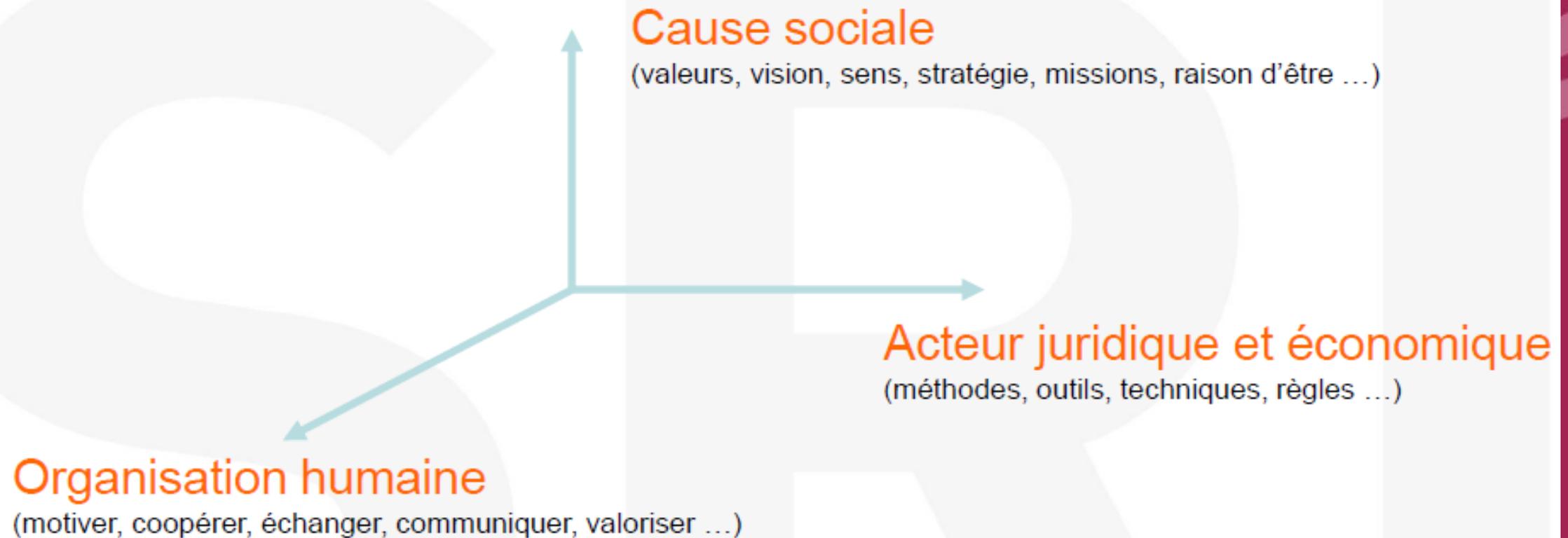
Partenaires publics (Etat et Collectivités) et privés, prestataires ...

> **Organisation du sport en France**

Approche fédérale et territoriale



L'association: un mot générique pour une réalité plurielle ...



Relations acteurs

INTERNE

sportifs

salariés

bénévoles

1

2

3

ORGANISATION

EXTERNE

collectivités

entreprises

prestataires

spectateurs

4

5

6

7

Intérêts

- > Préparer l'avenir du club, se projeter
- > Avoir des objectifs clairs, partagés et réalistes (évaluation)
- > Disposer d'un plan d'actions
- > Donner plus de sens à l'engagement des acteurs (ambition partagée)
- > Créer une adhésion interne (fédérer) entre les dirigeants, les entraîneurs, les sportifs, ...
- > Affirmer le positionnement du club et favoriser les relations avec l'ensemble des partenaires publics et privés.

Systeme de valeurs

- La concertation : réflexion partagée pour l'élaboration d'un projet fédérateur.
 - La communication : partager et diffuser ses ambitions pour cadrer et dynamiser les initiatives.
- > CES 2 PRINCIPES SONT COMPLÉMENTAIRES ET INDISSOCIABLES : LEUR COMBINAISON ASSURE AU PROJET UN RÉEL IMPACT.



La conception du projet associatif: étapes et outils

AVANT = CONCEPTION

J'observe > Etat des Lieux + veille

J'analyse > Diagnostic

Je définis > Socle Associatif + Axes + Objectifs

Je planifie > Plan d'actions

Je formalise > Fiches actions

Je mobilise > Budget prévisionnel et organigramme fonctionnel

PENDANT = CONDUITE

Je gère (suivi du plan d'actions et du budget prévisionnel)

J'anime (les ressources humaines)

APRES = EVALUATION

J'évalue (évaluation quantitative et qualitative)

ASSOCIATION SPORTIVE

Eléments
observables

INTERNE

capacité stratégique de l'orga.

EXTERNE

situation de l'environnement

FORCES

FAIBLESSES

OPPORTUNITES

MENACES

- > Construction d'une grille d'observation
- > Définition des critères et indicateurs

INTERNE

Projets en cours
Activités
Publics
Moyens Humains
Moyens Financiers
Moyens Matériels
Communication interne
Communication externe

EXTERNE

Concurrence
Env. social
Aspects économiques
Aspects démographiques
Stratégie fédérale
Relations politiques
...

Matrice EMOFF

Diagnostic

	interne	externe
+	FORCES	OPPORTUNITES
-	FAIBLESSES	MENACES

MOYENS HUMAINS

- => Gouvernance – est-elle partagée ? rôle, mission, délégation
- => Bénévoles – valorisation, recrutement
- => Salariés, apprenties – délégation de pouvoir, management collaboratif, fiches de poste, entretien annuel
- => Service Civile Volontaire (SCV) / stages – chercher des compétences extérieures, projet tutoré
- => Prestataires – gestion du social (sécurité), de la comptabilité, de la communication

MOYENS FINANCIERS

- => Subventions – sollicitation maximum, autres que le sport, identification au besoin, prisme financier publique/privé
- => Mécénats / Fondations – maîtrise du code fiscal et juridique. Environ 800 à 900 appel à projet de la fondation de France
- => Cotisations / activité propre – cout réel de nos activités par public. Utilisons nous tous les dispositifs d'aides pour nos licenciés. Capacité à faire payer nos licenciés sur des évènements périphériques (sportif ou non sportifs)
- => Prestation sponsoring – avoir un vrai dossier de partenariat. Identifier le ou les bénévoles à l'aise avec le monde de l'entreprise
- => Modèle économique – connaître le financement de la structure, le cout du salarié, du bénévole (12€ et 15€ pour un bénévole actif et CA)

MOYENS MATERIELS

=> Activité - matériels

=> Administratif – bureau, salle de réunion (vouloir interagir avec les autres)

=> Informatique et numérisation

=> Social – lieu d'échange, de partage, de conviviabilité

=> Infrastructures sportives – qualités, assez nombreuses, sortir de son cadre fédéral

COMMUNICATION

- > Plan de communication : identification les cibles, la part privé / public, newsletter, présence efficace sur les réseaux
- > Internet / Réseaux sociaux
- > Relation publique : avoir plusieurs contacts sur la saison, transmettre les comptes rendus des manifestations réalisées
- > relation presse : avoir un fichier de presse différent en fonction des différents médias de notre lieu d'intervention
- > Supports dédiés : avoir un support de communication avec un argument particulier par cible. Elle doit être plus visuel qu'écrite (chiffres clés, témoignages ...)

PROJET ASSOCIATIF

- > Etat des lieux = diagnostique partagé par l'ensemble des membres et validé en AG
- > Socle associatif : nos valeurs, nos missions, nos finalités = écrit, formalisé et partagé par les adhérents
- > Axes – objectifs – plan d'action => a-t-on cette architecture ?
- > Moyens à mobiliser : budget prévisionnel financier et humain.
- > Système d'évaluation : Avoir des critères et indicateurs d'évaluation par rapport à nos objectifs aussi bien en interne qu'en externe avec les partenaires

STRUCTURATION INTERNE

- > Pilotage financier
- > Fiscalité
- > Fonction employeur
- > Législation
- > Organisation fonctionnelle



ACTIVITES / PUBLICS

- > Adhérents licenciés
- > Clients
- > Activité d'utilité sociale, d'utilité territoriale
- > Activité fédérale
- > Ecosystème



ENVIRONNEMENT EXTERNE

- > Concurrence / veille
- > Relations partenariales
- > Socio économique
- > Règlementation
- > Politique



4°) Questions diverses





5°) Conclusion



Constats

- - les financeurs ne sont plus dans le sport
- - devenir offreur de projet et non demandeur de subvention
- - « vendre » une expérience sportive à vivre
- - ne plus être auto centré sur soi mais s'ouvrir / travailler avec les autres structures de son territoire

