



leo lagrange
FEDERATION



progr**ESS**

PENSER L'AVENIR
AGIR POUR DEMAIN

PROJET STRATÉGIQUE 2025

PROGRESS CHALLENGE

Mode d'emploi



PROGRESS : D'ABORD QUELQUES RAPPELS

LA DÉMARCHE PROGRESS



ProgrESS

PENSER L'AVENIR
AGIR POUR DEMAIN

C'est une démarche initiée lors du Congrès de la Fédération Léo Lagrange en octobre 2017. Elle a pour objectifs d'élaborer 3 livrables pour le prochain Congrès en novembre 2019.

1^e LIVRABLE

CHARTRE DU XXI^e SIÈCLE

nos valeurs, notre vision
pour l'avenir

2^e LIVRABLE

PROJET STRATÉGIQUE 2025

nos futures orientations
et nos futures actions

3^e LIVRABLE

GOVERNANCE

notre prochaine
organisation

LE CALENDRIER

Octobre 2017

Annonce de la
démarche ProgrESS
au Congrès

Mars 2018

Lancement des
Ateliers ProgrESS

Avril-Mai 2018

1^{er} cycle des ProgrESS cafés
autour de la Charte du XXI^e siècle

Septembre 2018

Lancement des travaux
sur le projet stratégique 2025
2^e cycle des ProgrESS cafés
Challenge des cadres

Décembre 2018

Restitution des travaux
de recherche sur les modèles
de gouvernance

Mars 2019

Validation du
projet stratégique 2025
aux ateliers ProgrESS 2019

Novembre 2019

Congrès de la Fédération
Léo Lagrange

LE PROJET STRATÉGIQUE QU'EST-CE QUE C'EST ?

DÉFINITION



ProgrESS

PENSER L'AVENIR
AGIR POUR DEMAIN

PROJET STRATÉGIQUE (n.m.) : c'est la feuille de route que se donne une organisation pour réaliser sa vision à moyen et à long terme. Elle va plus loin que la simple planification, puisqu'elle oblige l'organisation à examiner ses contextes interne et externe, à faire des projections dans l'avenir et à déterminer les stratégies lui permettant de concrétiser sa mission et sa vision. C'est le point de départ du cycle de gestion axée sur les résultats. L'organisation met tout en œuvre afin d'accomplir ses missions et ses valeurs.

QUELQUES EXEMPLES



<https://api-site.paris.fr/images/89758>



www.groupe-sos.org/media/doc/actus/rapport_d_veloppement_durable_2017.pdf



www.danone.com/fr/about-danone/sustainable-value-creation/our-company-goals.html



www.legroupe.laposte.fr/profil/la-strategie/a-la-conquete-de-l-avenir



www.univ-grenoble-alpes.fr/fr/grandes-missions/universite/projet-strategique/le-projet-strategique-1107.kjsp



www.ucpa-vacances.com/download/fstore/Documents_PDF/RAPPORT_ANNU_EL/2018_009_dircom_rapport_global_BD.pdf/

PROJET STRATÉGIQUE : COMMENT FAIRE ?

LES ÉTAPES



ProGRESS

PENSER L'AVENIR
AGIR POUR DEMAIN

SEPTEMBRE/DÉCEMBRE 2018

1 Analyse des besoins sociaux

C'est la première étape du processus d'innovation sociale qui vise à observer l'évolution des usages et des besoins de nos parties prenantes : nos usager·ère·s, nos collectivités partenaires, nos salarié·e·s et nos territoires d'implantation. À cette étape, il s'agit de mettre en lumière notre diagnostic sur les besoins sociaux et sociétaux non ou insuffisamment pourvus.

DÉCEMBRE/JANVIER 2018

2 Définition des axes stratégiques

Ce sont les idées-forces du projet stratégique de la Fédération qui sont définies sur la base de la 1ère étape. Les axes stratégiques doivent être limités (5 à 6 maximum) et doivent pouvoir évoquer l'ensemble des aspects de l'organisation de la Fédération (y compris les fonctions ressources).

JANVIER/MARS 2019

3 Élaboration du plan d'action

À partir de chaque axe stratégique, un plan d'action est élaboré. Ces actions sont formulées de manière opérationnelle (une échéance et un résultat attendu évaluable). À partir de ce travail, le projet stratégique est utilisé régulièrement pour organiser des revues de projet pour faire le point sur l'avancée des actions..

2019-2025

4 Évaluation

Une évaluation doit être opérée chaque année à partir de sa mise en œuvre.

FOCUS SUR L'ANALYSE DES BESOINS



ProGRESS

PENSER L'AVENIR
AGIR POUR DEMAIN

Pour construire le projet stratégique 2025 de la Fédération Léo Lagrange, et donc déterminer les axes prioritaires à développer, il est d'abord nécessaire d'observer et d'analyser les nouveaux besoins sociaux et les nouvelles pratiques à travers 4 angles d'approche qui sont complémentaires :



FOCUS SUR L'ANALYSE DES BESOINS

QUIZZ !



ProGRESS

PENSER L'AVENIR
AGIR POUR DEMAIN

Des nouvelles pratiques ? Des nouveaux besoins ?

- 1** En 2014, 54 % des Français-e-s se disaient prêts à partager/prêter des objets qu'ils-elles utilisent (plutôt qu'en être l'utilisateur exclusif-ve), en 2017, combien sont-ils-elles ?
 - 27 %
 - 45 %
 - 65 %
 - 88 %
- 2** Trop individualistes, les jeunes ? Se sont-ils-elles réellement désengagé-e-s des grandes causes collectives ? Combien sont-ils-elles à faire du bénévolat ?
 - 8 %
 - 17 %
 - Un tiers
- 3** En 1984, la durée moyenne de résidence dans le même logement était de 12 ans. En 2013, de combien est-elle ?
 - 7 ans
 - 15 ans
 - 21 ans
- 4** Les jeunes passent pour particulièrement protestataires... Mais combien sont-ils-elles à avoir déjà pris part à des manifestations, grèves ou à l'occupation de lieux ?
 - 13 %
 - 53 %
 - 69 %

1 65 %. La montée en puissance des pratiques collaboratives pousse ses fondateurs dans un bouleversement des valeurs tant dans le rapport aux objets, que dans le rapport à l'autre. Elles entrent fortement en écho avec la soif d'idéal d'une société pour qui le paradigme de l'économie de marché et de la concurrence s'effondrent et qui est en quête de nouveaux modèles. Les initiatives collaboratives ainsi définies ont un potentiel de développement en ce qu'elles rencontrent des aspirations sociales profondes. *Source : le collaboratif pour les foules sentimentales. CREDOC*

2 Un tiers des jeunes sont bénévoles, et un tiers sont adhérents d'une association. Les jeunes bénévoles s'engagent en premier lieu dans le sport (38 % des bénévoles), la culture et les loisirs (21 %) ainsi que le domaine de la jeunesse et de l'éducation (17 %).
En 2017, 32 % des jeunes de 18-30 ans sont prêts à donner leur temps au service d'une activité bénévole. *SOURCE : Baromètre DJEPVA sur la jeunesse 2017*

3 15 ans. La mobilité n'occupe pas une place croissante dans l'emploi dans la vie quotidienne des Français-e-s. Ils passent en moyenne un peu plus de 18 h par jour à leur domicile, soit plus des deux tiers de leur temps (chiffre calculé à partir des enquêtes emploi du temps de l'INSEE), une proportion plutôt en augmentation. On observe même une forte tendance à rapatrier à l'intérieur du logement des activités autrefois pratiquées à l'extérieur. *Source : "Franco-scopie 2013 panorama des modes de vie des Français (Larousse)*

4 13% seulement des jeunes de 18 à 30 ans ont déjà participé à des manifestations, grèves ou occupation de lieu. Mais leur engagement s'exprime de plus en plus sur Internet : 41 % des jeunes de 18 à 30 ans ont signé une pétition ou défendu une cause sur Internet, un blog ou un réseau social. *SOURCE : Baromètre DJEPVA sur la jeunesse 2017*

PROJET STRATÉGIQUE : 2 TEMPS FORTS

1. PROGRESS CAFÉS



Un 2nd cycle de ProgrESS cafés dédié à l'analyse de besoins sociaux se tiendra entre septembre et décembre 2018, **6 thèmes ont été retenus** :

La formation pour quoi faire ? Les besoins sociétaux changent-ils ?

Quel rapport au travail des individus ? Quelles évolutions ? La formation permet-elle uniquement l'adéquation à l'emploi ? Permet-elle encore l'émancipation individuelle ? Quelle offre de formation et pour qui ? Quelles mutations pour les OF/digitalisation ? Quels sont les besoins des entreprises ?

Quels sont les nouveaux besoins liés au vieillessement de la population ?

La tendance au vieillissement de la population génère de nouveaux services à la fois pour les personnes âgées mais aussi pour l'ensemble de la société. Quels sont-ils ?

Quel rôle chacun peut avoir dans la transition écologique et énergétique ?

L'impérieuse nécessité de conduire la transition écologique et énergétique justifie des changements de comportements de chacun-e. Que nous enseignent les progrès des neurosciences ? Quelle place peut jouer Leo ?

Quelles sont les conséquences de la concentration urbaine et ses impacts sur les modes de vies et les besoins sociaux ?

La métropolisation génère de nouveaux services et besoins de la part des urbain-e-s. Quels sont-ils ? Par ailleurs, comment comprendre les aspirations au retour à de nouvelles formes de développement plus sobre (ZAD des NDDL) ?

La société du Co- ?

Le développement du numérique à contribuer à l'émergence de l'économie du partage de la société du Co (codécision, co-construction, colocation etc.). Quelles conséquences sur la fonction de l'équipement socioculturel (les tiers lieux), le rôle des corps intermédiaires ? Comment appréhender le mouvement autour des communs ?

Est-on capable de vivre ensemble en Europe ? Quelles pistes d'action pour Léo Lagrange ?

L'Europe est soumise à de nombreuses tensions qui justifie que l'idéal européen s'incarne davantage. Quelles sont les priorités de Léo pour ces prochaines années ?

PROJET STRATÉGIQUE : 2 TEMPS FORTS

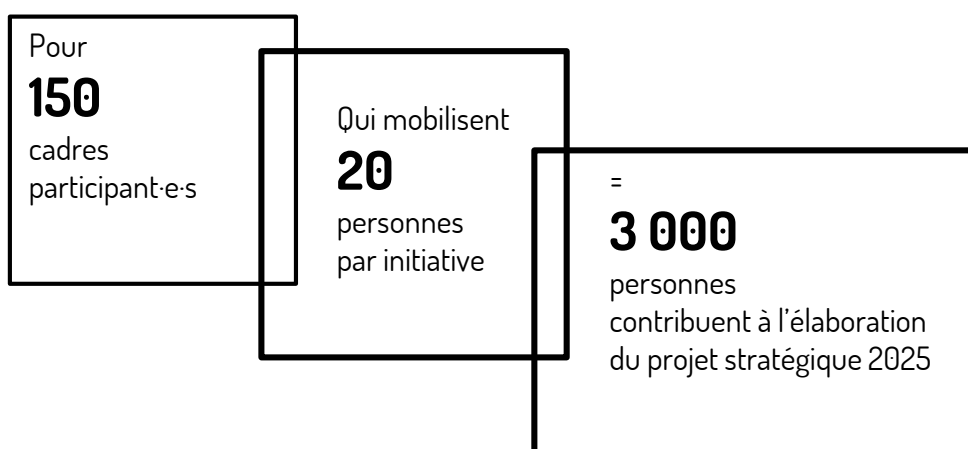
2. PROGRESS CHALLENGE



Progress

PENSER L'AVENIR
AGIR POUR DEMAIN

Pour mobiliser l'ensemble de son réseau sur cet enjeu primordial, la Fédération Léo Lagrange organise **un grand challenge** ! Ce challenge destiné à l'ensemble des cadres intermédiaires du réseau (environ 150 personnes) : les délégué-e-s territoriaux à l'animation (DTA) et à la formation (DTF), les directeur-ric-e-s d'instituts de formation et d'équipements, les coordinateur-ric-e-s des pôles engagement, les responsables de service/d'équipe, etc.



BON À SAVOIR !

À Léo Lagrange Centre-Est, un séminaire de travail a été organisé autour des méthodes d'action pour recueillir les besoins sociaux auprès de nos parties prenantes (collectivités, usager-ère-s, salarié-e-s, territoires). À partir de ces travaux, nos collègues de la région ont émis plusieurs types d'initiatives à mener :

- ▶ **Rencontrer** : en organisant un Progress café
- ▶ **Enquêter** : en organisant un micro trottoir, un sondage sur les réseaux sociaux
- ▶ **Observer, écouter** : en organisant un focus groupe (*ou groupe de discussion, c'est une forme d'étude qualitative au sein d'un groupe spécifique culturel, sociétal, afin de déterminer la réponse de ce groupe au regard d'un produit, d'un service, d'un concept*).
- ▶ **Débattre** : en organisant un Progress débat à la machine à café, un grand jeux etc.
- ▶ **Découvrir, s'inspirer** : en organisant une Progress Expédition

À VOUS DE JOUER !

LA CHECK-LIST



ProgrESS

PENSER L'AVENIR
AGIR POUR DEMAIN

TOUT D'ABORD

- Définir le thème que vous souhaitez étudier.**
En vous inspirant de votre contexte professionnel, déterminez avec vos équipes l'angle par lequel vous souhaitez analyser les besoins sociaux, les nouvelles pratiques, les nouveaux usages. Ne vous limitez pas, explorez !
- Déterminer votre action.**
Choisissez le type d'initiative que vous souhaitez mettre en place. (rencontrer, enquêter, observer, écouter, débattre, découvrir, s'inspirer, etc.).
- Inscrire votre action en ligne avant le 15 octobre.**
Rendez-vous ici > <https://goo.gl/forms/UuqoPXeskba3tK1o2>
- Assurez-vous de promouvoir votre initiative.**
Pour toucher un large public, n'hésitez pas à utiliser les réseaux sociaux, (Facebook, Twitter). Vous pouvez également solliciter la communauté ProgrESS, sur le groupe Facebook www.facebook.com/groups/progress.atelier/
- Mise en place de votre action entre le 15 octobre et le 1^{er} décembre.**

APRÈS VOTRE ACTION

- Contribuer au projet stratégique, en partageant votre restitution.**
Remplissez la fiche « Restitution » en Annexe
- Faire un focus en vidéo de vos observations en lien avec votre initiative.**
Mode d'emploi en Annexe
- Visionner les contributions vidéos de vos collègues.**
Sur www.leolagrange.tv et voter pour vos préférées !



BESOIN D'AIDE ? Vous pouvez contacter votre directeur-riche régional-e

AUTORISATION DROIT À L'IMAGE



ProgrESS

PENSER L'AVENIR
AGIR POUR DEMAIN



Pour valoriser vos travaux au sein du réseau Léo Lagrange, nous souhaitons diffuser vos vidéos sur notre site Internet www.leolagrange.tv. Chaque participant-e autorise, à titre gratuit, la Fédération Léo Lagrange à diffuser et à exploiter son image sur tout support (photos, films, audio).

À cet effet, les participant-e-s autorisent la Fédération Léo Lagrange, pendant trois ans à représenter, à reproduire, à diffuser, à exploiter, l'image du ou de la participant-e.



ALLER PLUS LOIN

RESSOURCES

Le groupe Facebook [ProgrESS l'Atelier par Léo Lagrange](#) pour partager toute l'actualité

Lien vers l'article [Lancement d'une démarche collaborative à la Fédération Léo Lagrange](#)

Lien vers la vidéo [Entretien avec Yves Blein sur la démarche ProgrESS](#)

Lien vers l'article [1, 2, 3, 6 : ProgrESS en 4 chiffres](#)

PROGRESS CAFÉS

Les ProgrESS Cafés ont pour but de favoriser l'échange et la production collective à partir de l'intervention d'un ou plusieurs intervenant.e.s, témoins, et/ou expert.e.s.

Le 1er cycle était consacré à **l'élaboration de la Charte du XXI^e siècle.**

Revoir la vidéo de présentation de ce cycle par Michel Joli, administrateur.

Le travail de rédaction de cette charte va se poursuivre désormais au sein d'un comité de réaction mixte associant administrateur.rice.s et salarié.e.s.

Le 2nd cycle sera consacré à **l'élaboration du projet** stratégique via l'identification de besoins sociaux auxquels la Fédération Léo Lagrange serait à même de répondre.

Il est programmé au 2nd semestre 2018.



ProgrESS

PENSER L'AVENIR
AGIR POUR DEMAIN

ALLER PLUS LOIN

LE PROGRESS INCUBATEUR

Le ProgrESS Incubateur a été créé pour faire émerger des projets innovants au sein du Mouvement.

Le 4 juin dernier, trois projets respectivement sur les thèmes de la jeunesse, de la petite enfance et de la formation professionnelle ont entamé un parcours d'incubation de 8 mois accompagnés par la Ruche.

L'aboutissement de cette démarche sera présenté lors des Ateliers ProgrESS de mars 2019.

Lire l'article [Le ProgrESS incubateur : c'est parti !](#)

RECHERCHE-ACTION AVEC GRENOBLE ECOLE DE MANAGEMENT (GEM)

La Fédération Léo Lagrange a monté un partenariat avec **Grenoble École de Management (GEM)** pour effectuer une étude sur les modèles économiques alternatifs existant dans le secteur de l'Économie sociale et solidaire.

Voir la vidéo de l'[Entretien avec Thibault Daudigeos sur le partenariat avec Grenoble École de Management](#)

Revoir sur le groupe Facebook [la vidéo de la première restitution des travaux de GEM présentée lors du conseil fédéral du 24 juin](#) par Hélène Picard et Thibault Daudigeos.

LE RÉSEAU DE FACILITATEUR.RICE.S

La Fédération Léo Lagrange a souhaité identifier et former au sein de sa communauté un **réseau de « facilitateur.rice.s »** pour diffuser les méthodes et ressources pertinentes en termes de conduite de projets d'innovation.

14 premiers salarié.e.s ont entamé leur formation les 25 et 26 avril et ont suivi une deuxième session de formation les 31 mai et 1^{er} juin. La prochaine et dernière session de formation aura lieu les 27 et 28 septembre.

Lire l'article [Un réseau de facilitateur.rice.s pour favoriser l'innovation](#)

PROGRESS EXPÉ

Le principe des **ProgrESS expé**, c'est d'aller voir des bonnes pratiques pour mieux s'en inspirer. La première ProgrESS expé a eu lieu du 28 mai au 4 juin à l'initiative de Léo Lagrange Centre Est : une délégation LLCE a entrepris un voyage d'étude au **Québec** en rencontrant 20 partenaires identifiés de l'ESS, de l'université et de l'éducation populaire.

Mais pas besoin d'aller si loin pour faire une ProgrESS expé : **chacun.e d'entre vous peut en initier une.**

Il suffit que le sujet, l'exemple soit inspirant et que vous partagiez l'expérience !

ANNEXES

MODE D'EMPLOI DES LIVRABLES ATTENDUS



ProgrESS

PENSER L'AVENIR
AGIR POUR DEMAIN

À l'issue de votre initiative, 2 livrables vous seront demandés pour l'élaboration du projet stratégique de la Fédération Léo Lagrange :

1. Une fiche de restitution.

Il s'agit de la fiche identité de votre action, vous devez mentionner son intitulé, sa date, sa description, le nombre de participant-e-s et le type de public. Vous devez également indiquer les principaux enseignements et les préconisations de votre initiative pour la définition des futures axes stratégiques.

Ajoutez également photos, vidéos, textes et schémas !

2. Une vidéo.

Un 2nd livrable vous sera demandé : une vidéo qui se concentrera plus particulièrement sur un des aspects de votre initiative tel qu'un focus sur un usage ou un besoin issus de vos réflexions, la méthode d'observation utilisée, le rayonnement de votre action et le nombre et le type de votre public.

Caractéristiques de la vidéo :

- 1'30 maximum
- Vous pouvez soit faire un montage soit vous filmer face caméra, et si vous avez d'autres idées n'hésitez pas !
- Vous ne devez traiter qu'un seul aspect de votre initiative
- Votre vidéo sera publiée sur www.leolagrange.tv afin d'être consultable pour l'ensemble du réseau et fera l'objet d'un vote dans le cadre du ProgrESS challenge « spécial Projet stratégique 2025 »

Envoyez votre fiche restitution et votre vidéo à l'adresse suivante :
communication@leolagrange.org