

## ANNEXE 8 : Cartographie des parties prenantes

Nature de la PP	Impact ASF/PP	Impact PP/ASF	Pouvoir de la PP/ASF	Intérêt de la PP/ASF	Type de relation
Quelle sous famille de PP ?	Quels peuvent être les impacts d'ASF sur cette PP si les attentes sont satisfaites Comment ASF impacte-t-elle la PP ? Quelle est la place de cette PP ?	Quels peuvent être les impacts de cette PP/ASF en cas de non satisfaction des attentes	Qualifiez sur une échelle de 1 à 4 le niveau de pouvoir de cette PP/ASF	Qualifiez sur une échelle de 1 à 4 le niveau d'attention portée par la PP/ASF	Action à privilégier
Salariés	4	4	3	3	Engager étroitement la relation
Bénévoles	4	4	4	4	Engager étroitement la relation
Mécénat de compétences	4	4	3	3	Engager étroitement la relation
Administrateurs	4	2	4	4	Engager étroitement la relation
Bureau	4	4	4	4	Engager étroitement la relation
Adhérents	2	1	2	2	Inform
Responsable Mission processus management	4	4	3	3	Engager étroitement la relation
Bénévole propriétaire processus	4	4	3	3	Engager étroitement la relation
Comité d'audit	4	4	2	2	Observer une veille
UNHAS	2	4	4	4	Engager étroitement la relation
IOM	2	3	3	3	Observer une veille
Donateurs particuliers	3	4	3	3	Engager étroitement la relation
Entreprises partenaires (Air France, Groupe ADP)	4	4	3	3	Engager étroitement la relation
Entreprises mécènes (Allianz, Fondation Michelin...)	4	4	2	2	Engager étroitement la relation
Sponsor événement (Dîner de gala...)	3	2	2	2	Observer une veille
Pharmacie Humanitaire internationale	3	3	3	3	Observer une veille
ASF International/ASF Belgique	3	3	4	4	Engager étroitement la relation
Edis	4	4	3	3	Observer une veille
Maxyma	3	2	1	1	Observer une veille
Avialaval	4	4	2	2	Observer une veille
Scallan	4	4	2	2	Observer une veille
OCAC	4	4	2	2	Observer une veille
DGBRDS (Electronic Flight bag)	4	4	2	2	Observer une veille
Siad	4	4	1	1	Observer une veille
Crédit Coopératif	4	4	1	1	Satisfaire les attentes
IOM	2	3	3	3	Satisfaire les attentes
DGAC	4	4	4	4	Satisfaire les attentes
Ministère des AE et du développement international	2	2	2	2	Satisfaire les attentes
La Croix Rouge Française	3	2	2	2	Satisfaire les attentes
Associations partenaires	3	2	1	1	Satisfaire les attentes
CAC Daniel Siboni	3	1	1	1	Satisfaire les attentes
ESA	1	2	2	2	Inform
Bénéficiaires	3	4	1	1	Inform
Grand public/citoyens	3	1	2	2	Inform
Médias, influenceurs	3	3	2	2	Inform

