institut IDEAS
Objectif Intérêt général
20 ANS

Réunion des conseillers IDEAS

24 septembre 2025

Ordre du jour

- Lancement du plan stratégique participatif 2026-2030
- Échange en carrefours sur l'accompagnement post-label
- Les missions d'accompagnement
- Les richesses humaines
- État d’avancement des ateliers Bonnes Pratiques
- Prochaine formation des nouveaux conseillers IDEAS
- Point projet Guide du Guide
- Échange avec les administrateurs

Créer de la valeur durable à l'Institut IDEAS

10 septembre 2025

Exercice de planification stratégique 2026-2030
Présentation de la démarche
Organisation des consultations et travaux collaboratifs

institut IDEAS
Objectif Intérêt général

Un environnement en pleine (ré)volution de l'impact sociétal sur fond d'urgence climatique, d'instabilités sociales et d'inégalités

- Dans un contexte imprévisible et fragilisant, il y a un terrain fertile d'opportunités et de possibles pour répondre de façon créative aux besoins émergents d'accélérer sur l'innovation sociétale, climatique, et systémique. Partout dans le monde ainsi qu'en France, les associations, les fondations, et autres acteurs sociétaux sont parties prenantes à cette réinvention. Cela implique le développement de modèles socio- économiques de plus en plus hybrides (sociaux et entrepreneuriaux) pour accéder à des financements plus pérennes, la structuration de différentes formes de mutualisations pour être plus performants et résilients, et l'intégration du digital et de l'IA 'vertueuse' dans la même logique. Ces évolutions posent un ensemble de questions pour l'Institut IDEAS qui entame un nouveau cycle de planification stratégique :

1. A quels besoins répondrons-nous demain, pour quels acteurs de l'impact sociétal ?
2. Quelle sera notre singularité, en jouant quels rôles, avec quelles compétences ?
3. Quel sera notre portefeuille d'activités, avec quel positionnement et quel modèle de développement ?
4. Quel sera notre modèle socio-économique ? Quid de nos modes de financement ?
5. Quelles parties prenantes fédérer dans la construction de l'Institut de demain ?
6. Etc.

Ce document propose une approche inclusive pour penser le prochain cycle stratégique de l'Institut IDEAS et apporter des réponses à ces questions...

Une façon de travailler singulière et adaptée à l'univers de l'impact*

L'émergence et l'intelligence collective pour faire face à la complexité

Nous croyons que l'intelligence est une richesse inexploitée, et qu'elle constitue le meilleur moyen pour générer des idées riches et pertinentes, et créer l'adhésion face à la complexité. Nos processus de travail visent à faire émerger cette intelligence tout en établissant des rapports humains empathique, bienveillants et constructifs

* Aguialabs (2025)

Une approche systémique des enjeux

Nos interventions sont basées sur une approche systémique des problématiques, où les participants construisent une lecture partagée de leur environnement et des changements de paradigmes qui le façonnent, pour ensuite en dériver les impacts sur l'organisation, et sur eux mêmes en tant qu'individus. Par cette démarchent ils prennent conscience qu'ils sont à la fois spectateurs et acteurs d'un système dans lequel ils peuvent agir vers une transformation

Une approche par la création de valeur : intégration systématique des parties prenantes

Créer de la valeur consiste à bien comprendre les besoins des parties prenantes et ce qui change dans leur vie lorsque l'on y répond (la valeur). Ceci implique une conversation en continu avec les parties prenantes de l'organisation et bouleverse les façons de travailler. Elle garantit la création de valeur

Une communauté d'acteurs mobilisés autour d'une vision partagée

Plus une démarche est portée par des acteurs engagés ensemble, plus elle prendra de la vitesse.
Toutes nos démarches mobilisent les décideurs et leurs équipes, car nous croyons qu'il est indispensable de 'construire l'avion en volant' pour s'adapter en permanence à un monde qui change.

Un filtrage systématique des propositions par l'impact et la valeur

Nous invitons les équipes à se challenger en permanence en se mettant à la place des parties prenantes importantes de l'organisation. Cette approche assure la pertinence des propositions, mais elle est également génératrice des mindsets adaptés à la création de valeur.

À propos de création de valeur*

Créer de la valeur, en théorie...

Consiste à réduire l'écart de perception sur les actions que nous jugeons importantes... et consiste à s'assurer à tout moment d'avoir une perception partagée des bénéfices que nous apportons à l'ensemble de nos parties prenantes. Cela nécessite de savoir se mettre à leur place (empathie) pour comprendre leurs besoins, puis identifier avec eux comment y répondre.

En pratique

La prise en compte systématique des besoins des parties prenantes bouleverse les représentations et les modes de fonctionnement, et pose des questions fondamentales : comment s'assurer de la nature de l'impact recherché, et comment va-t-on le mesurer ? Créer de la valeur, en pratique, cela signifie dépasser nos KPI's, aller au-delà de notre périmètre, et comprendre l'impact systémique de ce que nous faisons... Ce que l'on change de positif dans la vie de nos parties prenantes à travers nos actions !

Les mots clés de la valeur : Perception partagée, congruence, pertinence vs besoin, impact systémique, sens (raison d'être), 'for good', empathie parties prenantes. Les entreprises qui créent le plus de valeur sont celles qui incarnent ces notions au quotidien dans un esprit coopératif d'empowerment.

* Aguialabs (2013-2025)

La démarche

1.0

LANCER LA DÉMARCHE

Concevoir et encadrer la démarche de planification stratégique avec une équipe projet (à constituer)

∼09/2025

Livrable : Une roadmap pour la démarche de planification stratégique + tous engagés

2.0

IMMERSION ÉCOSYSTÈME

Écouter les parties prenantes et des ‘unusual suspects’ innovants pour apprendre, puis compléter par l’analyse de benchmarks et études pertinentes pour contextualiser le plan

∼ 09-10/2025

Livrable : Éléments de support à la réflexion stratégique (parties prenantes, contexte, risques, etc.)

3.0

CONSTRUIRE LE SOCLE STRATÉGIQUE

Des ateliers collaboratifs avec l’équipe projet (y.c. réunion bénévoles et pilotes du 1/10) pour construire les hypothèses du plan stratégique

∼ 10-11/2025

Livrable : Éléments de support à la réflexion stratégique (parties prenantes, contexte, risques, etc.)

4.0

RACONTER LA IDEAS STORY

Co-rédaction du plan stratégique en mode itératif, alternant entre comité de rédaction (2-3pax.) et équipe projet

∼ Début Q1/2026

Livrable : : Plan stratégique en format détaillé et en format vulgarisé de type storytelling

5.0

DÉPLOYER LE PLAN STRATÉGIQUE

Démarches de validation du plan avec les instances et parties prenantes concernées, communication et lancement du déploiement du plan stratégique

∼ Fin Q1/2026

Livrable : Plan stratégique chiffré, approuvé, et lancé auprès de toutes les parties prenantes concernées

Types de consultations pour nourrir et co-construire le plan

TYPE A
ENTRETIENS PARTIES PRENANTES

L'objectif de cet entretien est de vivre un moment d'empathie avec la personne rencontrée, principalement axée sur l'écoute, pour apprendre sur les préoccupations et besoins de celle-ci, ses attentes par rapport à IDEAS en réponse à ses besoins, les conséquences (impact) de répondre à ces besoins, afin de jauger les opportunités de création de valeur futures.

Configuration :
Entretien individuel one-to-one
Guide d'entretien standard pour tous les entretiens
Durée: 45'-60'

TYPE B
ENTRETIENS EXPLORATOIRES ÉCOSYSTÈME

L'objectif de cet entretien est principalement d'inspirer la réflexion stratégique, de comprendre les évolutions et tendances déterminantes pour IDEAS, et d'identifier des opportunités de création de valeur pour le futur

Configuration :
Entretien individuel (soit en one-to-one ou plus)
Guide d'entretien standard pour tous les entretiens
Durée: 45'-60'

TYPE C
RÉUNIONS SPÉCIFIQUES CONÇUES SUR MESURE

Ces réunions peuvent varier d'objectif selon l'interlocuteur, le timing du projet, l'intention, etc. Le seul principe à retenir pour ces réunions est qu'elles doivent être préparées d'avance avec un objectif de création de valeur, un output précis, des questions précises et un mode d'animation adéquat. Cela concerne principalement les réunions avec les fondateurs, avec le Conseil d'administration, et avec les comités spéciaux.

Configuration :
Variable
Principalement des réunions à distance ou in situ de 45'-60'

TYPE D
ATELIERS COLLABORATIFS CONÇUS SUR MESURE

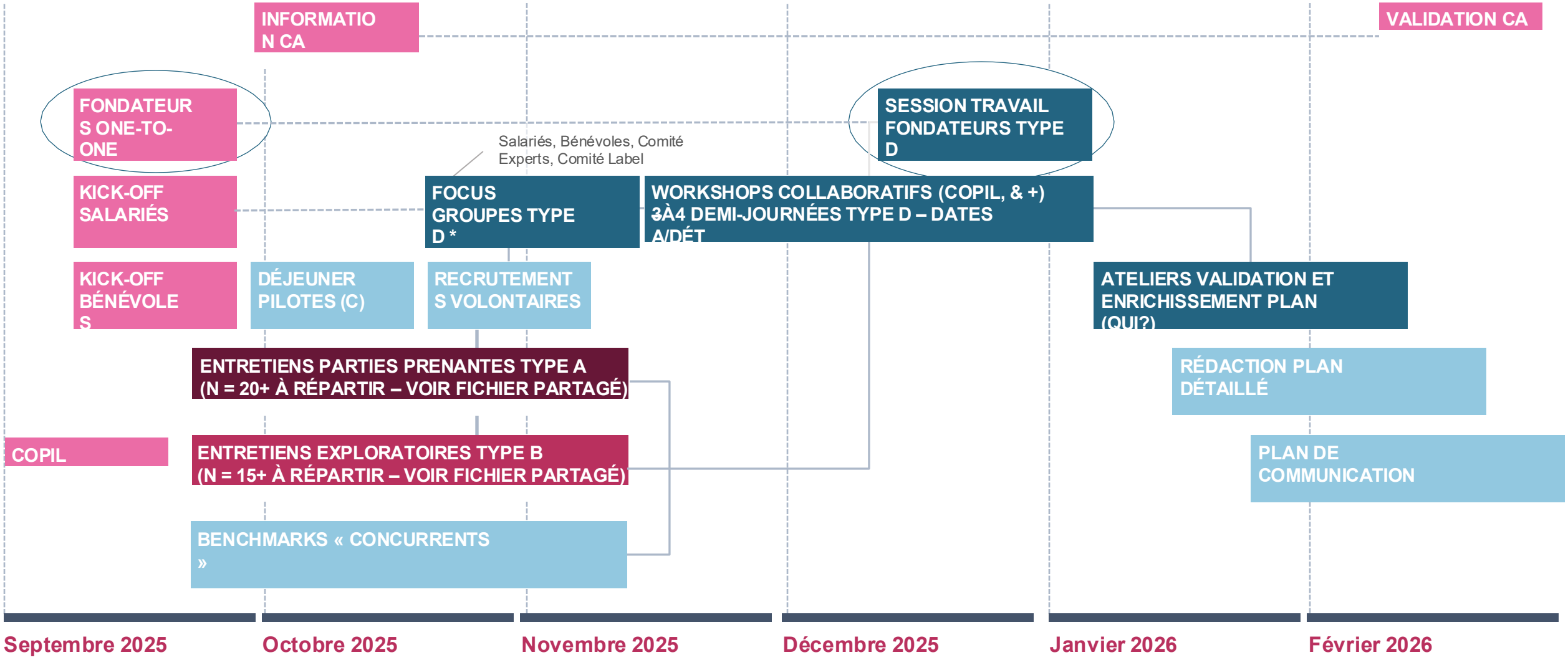
Ces ateliers sont des moments de co-construction qui font appel à l'intelligence collective et à des techniques d'animation efficaces. Cela requiert un travail de design pédagogique, d'organisation logistique, et de facilitation. Ils peuvent prendre diverses formes, et varier en durée (ex. une matinée, une journée, ou plus). Il est impératif de penser ces moments en amont.

Configuration :
Variable
Durée à envisager selon les besoins
Les formats peuvent varier de ½ journée à deux jours

Consultations et travaux collaboratifs

PARTIES PRENANTES	OBJECTIF
1. Comité de pilotage	Piloter la démarche, proposer les orientations, Co- construire les orientations du plan,
2. Equipe centrale IDEAS	Comprendre le processus de plan stratégique (Q&A), Sonder les besoins, attentes, impact potentiel, opp. Futur, Co- construire les orientations du plan
3. Bénévoles	Comprendre le processus, Sonder les attentes et opportunités futures (le futur et leur rôles), Co- construire le plan / Mobiliser volontaires sur certaines actions, rôles dans le plan
4. Conseil administration et comités (expert, label, ...)	Informer de la démarche, Interviews individuels, Valider les orientations
5. Membres fondateurs	Sonder les attentes et opportunités et sujets à creuser, Développement des scénarios et orientations préliminaires
6. Soutiens	Sonder les besoins, attentes et opportunités futures, Sonder les besoins, attentes et opportunités futures
7. Bénéficiaires directs	Sonder les besoins, attentes et impact potentiel, et opportunités futures
8. ESS / hybrides	Sonder les besoins, attentes et impact potentiel, et opportunités futures
9. Fondations / fonds de dotation	Inspiration, comprendre les évolutions et identifier les opportunités futures
10. Fonds impact	Inspiration, comprendre les évolutions et identifier les opportunités futures
11. Agences publiques / état	Inspiration, comprendre les évolutions et identifier les opportunités futures
12. Partenaires actuels	Quand orientations définies
13. « Concurrents »	S'il y an a dans orientations définies
14. Personnalités Inspirantes	Inspiration, comprendre les évolutions et identifier les opportunités futures

Calendrier visuel



Les éléments que pourrait comporter le plan stratégique

(Illustration pour discussion, les contenus seront élaborés en collaboratif sur la base des entretiens, focus groupes et benchmarks réalisés en Phase 2 en tenant compte des besoins du Conseil et des parties prenantes principales)

Bio de Thierry Roussin

Activité

Entrepreneur passionné de cultures, promoteur iconoclaste de la valeur partagée, conseiller de dirigeants, facilitateur, parfois médiateur, Thierry a consacré les 20 dernières années à travailler avec des centaines de dirigeants, de cadres supérieurs, de fonctionnaires et d'acteurs du changement en Europe, en Afrique et au Moyen-Orient afin de stimuler l'innovation, la disruption et les changements de mentalités, avec pour principal objectif de créer davantage de valeur pour toutes les parties prenantes de la Société, et de mettre en place des collectifs qui incarnent véritablement leur raison d'être.

Engagement

Acteur engagé de la finance inclusive et de l'innovation à impact, il consacre une partie de son temps à conseiller en pro bono des entrepreneurs sociaux, à plaider pour le développement de la finance d'impact européenne et parfois, à donner des conférences dans des programmes d'enseignement supérieur axés sur l'innovation sociale. Membre du Pacte Mondial des Nations Unies depuis 2014, son cabinet Aguialabs est certifié B Corporation depuis 2016, et est membre actif à Impact Europe depuis 9 ans, un réseau qui réunit les meilleurs acteurs de l'impact en Europe.

Plus de détails

Citoyen canadien né à Genève, diplômé de HEC Montréal en Administration des affaires, Thierry a également travaillé dans le conseil en transformation et en stratégie d'entreprise, en fusions et acquisitions, et en développement des affaires dans de multiples secteurs pour de grandes organisations multinationales et des start-ups, ainsi que chez Ernst & Young dans l'audit et le financement des entreprises. Il est co-auteur de Circus Company, un livre sur l'agilité au 21ème siècle (Eyrolles, 2006).

INFO@AGUIALABS.COM

LINKEDIN.COM/IN/THIERRYROUSSIN

MERCI !

institut IDEAS
Objectif Intérêt général

Nos membres fondateurs :

Conseil National de l'Ordre des experts-comptables
Compagnie Nationale des Commissaires aux Comptes
Caisse des Dépôts

Nos soutiens

Ministère de l'Education Nationale et de la Jeunesse
Fonds pour le Développement de la Vie Associative
BNP Paribas
Fondation Francis Lefebvre
Crédit Mutuel
Fondation Crédit Coopératif
Ville de Paris

Carrefours conseillers

Echange de bonnes pratiques sur l'accompagnement post-label

- Comment réussir l'accompagnement post-label (et se simplifier la relabellisation) ?

  •En sous-groupe : présentation (prénom + noms + associations accompagnées) puis échanges sur ce qui marche pour cette phase spécifique (25')
  •En assemblée : Partage avec un rapporteur par groupe (3' de restitution par groupe)

Bonnes pratiques proposées par les carrefours conseillers

Accompagner en post-label

- Garder le rythme des réunions (1/trimestre minimum) même si l'association traine les pieds
- Se focaliser sur 1 ou 2 priorités, poser le principe de l'amélioration continue
- Repartir des besoins exprimés, sans perdre de vue les recos issues du label (relire les rapports);
- Partager avec l'association la feuille de route post-label (recos comité label, conseillers et contrôleur), et se donner des indicateurs (faire un rapport annuel de progrès) et des jalons
- S'appuyer sur un allié méconnu, le comité de vigilance: est-il actif ? Proposer de le rencontrer, présenter à ses membres l'accompagnement post-label, comprendre son fonctionnement…
- Participer à l'AG et aux évènements de l'association, à ses activités

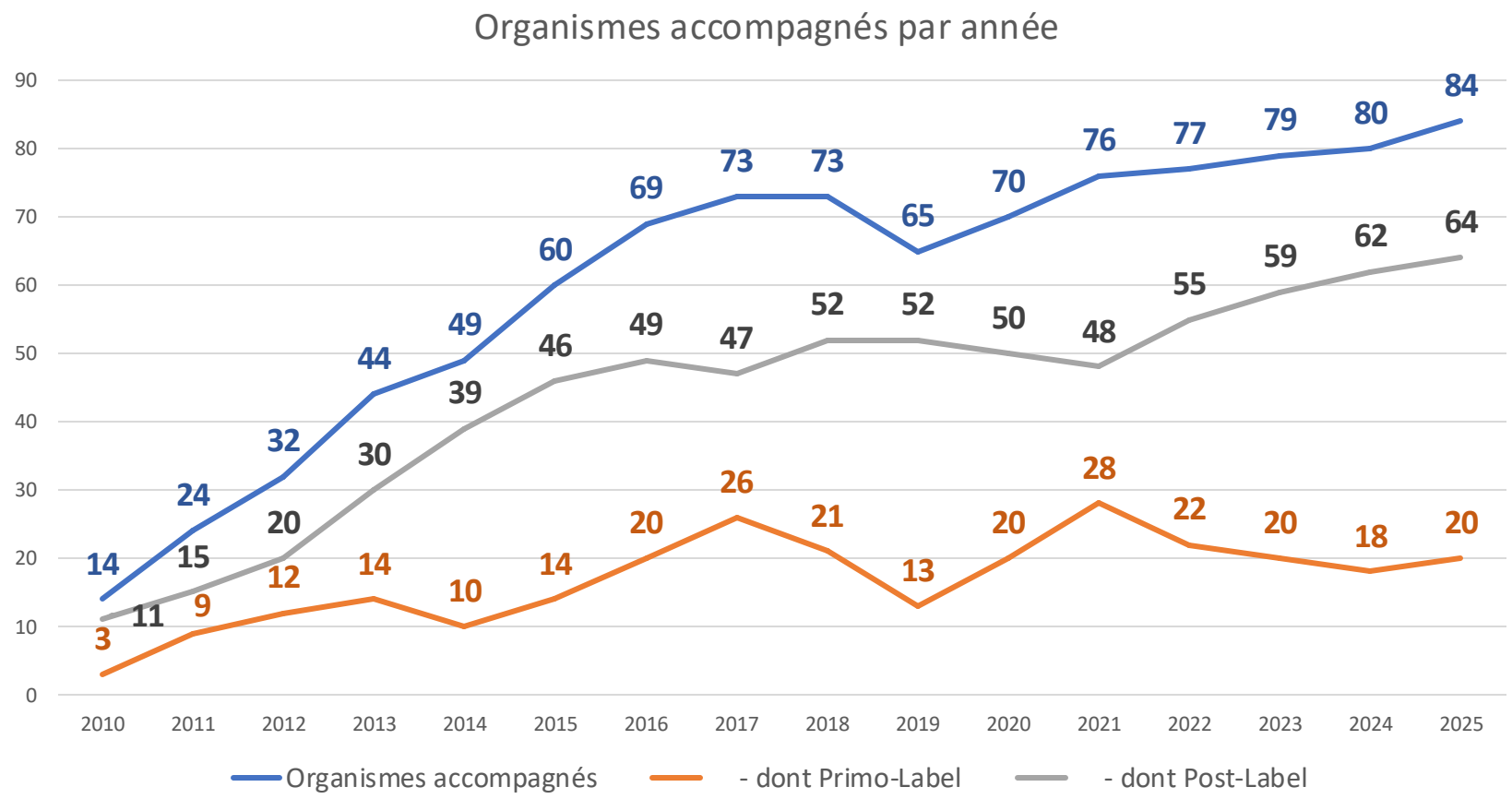
Bonnes pratiques proposées par les carrefours conseillers

Accompagner en post-label

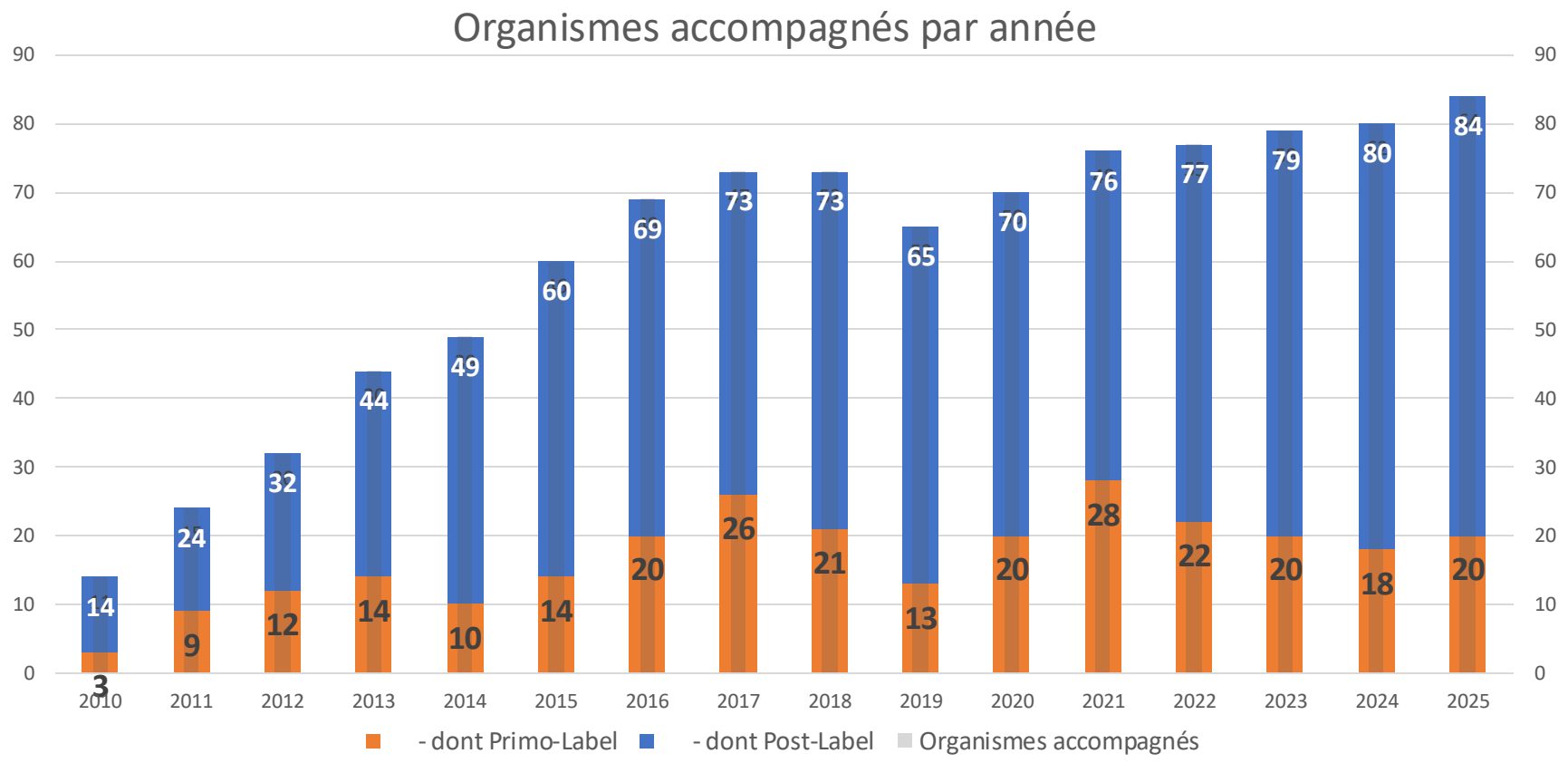
- Entretenir l'échange dans le binôme (un appel, un café de temps en temps)
- Utiliser plus la Dropbox avec l'association
- Renouveler un des membres du binôme pour rester dans une dynamique
- S'appuyer sur le pilote pour avoir un guidage, des apports
- Chercher la bonne posture (accompagner, faire avec…)
- Faire un point dans la foulée du comité label, pour profiter de l'élan
- Formaliser un doc synthétique sur le post-label (cf support de formation nouveaux conseillers)

A suivre !

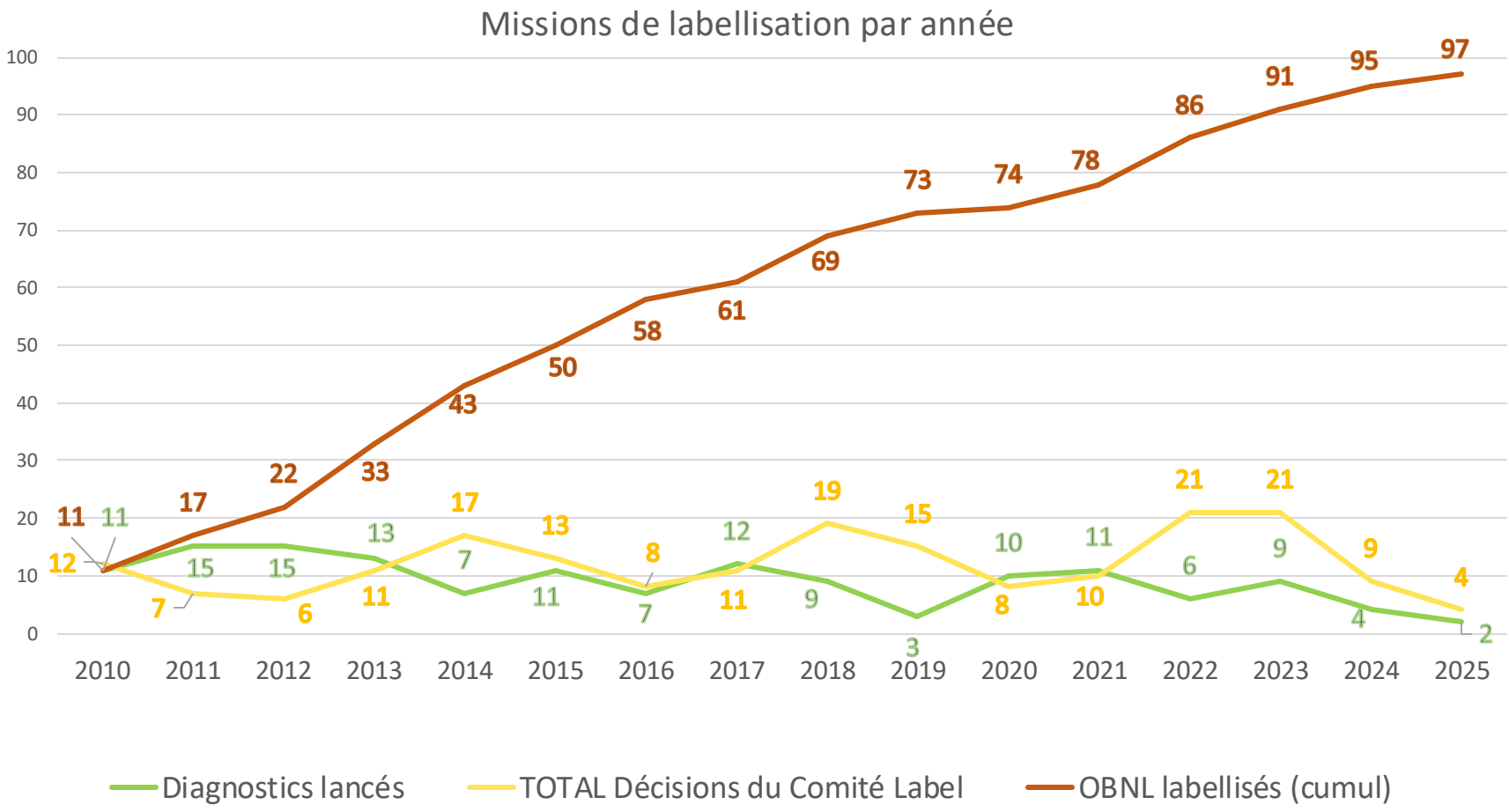
Les missions d’accompagnement



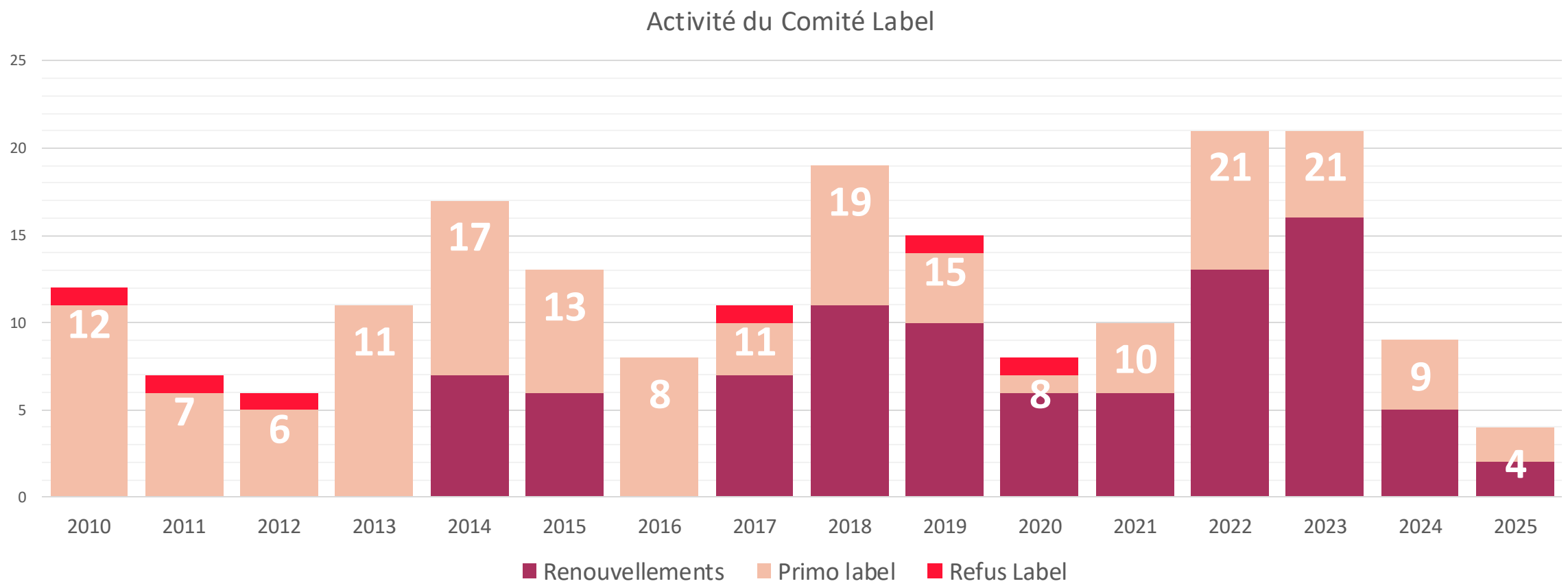
Les missions d’accompagnement



Les missions de labellisation



Les missions de labellisation

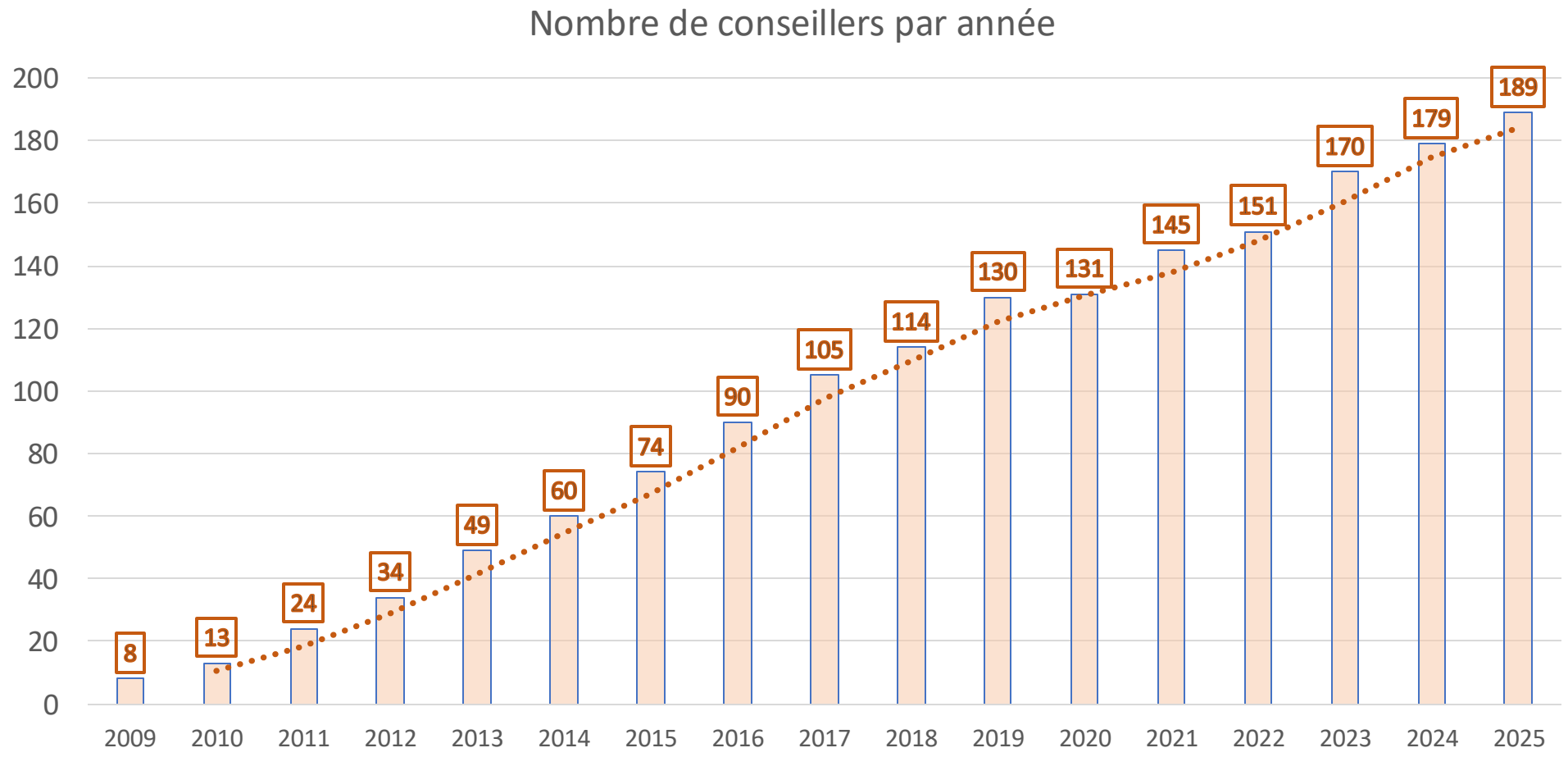


Les richesses humaines

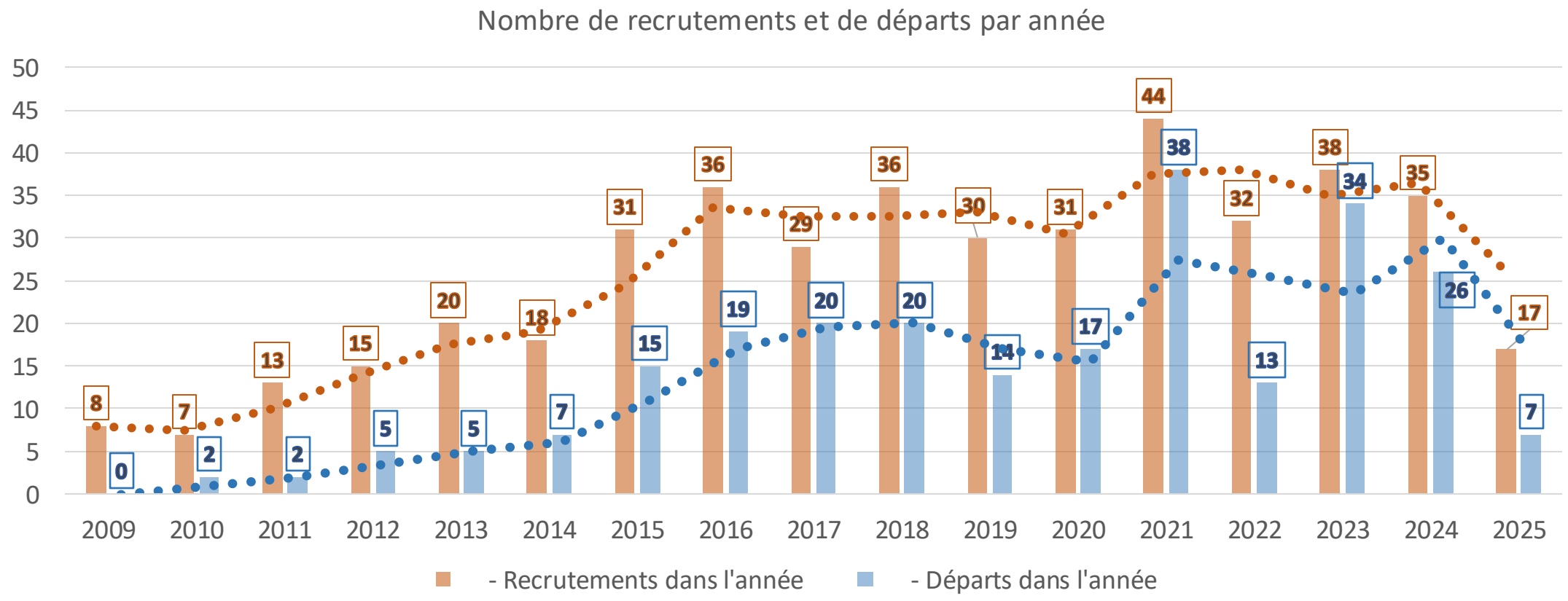
Les conseillers bénévoles IDEAS

Richesses humaines		2025	2024	2023	2022	2021
Conseillers Bénévoles		**189**	**179**	**170**	**151**	**145**
	- Recrutements dans l'année	17	35	38	32	44
	- Départs dans l'année	7	26	34	13	38
Bénévolat	Heures de bénévolat déclarées	**3 648**	**6 278**	**8 517**	**7 926**	**8 504**
	Pourcentage de répondant	31%	33%	70%	65%	86%
	Base 100% de réponses	11 843	18 796	12 225	12 194	9 888

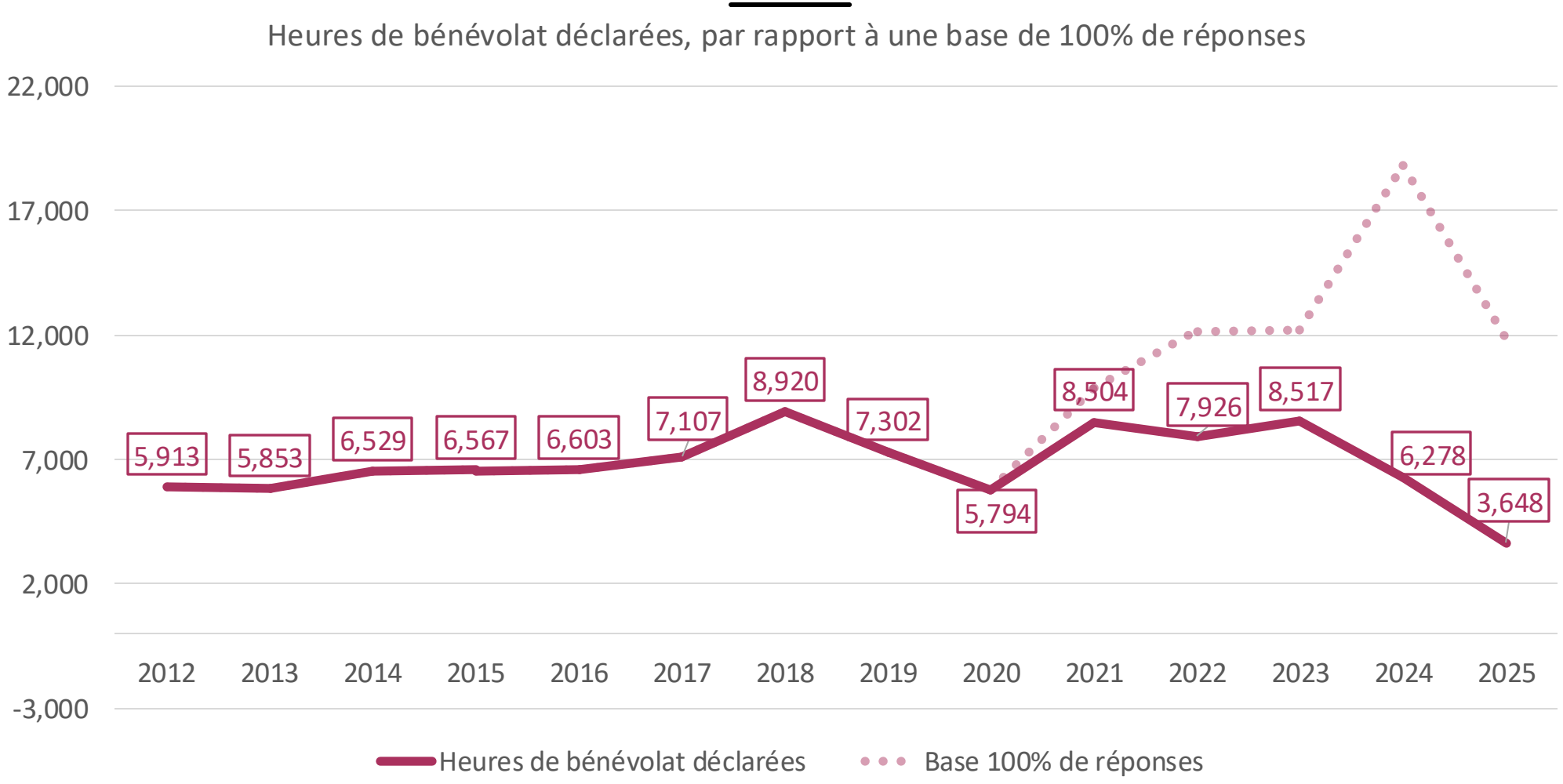
Les richesses humaines



Les richesses humaines



Les richesses humaines



Etat d'avancement des ateliers Bonnes Pratiques

THÉMATIQUES	RÉFÉRENT et CONCEPTEUR	CO-CONCEPTEUR(S)	ANIMATEURS
Réaliser le diagnostic organisationnel de sa structure	Marie-Bernard Delom	Jean-François Le Page	Marie-Bernard Delom Jean-François Le Page Sylvain Lemaire
Créer une dynamique au sein du Conseil d'Administration	Marie-Bernard Delom	Suzanne Chami	Sylvain Lemaire Jean-Marc Chanliau Marie-Claude Libois Eric Soyer
Une cartographie des parties prenantes : pour quoi faire ?	Jean-François Le Page	Philippe Rampon	Jean-François Le Page Jean-Marc Chanliau Pascal Anglada
La démarche d'élaboration du plan stratégique	Jean-François Le Page	Patrick Alix	Jean-François Le Page Claude Le Berre Pascal Anglada
Intégrer la gestion des risques dans le dispositif de contrôle interne	Philippe Rampon	Christine Aubriet	Philippe Rampon Jean-Henri Michau Christine Aubriet
Mettre en place un dispositif de pilotage avec les outils appropriés	Jean-Louis Villoutreix	Philippe Rampon Jean-Henri Michau	Jean-Louis Villoutreix Jean-Marc Chanliau Jean-Henri Michau

Etat d’avancement des ateliers Bonnes Pratiques

- ❑ **Pilotage global : Sandra Painbéni**
- ❑ **Expertise pédagogique globale : Sandra Painbéni et Roberto Fiorentino**
- **Un groupe projet par atelier** composé de :
  - Un **référent** qui conçoit la version 0 des livrables avec l’aide des concepteurs et s’assure de l’avancée de la création de l’atelier
  - Un ou plusieurs **concepteurs** en appui du référent
  - Des **animateurs**
- **4 livrables standardisés en cours de validation par les experts pédagogiques**
  - Fiche descriptive de la formation
  - Déroulé de l’atelier
  - Support de présentation
  - Document final remis au participant (PDF)
- **Phase de test planifiée pour la coanimation de chaque atelier**

Prochaine formation des nouveaux conseillers IDEAS 25 et 26 novembre

Cooptez des conseillers

- Vous aimez votre activité de conseiller
- Vous avez des amis et relations qui pourraient trouver de l'intérêt dans ce rôle
- Mettez-nous en relation !

PROJET GUIDE du GUIDE IDEAS

OBJECTIFS

1) **Compléter le Guide IDEAS par un nouvel outil grand public qui capitalise différents supports de compréhension des Bonnes Pratiques (BP).**

2) **Répondre à la demande des conseillers et des associations accompagnées de compléter le Guide IDEAS avec des éléments facilitant la compréhension des BP et leur mise en œuvre :**
   - ***Pourquoi de la BP ?***
   - ***Comment la mettre en œuvre ?***
   - ***Quels Critères Qualitatifs de notation (pour atteindre le « existe et est documentée ») ?***
   - ***Questions fréquentes/sensibles ou commentaires particuliers relatifs à la BP.***

OBJECTIF : DES FONDAMENTAUX ASSOCIATIFS CLAIREMENT DEFINIS ET SUIVIS

G1	G1.1 #1.2.3 Un projet associatif clair et cohérent	G1.2 #4 Une charte éthique/de déontologie	G1.3 #5.6 Des activités conformes au projet associatif et à la charte

Bonne Pratique #2

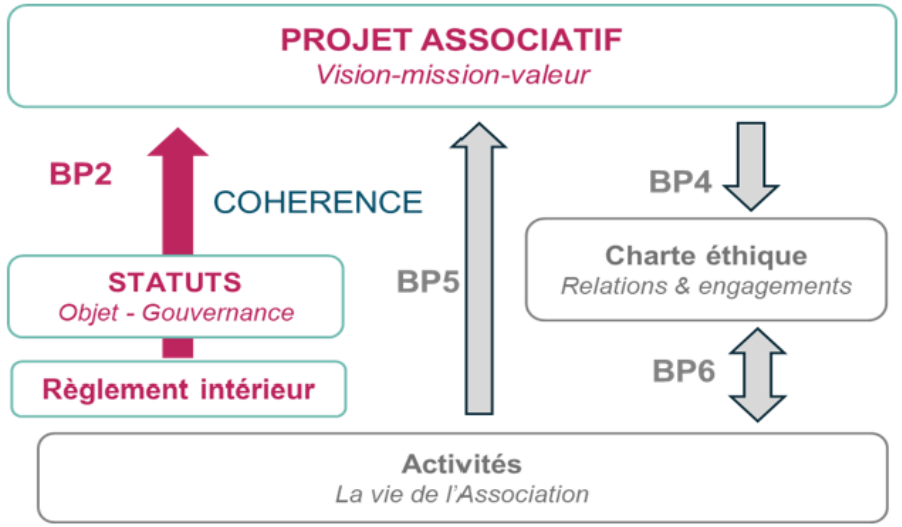


TABLEAU DE COMPARAISON – ANALYSE DE COHERENCE				
Projet Associatif	Statuts / Règlement intérieur	Charte éthique	Rapport annuel	Autres sources (site, éléments de comm....)
XXXXXX	XXXXXX	XXXXXX	XXXXXX	XXXXXX

POUR ALLER PLUS LOIN

GOUVERNANCE

OBJECTIF : DES FONDAMENTAUX ASSOCIATIFS CLAIREMENT DEFINIS ET SUIVIS

G1	G1.1 #1.2.3 Un projet associatif clair et cohérent	G1.2 #4 Une charte éthique/de déontologie	G1.3 #5.6 Des activités conformes au projet associatif et à la charte

Bonne Pratique #2

Le projet associatif et les statuts de l'entité sont en cohérence .

Pourquoi ?

Rappel : les Statuts sont le document officiel (le seul) constitutif de l'entité. Ils sont le Contrat d'origine qui s'impose à tous les adhérents de l'Organisme. Les statuts définissent l'objet de l'organisme ainsi que les règles de fonctionnement / de gouvernance. Il couvre en particulier les modalités de vie (durée, domicile, ressources…), la composition (les membres), les organes dirigeants (AG OCA, Bureau), le Président (pouvoirs et délégations), les directions et les comités permanents, les règles de fonctionnement…

Le projet associatif définissant la raison d'être de l'entité, il doit donc bien être en cohérence avec l'objet défini dans les statuts.

Comment ?

La comparaison entre le projet associatif et les statuts permet d'évaluer la cohérence (cette évaluation se fait aussi sur les éléments de communication, plaquettes, internet, autres, relatifs au projet associatif). En particulier, s'assurer que la formulation de l'objet dans les statuts n'est pas plus restrictive que la description du projet associatif ou des divers documents mis sur le site.

Critères qualitatifs ?

Pas d'incohérence notée entre la rédaction du projet associatif et les dispositions spécifiques (qui précisent certains points du droit commun) avec l'objet et les règles de fonctionnement définis dans les statuts et le règlement intérieur s'il existe.

Questions / Commentaires

Cas des OBNL RUP /non RUP:

1) Si l'Organisme est RUP – (reconnu d'utilité publique): il utilise les modèles requis (modèle statuts associations RUP https://www.service-public.fr/particuliers/vosdroits/R34366; modèle statuts fondations RUP https://www.service-public.fr/particuliers/vosdroits/R31090).
2) Si l'organisme n'est pas RUP, l'écriture des statuts est libre. Ils doivent inclure a minima la description de l'objet de l'organisme et les règles de fonctionnement. (le site association.gouv en fournit une trame).

Cas des cotisations des membres à 0€ ou non appelées

Même si des cotisations sont mentionnées dans les statuts, il peut arriver que l'Organisme ne fasse aucun appel à cotisation auprès de ses membres.

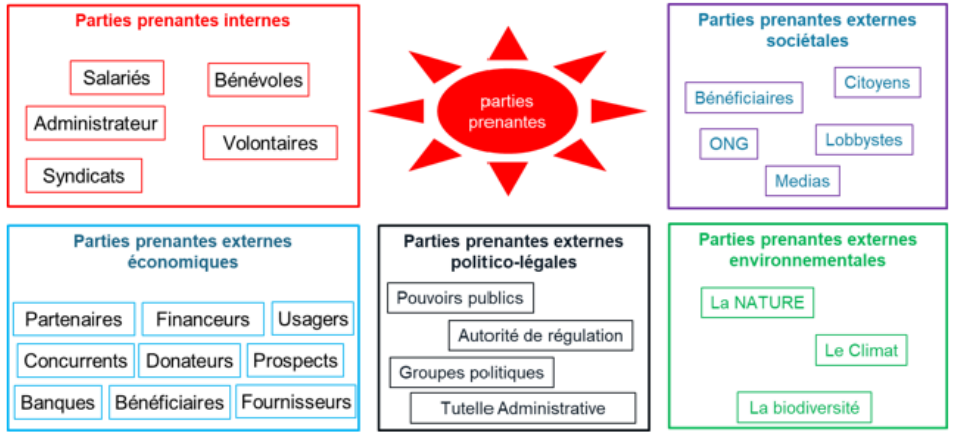
1. le droit français n'impose pas le versement d'une cotisation au cas d'espèces,
2. si les statuts prévoient la possibilité d'une cotisation, en général elle n'en fixe pas le montant et renvoie à l'assemblée générale la tâche d'en fixer le montant,
3. l'assemblée générale est souveraine et peut donc fixer un montant de cotisation égal à zéro. La décision de fixer le montant des cotisations à zéro est régulière et non contraire aux dispositions législatives et réglementaires applicables ni aux statuts

Commentaires sur le Règlement Intérieur (RI) Le RI n'est pas obligatoire mais il permet de compléter les statuts sans avoir à les modifier et de préciser les modalités de fonctionnement de l'entité. Le règlement intérieur peut être établi par le conseil d'administration qui le fait approuver par l'assemblée générale (art 17 du modèle de statuts commentés) (pour les fondations, c'est l'OCA qui le valide).

GOUVERNANCE

Bonne Pratique #4

CHARTE ÉTHIQUE COUVRE LES RELATIONS AVEC LES PARTIES PRENANTES ET RÉGIT LES COMPORTEMENTS ATTENDUS (DROITS ET DEVOIRS DE CHACUN)



GOUVERNANCE

POUR ALLER PLUS LOIN

- *Guide AFA 2022-Agence Française Anticorruption « MAÎTRISER LE RISQUE D'ATTEINTE À LA PROBITÉ AU SEIN DES ASSOCIATIONS ET FONDATIONS RECONNUES D'UTILITÉ PUBLIQUE Bonnes pratiques relatives à la gouvernance et la gestion du don » :*

  GuideArupFrup_Web.pdf (agence-francaise-anticorruption.gouv.fr)

OBJECTIF : DES FONDAMENTAUX ASSOCIATIFS CLAIREMENT DEFINIS ET SUIVIS

G1 | G1.1 #1.2.3 Un projet associatif clair et cohérent | G1.2 #4 Une charte éthique/de déontologie | G1.3 #5.6 Des activités conformes au projet associatif et à la charte

Bonne Pratique #4

L'organe collégial d'administration rédige et met en œuvre une charte qui :
- rappelle la vision, les valeurs et les missions présentées dans le projet associatif
- explicite les modes de relations et les engagements réciproques entre l'entité et ses parties prenantes
- pour les entités tête de réseau , définit les engagements réciproques avec ces entités d'un même réseau.

Pourquoi ?

- La charte éthique résume de manière explicite et officielle les engagements réciproques des Parties Prenantes.
- La publication officielle de la charte éthique valide la force de ses engagements.

Comment ?

Rappel : cette charte rappelle succinctement la vision, la mission et les valeurs de l'organisme; elle précise les modes de relations avec toutes les catégories de parties prenantes

Pour chacune des parties prenantes (voir la cartographie des PP – BP3), la charte éthique :
- décline les principes (issus des valeurs de l'organisme) qui guident leurs relations
- précise les engagements respectifs :
  - Ce que l'organisme peut offrir
  - Ce qu'il attend en retour

Elle est communiquée et diffusée aux parties prenantes internes et externes concernées.
Le CSE et/ou les IRP doivent être consultés sur le projet de charte éthique

A noter : L'Agence Française Anticorruption (AFA) préconise comme bonne pratique la rédaction d'une charte éthique qui fasse référence à la prévention et à la détection des conflits d'intérêt.

Critères qualitatifs ?

- Cartographie des Parties Prenantes finalisée (puisqu'il doit y avoir une cohérence entre ces deux livrables)
- La charte est facilement accessible (elle doit être présente sur le site internet de l'organisme): elle est un élément clé de communication.
- Le document est en général synthétique (2 ou 3 pages) ou un résumé synthétique peut en être fait pour la communication externe.

Questions / Commentaires

Précision concernant la mention relative aux entités tête de réseau,.

Concernant les entités tête de réseau qui doivent définir les engagements réciproques avec ces entités d'un même réseau, la bonne pratique est à appliquer au sens large ie « elle s'applique en particulier, pour les entités qui démultiplient leur action au travers de structures juridiques distinctes, associations affiliées ou filiales. Dans ce cas, la charte rappellera les engagements réciproques avec celles-ci (qui pourront d'ailleurs être précisés dans d'autres documents).

GOUVERNANCE

Echange avec les administrateurs

- Réélection de Khadija au collège des bénévoles
- Annonce de la lettre d'info n°5 avec une rubrique nouvelle : Témoignage d'un bénévole illustrant la vie d'un organe de l'association
- Rappel de la messagerie des administrateurs bénévoles : benevole@ideas.asso.fr :

Ressources pour l'évaluation et la mesure d'impact

Le Mouvement associatif, le F3E et la Fonda ont engagé un partenariat autour d'un programme intitulé « Nouveaux regards sur l'évaluation en association (NOURA) », dont la mise en œuvre est prévue sur la période 2025-2026. L'objectif du programme est de contribuer à consolider et valoriser le modèle associatif en France, par le renforcement de la culture et de la pratique de l'évaluation. Son principe est de partir de l'expérience des associations dans les territoires et structurer une dynamique collective mobilisant toutes les parties prenantes concernées par le sujet.

250214_Descriptif_synthetique_Noura.pdf

En cours : réalisation technique d'un outil d'auto-évaluation issu des travaux d'un des groupes de travail du
À suivre : phase d'expérimentation grandeur nature au premier semestre 2026 pour lesquels un appel à candidature des auprès des Associations pour tester l'outil.

L'équipe IDEAS vous tiendra au courant de cet appel !

Ressources AVISE sur l'évaluation :

Avise_guide_evaluer-son-impact-social.pdf

Avise-fidarec-improve_cahier-p_principes-methodo-eis.pdf

Avise_201712_mde_impact_social_web.pdf

Les outils d'évaluation

AFD : cartographie des méthodes d’évaluation

PowerPoint Presentation

A vos agendas

- 30/09 : IDEAS Lab "*Coopération*" avec La Fonda
- 6/10 : IDEAS Lab "*Cartographie des risques"* avec Apprentis d'Auteuil
- 18/11 : Réunion des Conseillers IDEAS
- 19/11 : Webinaire "*Qualité de vie au travail"* avec la fondation Projet 4121
- 9/12 : IDEAS Lab "*Mécénat"* avec FIDAL

institut IDEAS
Objectif Intérêt général
20 ANS

Nos membres fondateurs

Conseil national de l'Ordre des experts-comptables
Compagnie Nationale des Commissaires aux Comptes
Caisse des Dépôts

Nos soutiens

Ministère de l'Education Nationale et de la Jeunesse
Fonds pour le Développement de la Vie Associative
BNP Paribas
Crédit Mutuel
Fondation Francis Lefebvre
Fondation Crédit Coopératif
Ville de Paris

info@ideas.asso.fr / www.ideas.asso.fr

in

@ S'abonner à la newsletter