

Prête pour le futur

Pour beaucoup d'associations, le succès ne coule plus de source. La société évolue, et avec elle les gens – les associations doivent donc y réagir. Il ne s'agit pas de se réinventer totalement, mais plutôt de procéder à des ajustements réguliers et ciblés. Il n'y a aucune honte à demander conseil, par exemple aux experts de vereinscoaching.ch.

Interview: Christine Schnapp

Philipp Moor, vereinscoaching.ch existe depuis plus de 10 ans. Comment vous est venue l'idée de proposer une telle offre aux associations et quelle en est la demande?

L'idée est née du fait que, dans le cadre de mes fonctions, je me suis souvent retrouvé exposé à des questions relatives à la direction et à la gestion d'associations. J'ai donc créé le premier site web ainsi que l'offre en question. Nous avons tellement grandi ces dernières années que nous travaillons désormais avec jusqu'à huit coachs que nous déployons de manière ciblée. Actuellement, nous recevons en moyenne deux demandes par semaine.

Que comprend exactement l'offre de vereinscoaching.ch, pour quels types de demandes les associations peuvent-elles s'adresser à vous?

Les thèmes et les défis posés aux fédérations et aux associations ne sont en principe pas nouveaux. Cela va de la planification classique de la relève, du recrutement de membres et de la gestion générale de l'organisation aux situations conflictuelles, en passant par la mise en place d'une vision et d'une stratégie. Nous remarquons toutefois que les associations et fédérations s'intéressent de plus en plus à la vision et à la stratégie et qu'elles les exigent de plus en plus.

Actuellement, notre programme comprend un premier entretien classique, qui constitue souvent

Qu'est-ce que vereinscoaching.ch?

Vereinscoaching est un service de conseil proposé par les membres d'associations pour les membres d'associations. L'offre porte sur des thèmes tels que la création et la dissolution d'associations, les fusions, la révision des statuts, les sondages auprès des membres et l'examen des offres, mais aussi les processus de vision et de stratégie, le coaching mental et la protection des données. Toutes les informations:

vereinscoaching.ch

la base d'une collaboration. Ensuite, selon la situation, des sondages en ligne, différents formats de workshop ou un accompagnement de projet sont demandés.

Chaque association a sa propre façon de fonctionner et son histoire. Comment pouvez-vous, en venant de l'extérieur, aider une association donnée à relever avec succès les défis qui se présentent à elle?

Nous ne proposons pas de workshops standardisés. Pour commencer, nous analysons et évaluons toujours les défis à relever. Sur cette base, nous développons différentes approches et proposons des solutions adaptées à l'association. Même si la thématique reste souvent la même, chaque association ou fédération bénéficie d'un conseil ou d'un soutien personnalisé. En ce sens, nous orientons notre action vers les objectifs de l'organisation. À la fin, la solution doit être adaptée à l'association.

Chaque association a-t-elle ses propres problèmes ou observez-vous un cumul de certains thèmes?

Pendant la période du coronavirus, nous avons constaté un accroissement des questions relationnelles. Les thèmes classiques restent toujours le recrutement et la fidélisation des membres ou le plan de succession. Actuellement, nous constatons que les fédérations et les associations se soucient de leur positionnement et de leur planification à long terme, c'est-à-dire de leur vision et des stratégies à mettre en œuvre.

Beaucoup d'associations signalent qu'elles ont de plus en plus de mal à trouver des personnes disposées à assumer des fonctions. Est-ce aussi votre constat?

Oui, c'est souvent la situation de départ lorsque nous sommes sollicités. En ce sens, cela vaut également pour les associations. Nous adoptons alors une approche globale et indiquons les raisons possibles. Il manque souvent une perspective ou une marge de manœuvre, ou en d'autres termes, le bénévolat est peu attractif.

Quels sont les changements sociaux les plus importants que les associations devraient prendre en compte dans l'organisation de leurs structures et le développement de leurs offres?



Philipp Moor est le fondateur de vereins-coaching.ch. Sa carrière associative a débuté par une appartenance à une société de gymnastique, qui s'est transformée en un engagement de longue date au sein du comité directeur (aujourd'hui membre d'honneur). Depuis 2021, il est membre du comité central de la Fédération suisse de gymnastique (FSG). Sur le plan professionnel, Philipp Moor a commencé par un apprentissage dans l'artisanat, puis a suivi une formation de policier. Il a travaillé pendant de nombreuses années dans le domaine du développement des ressources humaines et est depuis 2025 directeur général de Samaritains Suisse.



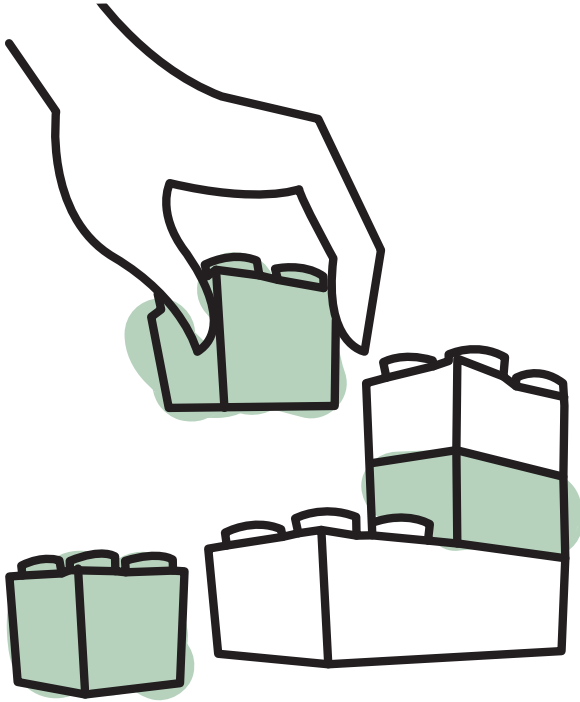
Photo: mäd

De nombreuses associations ont été fondées il y a près d'un siècle. En ce temps-là, les conditions étaient complètement différentes et les motivations peut-être également. La société a assurément changé depuis lors et les associations et fédérations devraient accorder de l'importance à ces changements. Nous parlons ici de mégatendances : l'individualisation, la santé, le besoin de connectivité n'en sont que quelques exemples. Lorsque les associations parviennent à identifier ces tendances et à en déduire les bonnes stratégies, celles-ci deviennent moins une «malédiction» qu'une «bénédiction», c'est-à-dire qu'elles peuvent réussir à gagner de nouveaux membres grâce aux mégatendances, ou précisément à cause d'elles.

Votre expérience au sein d'associations et votre activité de coaches d'associations vous ont permis d'acquérir une bonne vue d'ensemble du paysage associatif suisse. Pensez-vous que les associations sont encore importantes aujourd'hui et qu'elles ont un avenir?

En prenant en compte une mégatendance comme l'individualisation de notre société, on pourrait être tenté de remettre en question le modèle associatif. Mais nos expériences montrent que les gens recherchent toujours des gens qui partagent les mêmes idées et avec lesquels ils peuvent pratiquer une activité. Dans ce sens, le concept d'association n'est pas dépassé. Mais il faut aussi se demander si,

COMMUNAUTÉ



à l'avenir, il n'y aura plus que des membres avec des droits et des devoirs, ou si l'on parlera plutôt d'une communauté.

Vous avez récemment ajouté une nouvelle offre à votre programme, appelée «LEGO® Serious Play®». En quoi jouer avec des Lego aide-t-il à résoudre les problèmes au sein d'une association?

Cette méthode nous permet de découvrir une nouvelle dimension de certains workshops, par exemple. Les participants peuvent en effet construire de leurs mains ce qu'ils ne parviennent peut-être pas à exprimer avec des mots. Il s'agit donc d'un élément supplémentaire, à savoir le modelage, qui aide à la visualisation. Il s'agit clairement d'un enrichissement par rapport aux flipcharts et aux cartes roses. Cette méthode est en outre très bien adaptée au développement de stratégies ou aux mesures de renforcement de l'esprit d'équipe.

**Pour finir, un mot à propos des conflits.
Que conseillez-vous aux associations ou aux**

comités directeurs qui sont confrontés à des conflits internes insistants qui entravent leur développement?

De telles discussions et de tels conflits montrent souvent combien le sujet suscite de passion. Il est important que le sujet reste au centre des préoccupations. L'objectif doit consister à développer l'association ou la fédération et non à imposer des sensibilités personnelles. Une culture du débat saine est utile. Mais il faut aussi se concentrer sur le sujet. Nous disons toujours qu'il faut pouvoir discuter du sujet de manière rigoureuse. Mais tous font cela comme un hobby et cela doit aussi être un plaisir. Il s'agit donc des règles de communication fondamentales et des compétences sociales, qui sont certainement devenues plus importantes, qui font des comités des équipes efficaces et qui ne se contentent pas de seulement discuter. ★

Annonce

An advertisement for PEFC. It features a background image of a lush green forest with tall trees and sunlight filtering through the leaves. Overlaid on the image is a green rectangular box with the text "De quel bois êtes-vous fait ?" in white. Below the text, there are two cross-sections of wood, showing the growth rings. In the bottom right corner, there is a white square containing the PEFC logo, which consists of a green circular emblem with a stylized tree and the text "PEFC" below it. At the bottom left of the advertisement, the website "www.pefc.ch" is written in white.