

RÉFORME DES RYTHMES SCOLAIRES

KIT D'ACCOMPAGNEMENT

pour préparer au mieux l'été 2023 (et les suivants)

Cette étape est à vivre en équipe d'unité / groupe de travail

RAISON D'ÊTRE du kit

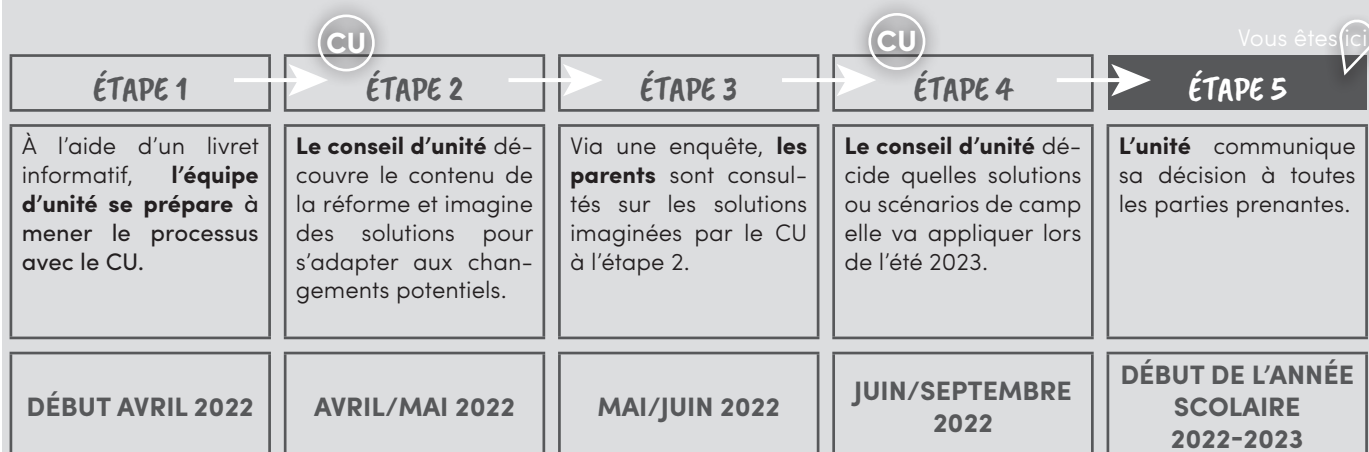
Aider chaque unité à prendre **connaissance** de la **réforme des rythmes scolaires** (d'application dès la rentrée 2022) et à **prendre conscience des impacts** qu'elle aura, directement ou indirectement, sur ses activités et celles des autres.

La **solidarité entre unités** sera la clé qui permettra à chaque scout de partir en camp en 2023.

OBJECTIF du kit

Accompagner le CU dans sa réflexion autour de l'organisation des prochains étés ET dans l'éventuelle conception de scénarios de camps, permettant ainsi de s'adapter aux impacts que la réforme aura dès 2023.

Ce kit est conçu en cinq ÉTAPES



Éditrice responsable : Christelle ALEXANDRE

Les Scouts ASBL

Tél : 02.508.12.00

Rue de Dublin 21 – 1050 Bruxelles

lesscouts@lesscouts.be



Objectifs de l'étape 5

Dans cette production, vous travaillerez autour des P suivants :

PUBLICITÉ

PROMOTION

- **Inform**, sans attendre, toutes les parties prenantes de la décision prise par le CU.
- **Rassur** sur la pertinence de la décision proposée.
- **Montr** que l'unité a anticipé la mise en route de la réforme et a su se réinventer proactivement.
- **Démont**er, s'il le fallait encore, que les animateurs sont des adultes responsables envers lesquels les parents peuvent avoir toute confiance.

Quand communiquer ?

Dès la reprise des activités de l'unité au début de l'année scolaire 2022-2023.

Des conseils pour bien communiquer

Un seul mot d'ordre : anticipation ! On insiste : **AN-TI-CI-PA-TION**. L'organisation de l'été 2023 est vraiment une nouveauté. Ce n'est qu'en s'y prenant bien à temps que les personnes impactées pourront prendre action et planifier leur été.

Pourquoi si tôt ?

- À côté du camp scout gravitent bien d'autres éléments pour lesquels les familles doivent aussi s'organiser : les dates de congés des parents et des frères et sœurs, les inscriptions en stages, les séjours chez Mamy Lou et Papy Jo, la réservation des vacances, etc.

Informez dès septembre les familles des éventuels changements concernant le camp, permet donc à celles-ci de **ne pas être prises au dépourvu** et de **planifier les congés familiaux le plus sereinement possible**. Nombreuses seront les familles qui t'en remercieront.

Évidemment, tu n'auras peut-être pas encore les dates précises de camp. Mais au moins une **période** (déplacement du camp vers la fin juillet ?), une **durée** (plus de pré-camp aîné(e)s sur l'endroit de camp mais au local ? Camp plus court ?), une **formule** (passage vers un camp d'unité ?), **etc (en fonction de ton scénario global)**.

- Si la réservation d'un lieu de camp devait être modifiée pour correspondre au nouveau scénario de camp, il est judicieux de reprendre contact sans attendre avec le propriétaire afin de l'en informer et éviter ainsi toutes mauvaises surprises à la veille de l'été.
- Idem auprès des prêteurs de matériel, si jamais les besoins habituels de l'unité s'en trouvaient modifiés.

Vers qui communiquer ?

Vers les scouts et les parents, bien sûr. Mais il peut être pertinent d'informer d'autres personnes (les communes, les intendants, les propriétaires, les prêteurs de matériel...). À vous de les identifier en conseil d'unité ou en groupe de travail, selon la formule choisie au CU précédent.

Comment communiquer ?

En respectant la règles des **4C** : être **C**lair, **C**omplet mais **C**oncis et **C**rédible.

Qui communique ?

L'idéal est que **l'équipe d'unité**, ou **le groupe de travail** constitué, s'en charge.

Si le CU décide de confier la responsabilité de la communication aux staffs, accompagne-les un minimum en leur proposant une relecture avant envoi.

En le faisant en tout début d'année scolaire, c'est aussi une excellente occasion, de parler des changements qui pourraient également avoir lieu dans l'année, suite à la réforme. Ce kit fait un focus sur les camps, mais le début d'année c'est aussi un très bon moment, pour les parents, pour planifier l'année, les congés et les activités extrascolaires ! N'oublie donc pas de leur parler de cette aspect là aussi. 😊

Par quel canal ?

Réseaux sociaux, mails, newsletter d'unité, réunion de parents... les possibilités sont nombreuses. À vous d'identifier les canaux les plus pertinents selon les habitudes de l'unité. Finalement, **peu importe le canal tant que le message arrive à bon port.** Veille juste à ne pas trop les multiplier afin de ne pas spammer les gens : identifie un canal ou deux et tenez-vous-y !

Et si le ou les nouveaux scénarios sont très différents du/des précédent(s), favorise l'annonce par communication en direct (dans une réunion de parents par exemple). Ce sera plus facile de d'apaiser les craintes tout de suite !

Que communiquer ?

Les décisions prises mais également les raisons qui ont amené le conseil d'unité à les prendre.

Expliquer les tenants et les aboutissants de la réflexion, c'est se donner un maximum de chances pour obtenir l'adhésion des différents acteurs. Évidemment, invite ceux qui resteraient avec des questionnements ou des doléances à te recontacter.

Check-list des 9P

Utilise les 9P pour structurer ta communication finale et n'oublier personne à qui l'adresser. C'est justement à ça qu'ils servent ! L'idée n'est pas forcément que tu les listes, mais que tu structures ta communication (chaude ou froide) autour de ces informations. Voici donc une petite check-list pour vérifier, après la préparation de ta communication, que tout y est. 😊

P OURQUOI... UN CAMP ?	Rappeler succinctement pourquoi l'unité organise des camps et à quoi ils servent. Quel est le sens, les valeurs et les activités que ce type de projet permet?	<input type="checkbox"/>
P ROGRAMMATION	Inform er sur les adaptations, donner la nouvelle programmation (ou prévenir qu'elle ne change pas, c'est bien aussi). C'est le moment d'évoquer les périodes/formules, lieux,... en fonction des scénarios.	<input type="checkbox"/>
P ARENTS	Adapter la communication en fonction du public : mettre le focus sur leurs préoccupations, anticiper leurs craintes, rassurer.	<input type="checkbox"/>
P ORTEURS	Communiquer également vers tous les porteurs de la décision (animateurs - intendants - aides occasionnelles), et adapter la communication en fonction de ce public là (voir encadré « Parents »).	<input type="checkbox"/>
P RISE D'AVIS	Rappeler que, durant le processus ayant amené à la décision du CU, les parents ont été consultés et ont pu donner leurs avis. Ajouter que le CU a essayé de tenir compte au maximum des avis de tout le monde dans l'élaboration de scénarios alternatifs mais qu'il est difficile de garantir que la solution envisagée arrangera tout le monde. #DeNotreMieux Évidemment, clôturer par le fait que vous restez à disposition pour traiter les difficultés individuelles que la décision poserait.	<input type="checkbox"/>

<p>PARTENAIRES</p>	<p>Contacter tous les partenaires nécessaires à la bonne organisation des camps (communes, propriétaires, transporteurs, prêteurs de matériel...) pour les informer des éventuels changements les concernant et se coordonner.</p>	<input type="checkbox"/>
<p>PRIX</p>	<p>N'hésite pas à en profiter pour expliquer comment se calcule un prix de camp, les points d'attention pris en compte, et ce qui peut être mis en place en cas de difficultés financières.</p>	<input type="checkbox"/>
<p>PUBLICITÉ</p>	<p>Faire connaître à tous et le plus tôt possible la nouvelle programmation. (Publication sur les réseaux de l'unité, newsletter...)</p>	<input type="checkbox"/>
<p>PROMOTION</p>	<p>Derrière la communication large (Publicité) sur les réseaux larges, il faut informer les parents individuellement des détails et modalités pratiques qui les concernent spécifiquement. Autrement dit : la publicité est l'effet d'annonce global (lors d'un carré d'unité par exemple), la promotion est la communication section par section, avec les spécificités du futur camp de la section (tant pour dire « on change » que « on ne change pas » !).</p>	<input type="checkbox"/>

