

# L'ORGANISATION AU SEIN D'UNE ASSOCIATION

L'expérience de l'association PEA – Pour  
l'Égalité Animale

# BUT DE LA PRÉSENTATION

Que, pour l'association dont vous faites partie, vous puissiez déterminer:

- La vision
- La mission
- La stratégie
- Le mode d'organisation

...qui vous conviennent.

# PLAN

- Différentes structures associatives (notamment sociocratie et holacracy)
- Outils
- Vision et mission
- Stratégie et arguments
- Difficultés rencontrées
- Perspectives d'avenir en Suisse

# PRÉSENTATION DE PEA – POUR L'ÉGALITÉ ANIMALE

- Association suisse
- Née en 2014 de la fusion de deux associations
- 280 membres dont 60 bénévoles
- Environ 20'000.- de budget
- Organisatrice de la Marche pour la Fin du spécisme de Genève

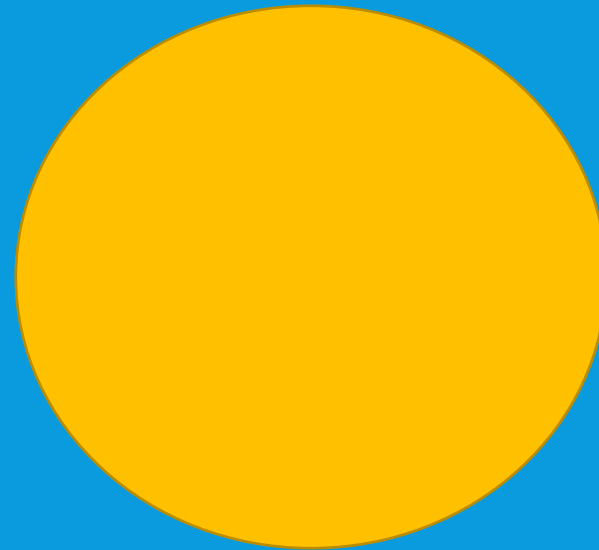


# DIFFÉRENTES STRUCTURES ASSOCIATIVES

# DIFFÉRENTES STRUCTURES ASSOCIATIVES



Hiérarchique



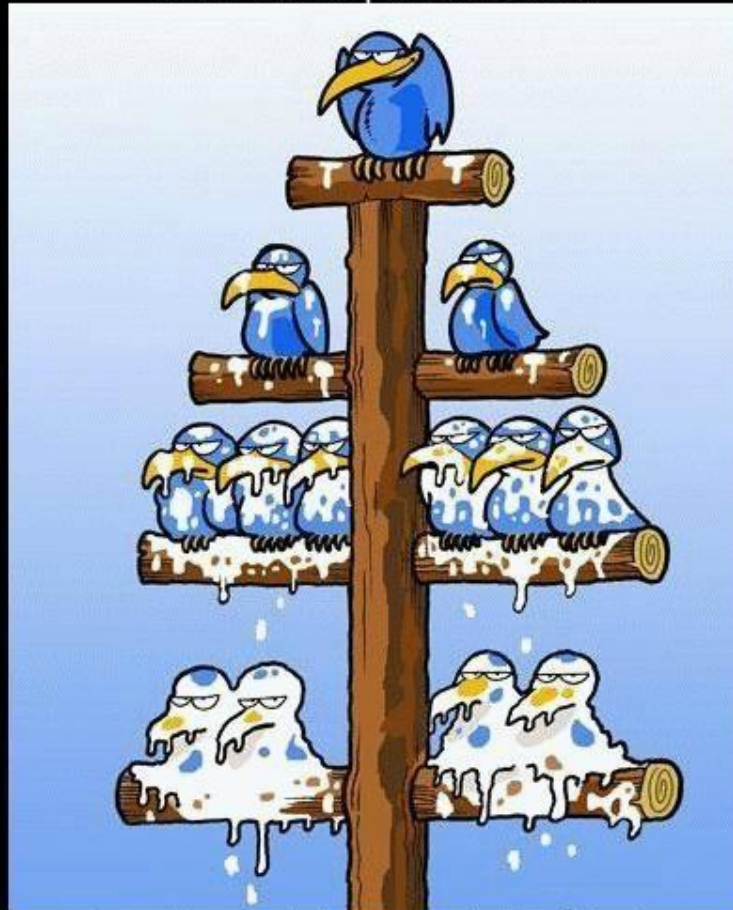
Participatif

# DIFFÉRENTES STRUCTURES ASSOCIATIVES

	Hiérarchique	Participatif
Prise de décision	Rapide	Lente
Responsabilités	Clares	Diffuses
Naissance des nouvelles idées	Difficile	Facile
Motivation des membres	Mauvaise	Bonne

# DIFFÉRENTES STRUCTURES ASSOCIATIVES

Quand ceux du haut regardent en bas:  
Ils ne voient que de la Merde



Quand ceux du bas regardent en haut :  
Ils ne voient que des trous du cul.



# DIFFÉRENTES STRUCTURES ASSOCIATIVES



# DIFFÉRENTES STRUCTURES ASSOCIATIVES

Systeme mixte



**But:** garder les points positifs de chacun des systèmes

# DIFFÉRENTES STRUCTURES ASSOCIATIVES

## Sociocratie et holacracy

- Fonctionnement en cercles
- Principe du double lien
- Décision par consentement
- Election sans candidat-e-s
- Système de rôles (pour l'holacracy uniquement)

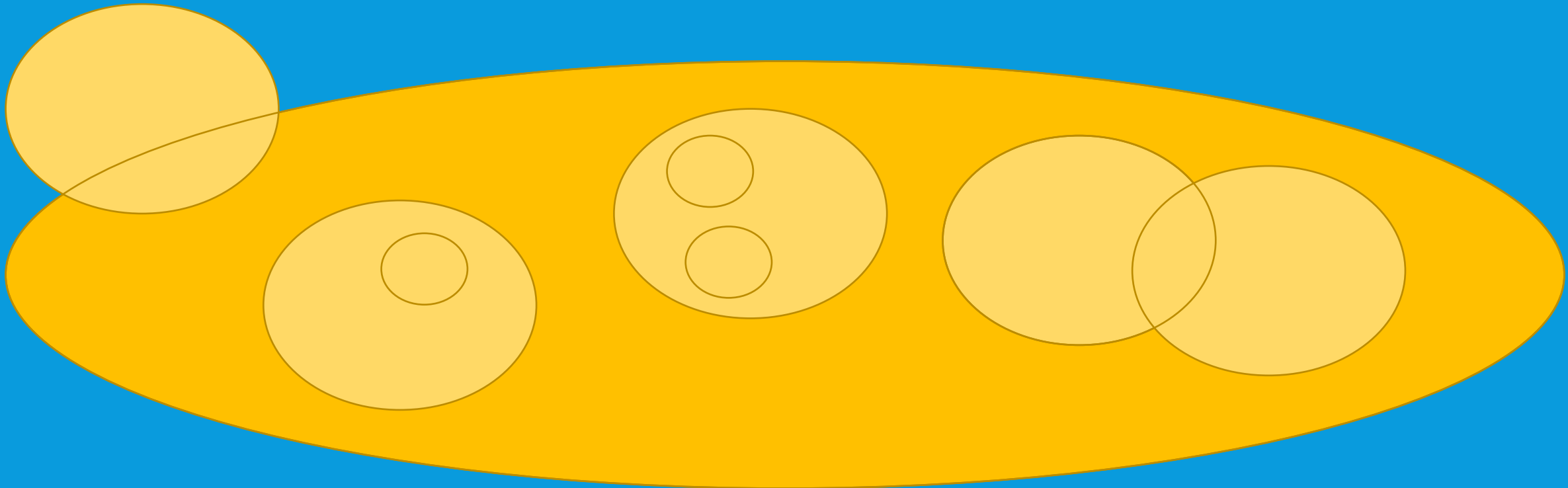
# DIFFÉRENTES STRUCTURES ASSOCIATIVES

## Sociocratie et holacracy - Fonctionnement en cercles

- Indépendants pour atteindre leur but
- Interconnectés
- Chaque personne fait partie d'un ou plusieurs cercles

# DIFFÉRENTES STRUCTURES ASSOCIATIVES

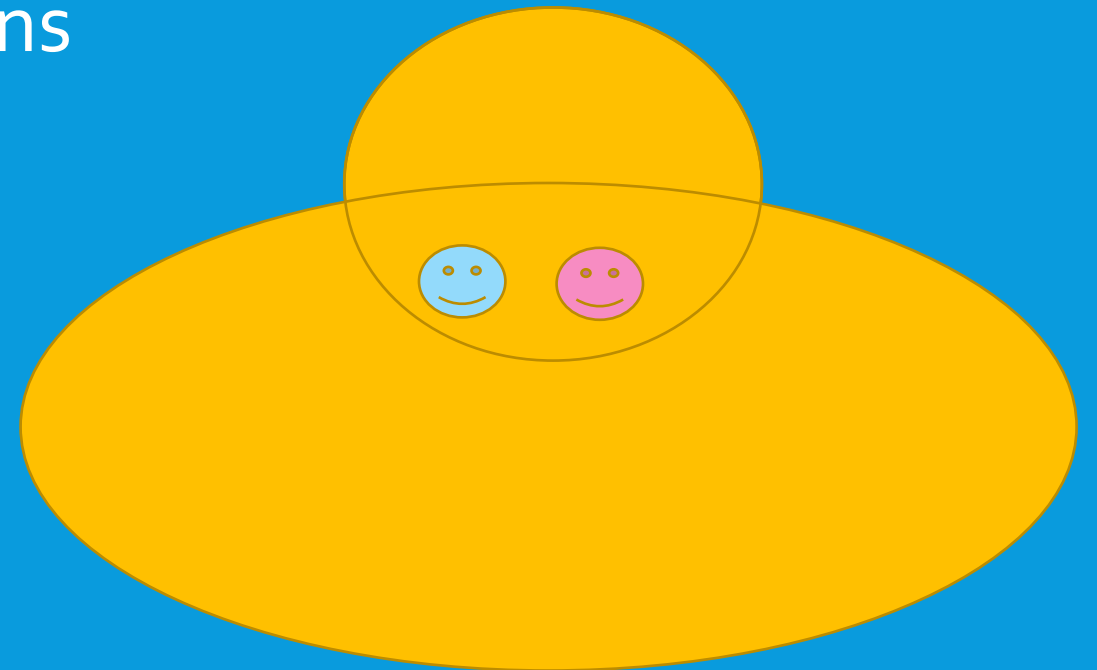
Sociocratie et holacracy – Fonctionnement en cercles



# DIFFÉRENTES STRUCTURES ASSOCIATIVES

## Sociocratie et holacracy – Principe du double lien

- Permet l'échange d'informations dans les deux sens
- Chaque personne est élue par un cercle



# DIFFÉRENTES STRUCTURES ASSOCIATIVES

## Sociocratie et holacracy – Décision par consentement

	Hasard	Autoritaire	Démocratique	Consensus
Rapidité	Rapide	Rapide	Moyenne	Lente
Adhésion à la décision	Nulle	Faible	Moyenne	<b>Forte</b>
Problème	...	Tout dépend du chef	Tyrannie de la majorité	Consensus «mou»

# DIFFÉRENTES STRUCTURES ASSOCIATIVES

## Sociocratie et holacracy – Décision par consentement

- consensus  $\neq$  consentement
- **Consensus:** tout le monde dit «Oui»
- **Consentement:** personne ne dit «Non»



# DIFFÉRENTES STRUCTURES ASSOCIATIVES

## Sociocratie et holacracy – Décision par consentement

- On prend une décision pour avancer
- Ce n'est pas LA meilleure solution

# DIFFÉRENTES STRUCTURES ASSOCIATIVES

Sociocratie et holacracy – Décision par consentement

Objections valables:

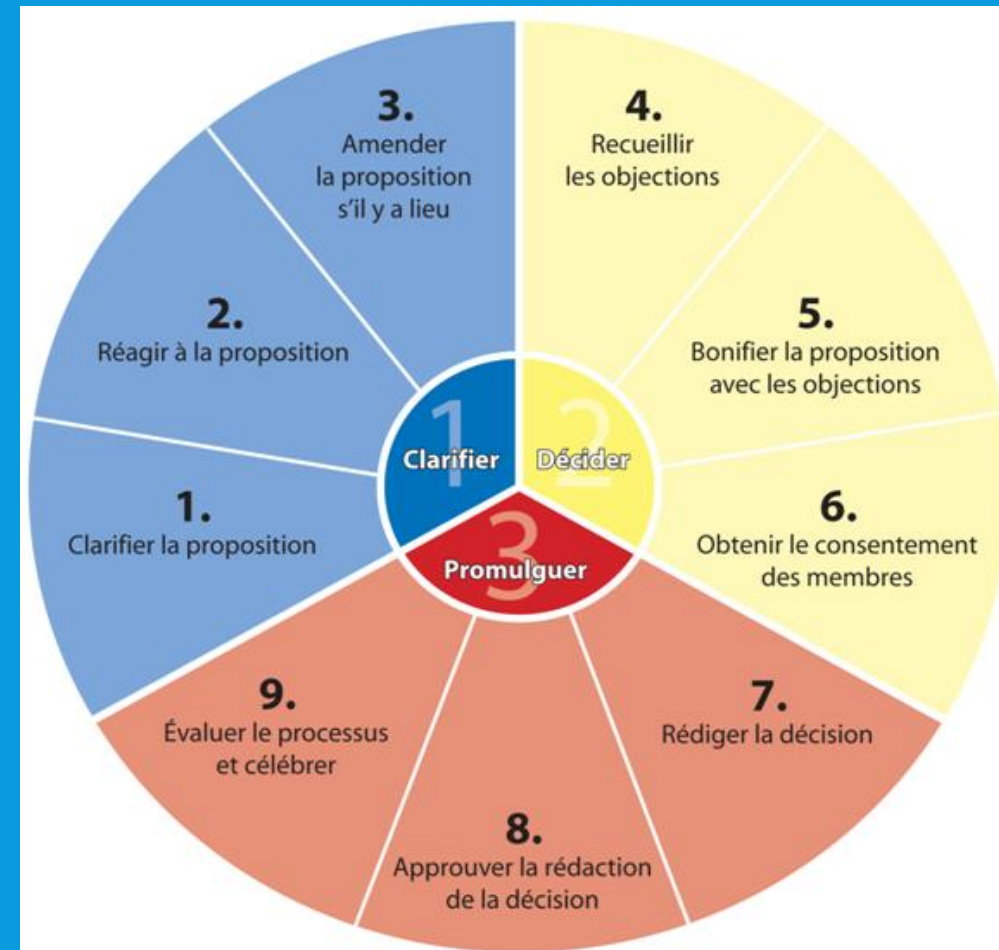
- Empêche un-e membre de faire son travail
- Met en péril la survie de l'association

=> très restrictif

# DIFFÉRENTES STRUCTURES ASSOCIATIVES

## Sociocratie et holacracy – Décision par consentement

1. Clarifier la proposition
2. Réagir à la proposition
3. Amender la proposition
4. Recueillir les objections
5. Bonifier la proposition avec les objections
6. Obtenir le consentement des membres
7. Rédiger la décision
8. Approuver la rédaction de la décision
9. Evaluer le processus et célébrer



# DIFFÉRENTES STRUCTURES ASSOCIATIVES

## Sociocratie et holacracy – Election sans candidat-e-s

**Processus:** chacun-e propose une personne à tour de rôle et on continue jusqu'à ce que les avis convergent.

- Moins de problèmes d'égo
- Donne sa chance aux personnes qui ont moins confiance en elles

# DIFFÉRENTES STRUCTURES ASSOCIATIVES

## Holacracy uniquement – Système des rôles

Chaque rôle a:

- Raison d'être
- Domaine
- Redevabilités

### Graphiste

Assurer la cohérence graphique de l'association

Réalisations graphiques

- Créer les graphismes des flyers
- Collaborer avec le webmaster pour la création de site internet

# DIFFÉRENTES STRUCTURES ASSOCIATIVES

## Holacracy uniquement – Système des rôles

- Clarifie les responsabilités
- Une ou plusieurs personnes par rôle
- Amène un aspect «impersonnel» bénéfique

# DIFFÉRENTES STRUCTURES ASSOCIATIVES

## Sociocratie et holacracy

- Ce n'est qu'un aperçu.
- Pour l'holacracy, je vous recommande une BD (recherchez «BD holacracy» sur Google)
- Il y a encore tous les outils de facilitation.

# DIFFÉRENTES STRUCTURES ASSOCIATIVES

## Le fonctionnement chez PEA – Le comité

- **D'abord oui:** mais mauvaise expérience car conflits de personnalités.
- **Puis non:** comité purement formel et système totalement «flat».
- **Puis finalement oui:** comité qui donne les grandes lignes directrices et qui coordonne les différents projets



# DIFFÉRENTES STRUCTURES ASSOCIATIVES

## Le fonctionnement chez PEA – Les cercles

- Des groupes régionaux (par canton)
- Des groupes liés à des projets (marche, vegan month)
- Des groupes thématiques (communication, web)

=> Qui collaborent mais tous indépendants

# DIFFÉRENTES STRUCTURES ASSOCIATIVES

## Le fonctionnement chez PEA – Le double lien

- Finalement, un lien simple: un-e membre du comité dans chaque groupe.
- Permet d'avoir un comité avec des personnes fixes.

# DIFFÉRENTES STRUCTURES ASSOCIATIVES

## Le fonctionnement chez PEA – Les rôles

- En cours d'introduction.
- Mais pas facile d'expliquer le principe et de demander aux gens de jouer le jeu car les rôles sont amenés à évoluer sans cesse.

OUTILS

# OUTILS

## Communication vers l'extérieur

### Page Facebook

Super pour toucher des convaincu-e-s, moins pour les autres

### MailChimp, MailerLite, etc.

Outils pour création de newsletters de qualité mais peut devenir vite cher

# OUTILS

## Communication interne

### RiseUp.net

Listes mails gérées par un collectif militant

### Google Apps

Service payant (gratuit pour asso.) pour mails et listes personnalisées avec *cloud* personnel et en commun

# OUTILS

## Communication interne

### Slack

- LE dernier outil à la mode
- Messagerie instantanée avec canaux de discussions
- Super sympa à utiliser

# OUTILS

## Communication interne

### Problèmes avec Slack:

- «effet WhatsApp» => les gens discutent trop et on doit tout lire après coup
- On s'attend à ce que les gens répondent instantanément
- Archivage des informations quasi-impossible
- Multiplication des sources d'information



# OUTILS

## Communication interne

### Groupe Facebook

- Parfait pour échanger entre membres sur tout ce qui ne concerne pas l'organisation d'évènements
- Permet de télécharger les listes mails du «bruit»

# OUTILS

## Stockage

### Wiki

- Super quand bien utilisé (voir l'exemple de Wikipédia)
- mais...
- Syntaxe à assimiler
  - Difficile à tenir à jour

# OUTILS

## Stockage

### Google Drive

- Fonctionnement intuitif par dossiers
- Pas d'installation nécessaire
- Les gens utilisent déjà ce système ou d'autres similaires

# OUTILS

## Travail collaboratif

### Trello

- Système de *to do list* organisé par tableaux
- Possibilité d'ajouter des commentaires, des responsables, des échéances, des codes couleurs, etc.
- Très puissant si tout le monde joue le jeu car on peut savoir où en sont les différents projets

# OUTILS

## Travail collaboratif

### Google Docs et les outils de type «pad»

- Simplicité d'utilisation: Les «pads»
- Présentation du texte: Google Docs
- Corrections: Google Docs
- Partage: Google Docs

# OUTILS

## Comptabilité

### GnuCash

- Gratuit et open source
- Comptabilité en partie double
- Configuration longue mais très puissant après

Sinon **Excel** ou **KMyMoney** pour une compta «de caisse».

# OUTILS

## CRM (Customer Relationship Management)

### SalesForce

- Gratuit pour association à but non lucratif
- Extrêmement complet mais très complexe aussi

# VISION ET MISSION



# VISION ET MISSION

## Vision

- Décrit le **futur optimal** – l'image mentale – de ce que l'organisation désire atteindre avec le temps.
- Joue le rôle d'«**étoile du Nord**». Ça permet aux militantes d'avoir une sorte de guide et de savoir ce qu'ils-elles contribuent à atteindre sur le long terme.
- Est rédigée de manière succincte et de façon à **inspirer** les gens, de manière à ce qu'ils puissent la répéter.

# VISION ET MISSION

## Mission

- Décrit ce qu'une organisation fait et quel est son but.
- Répond à trois questions sur sa raison d'être:
  - **QUOI**: Qu'est-ce qu'elle fait ?
  - **POUR QUI** est-ce qu'elle agit ?
  - **COMMENT** est-ce qu'elle fait ce qu'elle fait ?
- Est rédigée de manière succincte en une ou deux phrases mais pour une période plus courte que la vision.

# VISION ET MISSION

	Mission	Vision
<b>A propos de quoi ?</b>	<b>Comment</b> aller là où on veut aller. Définit le but et les objectifs principaux.	<b>Où</b> on veut être. Communique le but et les valeurs.
<b>Répond à quoi ?</b>	Qu'est-ce que l'on fait ? Qu'est-ce qui nous rend différent-e-s ?	Où est-ce que l'on veut être ?
<b>Temporel</b>	Parle du présent qui mène au futur	Parle du futur

# VISION ET MISSION

## Pourquoi c'est important ?

- Une vision ça se partage (on propose du positif)

Ex: «I have a dream» de Martin Luther King

- Ça permet de questionner les actions organisées («En quoi est-ce que cela contribue à atteindre notre but ?»)
- Permet de créer une culture d'association et d'encourager les militant-e-s
- Eviter les «erreurs de casting» lors du recrutement

# VISION ET MISSION

**Quelques exemples de visions**

# VISION ET MISSION

## Disney

Rendre les gens heureux.

## Oxfam

Un monde sans pauvreté.

## Ikea

Créer une meilleure vie de tous les jours pour le plus grand nombre.

# VISION ET MISSION

## **Nike**

Être la première entreprise de sport dans le monde.

## **Microsoft**

Aider les entreprises et les gens à travers le monde à réaliser leur plein potentiel.

## **Honda (en 1970)**

Nous allons détruire Yamaha.

# VISION ET MISSION

## **Université de Stanford**

Devenir le Harvard de l'ouest.

## **Alzheimer's Association**

Un monde sans Alzheimer.

## **Oceana**

Rendre nos océans aussi riches, en bonne santé et abondants qu'ils l'étaient auparavant.



# VISION ET MISSION

**Quelques exemples de missions**

# VISION ET MISSION

## **TED**

Spreading Ideas.

## **The Humane Society**

Célébrer les animaux, faire face à la cruauté.

## **Oxfam**

Créer des solutions durables à la pauvreté, la faim et l'injustice sociale.

# VISION ET MISSION

## **CARE**

Servir des individus et des familles dans les communautés les plus pauvres du monde.

## **The Nature Conservancy**

Préserver les terres et les eaux dont dépend toute vie.

## **American Heart Association**

Construire des vies plus saines, sans maladies cardiovasculaires, ni attaques cardiaques.

# VISION ET MISSION

## ASPAC

Fournir des moyens efficaces pour la prévention de la cruauté sur les animaux à travers les Etats-Unis.

# VISION ET MISSION

Un exemple d'association pro-animaux:

## **Vegan Outreach**

### Vision:

Vegan Outreach est une association à but non lucratif travaillant pour mettre un terme à la violence à l'égard des animaux. Elle désire un futur où les animaux sentients ne sont plus exploités comme des objets.

# VISION ET MISSION

Un exemple d'association pro-animaux:

## **Vegan Outreach**

### Mission:

Vegan Outreach se concentre sur l'exposition de la souffrance des animaux de rente à travers la distribution généralisée de flyers promouvant une alimentation végétale.

# VISION ET MISSION

**Et vos associations ?**

# VISION ET MISSION

Prenons trois exemples...

- L214
- 269 Life Libération Animale
- SPA



# VISION ET MISSION

**L214**

Vision:

L214 s'inscrit dans un mouvement qui souhaite une société attentive aux besoins de tous les êtres sensibles à l'opposé des courants prônant discrimination, haine ou xénophobie.

# VISION ET MISSION

L214

Mission:

# VISION ET MISSION

L214

Mission:

- Rendre compte de la réalité
- Démontrer l'impact négatif de l'élevage
- Nourrir le débat

# VISION ET MISSION

## 269 Life Libération Animale

Vision:

*Inventé:* Un monde sans exploitation animale.

# VISION ET MISSION

## 269 Life Libération Animale

### Mission:

Sensibiliser le public sur l'exploitation animale et le véganisme.

# VISION ET MISSION

## SPA

### Vision:

*Inventé:* La SPA contribue à un monde où les animaux ne seraient plus maltraités inutilement par les humains.

# VISION ET MISSION

## SPA

### Mission:

*Inventé:* Sensibiliser le public pour que les gens soient respectueux des animaux et favoriser l'adoption d'animaux abandonnés.

# VISION ET MISSION

Après quelques recherches auprès de diverses associations pro-animaux, on peut conclure trois choses:

- Beaucoup disent ce qu'elles **veulent faire**.
- Peu disent ce qu'elles **font**.
- Quasiment aucune ne dit ce qu'elle **veut atteindre**.



# VISION ET MISSION

C'est comme si à la question:

**«Quel est ton but dans la vie ?»**

Vous répondez:

**«Je travaille en tant que graphiste.»**

# VISION ET MISSION

Quelle vision devrions-nous avoir ?

- Un monde végétane (sans produits issus de l'exploitation animale) ?
- Une monde sans souffrance animale ?
- Un monde sans spécisme ?
- Autre chose ?

# VISION ET MISSION

## Chez PEA

### Vision:

Un monde où l'exploitation animale et les discriminations arbitraires font partie du passé.

### Mission:

Faire évoluer la société et la législation en créant un débat public sur la question de l'éthique, de l'exploitation animale et du spécisme.

# STRATÉGIE ET ARGUMENTS

# STRATÉGIE ET ARGUMENTS



# STRATÉGIE ET ARGUMENTS

Que répondez-vous à cette question ?

**«Tu ne manges pas de viande ?»**

# STRATÉGIE ET ARGUMENTS

Et à la question:

**«Tu ne manges pas de cochon ?»**

# STRATÉGIE ET ARGUMENTS

«Non, je suis végétarien-ne / végane.»

«Non, je suis musulman-ne.»

Pour une personne «lambda», la réponse est en tout point similaire.

Elle renvoie à une **identité**, un choix **personnel**.



# STRATÉGIE ET ARGUMENTS

Comparons à une autre réponse possible:

«Non, je milite contre l'exploitation animale.»

- On n'est plus **consommateur-trice**, on est **militant-e**.
- Ce qui importe, ça n'est plus qui je **suis** (végétarien-ne / végane) mais ce que je **veux** (la fin de l'exploitation animale).

# STRATÉGIE ET ARGUMENTS

Il existe principalement deux stratégies:

- **La conversion au véganisme** (au mode de vie végane)

S'adresse aux individus consommateur-trice-s

- **La lutte politique ou sociale** (pas forcément politicienne)

S'adresse à la société et aux citoyen-ne-s

# STRATÉGIE ET ARGUMENTS

**La conversion au véganisme** (au mode de vie végane)

Elle suppose les choses suivantes:

- Consommer végane est l'essentiel de ce que l'on peut faire pour les animaux.
- Le meilleur moyen de mettre fin à l'exploitation animale est d'augmenter le nombre de véganes.
- Convaincre les autres de devenir végane est le meilleur moyen pour augmenter le nombre de véganes.

# STRATÉGIE ET ARGUMENTS

Le slogan par excellence de cette stratégie:

**Go vegan !**

# STRATÉGIE ET ARGUMENTS

Qu'est-ce que cela implique ?

- **Injonction individuelle => dépolitisé**

On ne cherche pas à changer les lois, les cours dans les écoles, les menus dans les cantines mais les gens.

- **Questionne une habitude de consommation**
- **Appel à la vertu**

Laisse entendre que ce que l'on propose va au-delà de nos obligations morales et que faire autrement est légitime.

# STRATÉGIE ET ARGUMENTS

Quand on entend parler:

- Comparaison entre véganisme et religion
- «Mode de vie» végane
- «Chacun fait ce qu'il veut !» ou «Personne n'est parfait-e.»
- «Tu tues aussi des animaux pour tes légumes / céréales.»

C'est le signe que notre message n'est **pas compris**.

# STRATÉGIE ET ARGUMENTS

Sur un stand d'information, après avoir parlé cinq minutes de spécisme. La personne se risque à nous poser une question personnelle:

«Mais au fait, vous mangez de la viande ?»

Du principe éthique «le spécisme est injuste», la personne en tire seule les conséquences.

# STRATÉGIE ET ARGUMENTS

Un-e antispéciste est-il-elle nécessairement végane ?

- Freeganisme
- Se nourrir d'animaux tués sur les routes
- Médicaments vitaux
- Question de pureté (additifs alimentaires, filtrage de boissons, produits dans les pneus, etc.)



# STRATÉGIE ET ARGUMENTS

Un-e antispéciste est-il-elle nécessairement végane ?

Est-ce végane ?

- Manger végane dans un Buffalo Grill ?
- Payer des impôts qui contribuent aux subventions à l'élevage ?
- Déposer son argent dans une banque qui prête à des éleveur-se-s ?
- Faire ses courses dans un magasin qui vend des produits animaux ?
- Être ami-e avec une personne spéciste ?

# STRATÉGIE ET ARGUMENTS

**Un-e antispéciste est-il-elle nécessairement végane ?**

On vit dans une société spéciste, entouré-e-s de spécistes, avec des entreprises spécistes, une culture spéciste, une éducation spéciste, des institutions spécistes...

...et on exige de nous que l'on boycotte parfaitement tout ce qui contribue à l'exploitation animale.

# STRATÉGIE ET ARGUMENTS

**Un-e antispéciste est-il-elle nécessairement végane ?**

On remplace une démarche qui doit s'adresser à l'extérieur par une démarche de «purification» personnelle.

**Ce qui est important, ce n'est pas ce qui rentre dans notre bouche mais ce qui en sort.**

Devenir végane est un acte principalement symbolique... mais ça reste une bonne chose.

# STRATÉGIE ET ARGUMENTS

«Mais on fait un boycott !»

Un boycott est une entente volontaire visant à infliger **un dommage financier ou moral** à un individu, à une entreprise ou à un pays, par le refus systématique d'acheter ses marchandises, d'entretenir des relations (sociales, culturelles, économiques) ou de participer à un événement public, à une élection. L'objectif de ce refus collectif est d'exercer des représailles ou de **faire pression sur la cible pour qu'elle réponde à une demande précise**.

# STRATÉGIE ET ARGUMENTS

Comparons avec la lutte contre le racisme:

- «N'achetons plus d'esclaves !»
- «Adoptons un mode de vie sans esclaves !»
- «Devenez antiracistalien !»

Antiracistalien: personne qui exclut de son alimentation les aliments véhiculant des stéréotypes racistes (têtes de nègres, escalopes tziganes, Banania)

# STRATÉGIE ET ARGUMENTS

Pas:

- «La nourriture végétane est trop bonne.»
- «Le monde est végétane si vous le voulez.»
- «Il faut montrer de la compassion pour les animaux.»

Mais:

- «Il est injuste de tuer des animaux.»
- «Fermions les abattoirs.»
- «Luttons contre le spécisme.»

# STRATÉGIE ET ARGUMENTS

Arguments utilisés par les militant-e-s:

- Ethique
- Ecologie
- Santé

# STRATÉGIE ET ARGUMENTS

## Argument santé

### Problèmes:

- **Relatif**

Manger du poulet une fois par semaine



# STRATÉGIE ET ARGUMENTS

## Argument santé

### Problèmes:

- **Relatif**

Manger du poulet une fois par semaine

- **Contre-productif pour les animaux**

C'est la viande rouge qui est mauvaise pour la santé.

# STRATÉGIE ET ARGUMENTS

## Argument écologique

### Problèmes:

- **Relatif**

Mangeur-euse de viande à vélo / végane qui voyage en avion

# STRATÉGIE ET ARGUMENTS

## Argument écologique

### Problèmes:

- **Relatif**

Mangeur-euse de viande à vélo / végane qui voyage en avion

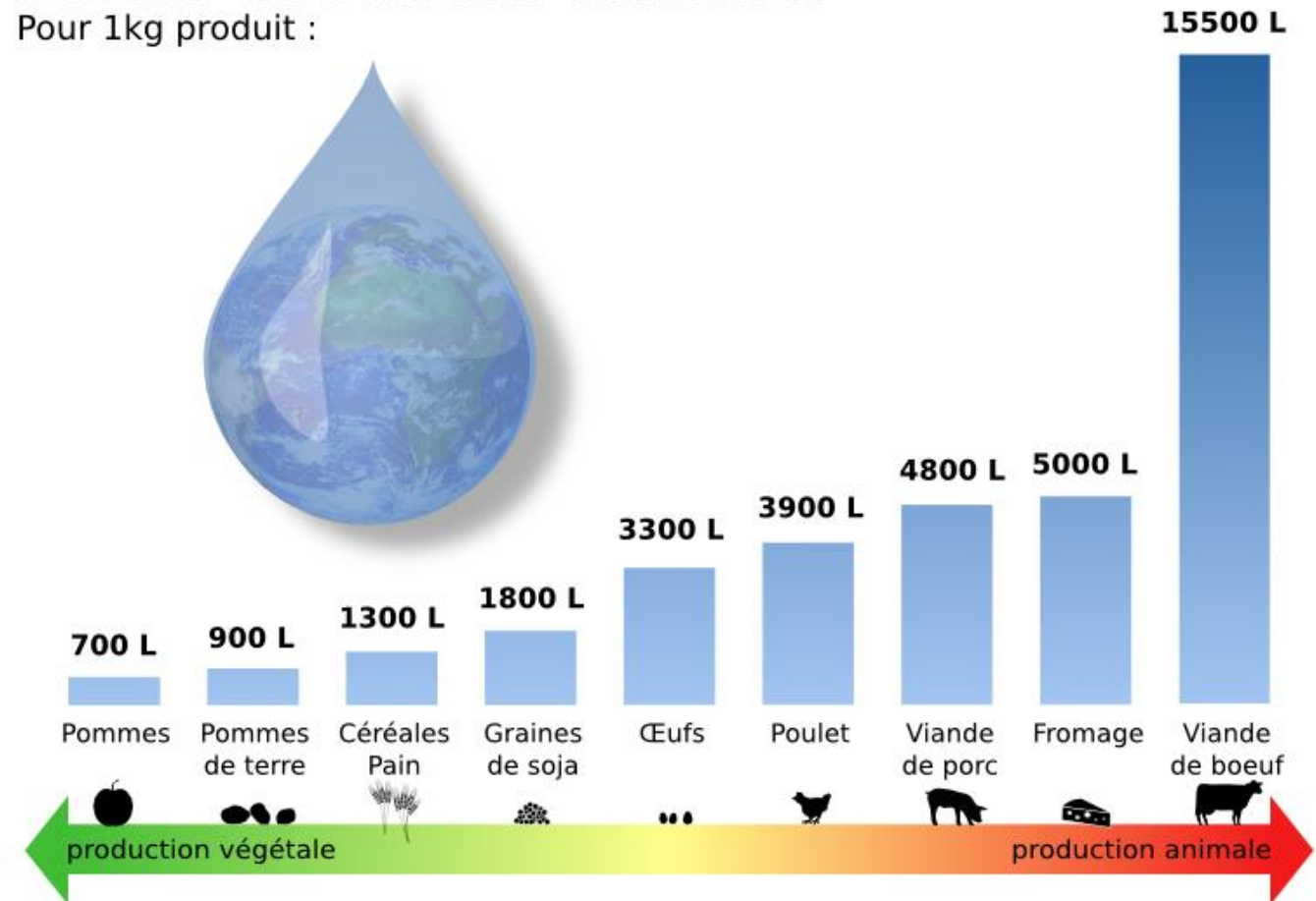
- **Contre-productif pour les animaux**

Ce sont les vaches qui produisent du gaz à effet de serre.

# STRATÉGIE ET ARGUMENTS

## Besoin en eau des aliments

Pour 1kg produit :

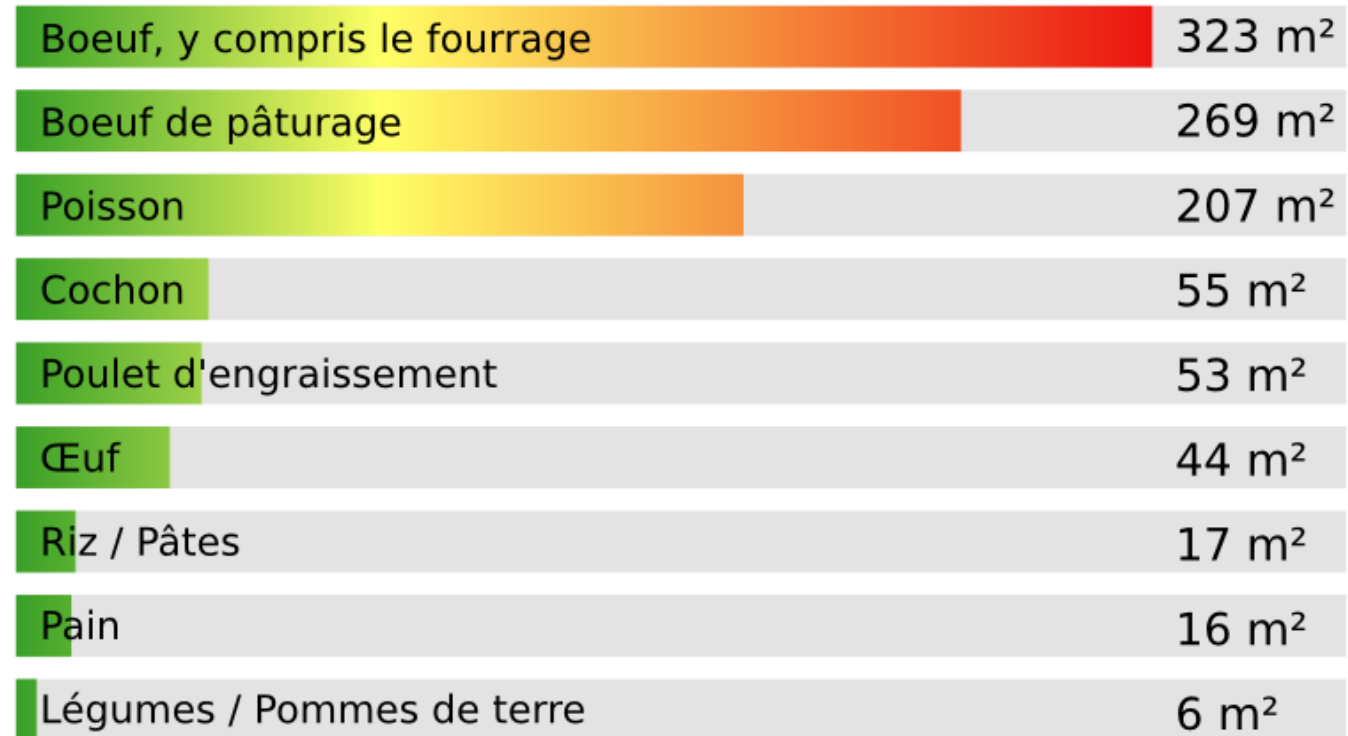


Source : Water Foot Print <http://www.waterfootprint.org/?page=files/productgallery>

Visuel [www.L214.com](http://www.L214.com)

# STRATÉGIE ET ARGUMENTS

## Surfaces de sol nécessaires pour la production d'un kilo de :



# STRATÉGIE ET ARGUMENTS

## Arguments santé et écologique

- On passe paradoxalement pour des extrémistes.

# STRATÉGIE ET ARGUMENTS

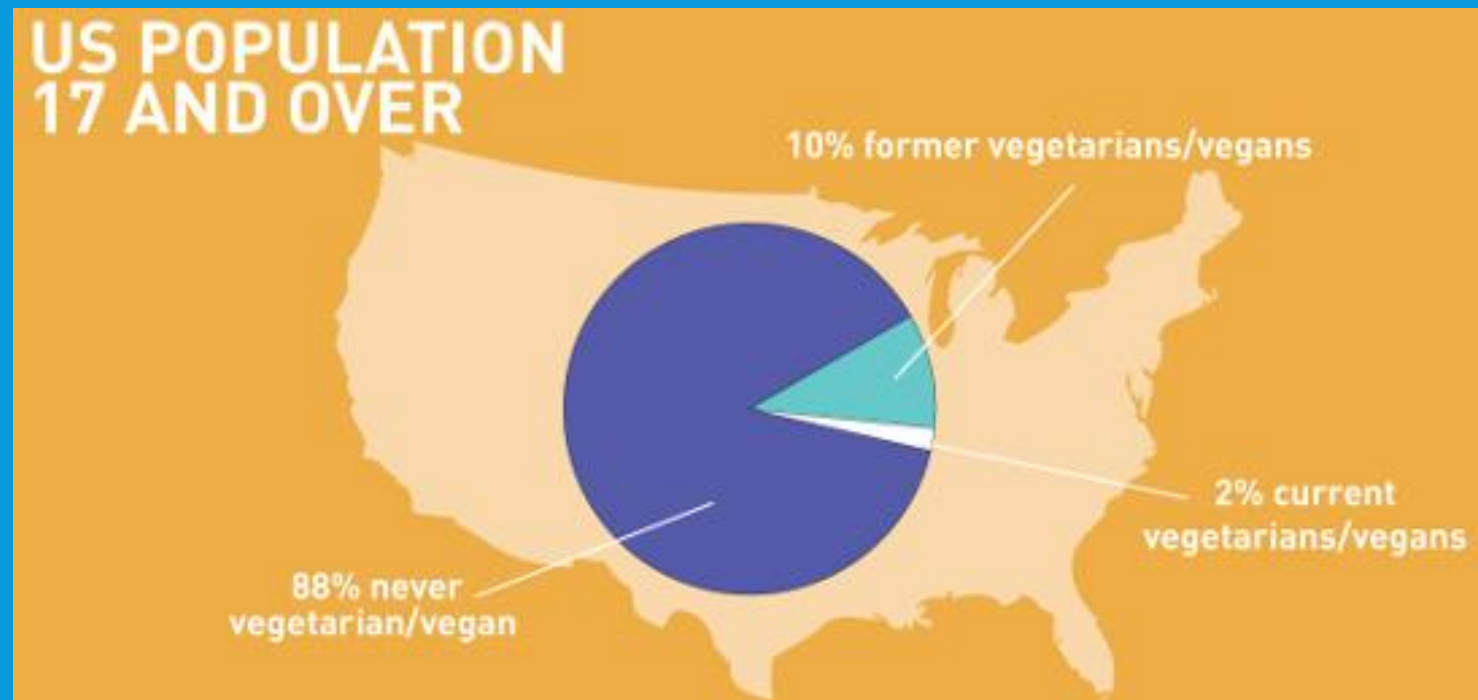
## Argument éthique

- On est imbattable sur ce point donc profitons-en !
- Les gens partagent déjà notre avis: tout le monde pense qu'il est mal de tuer des animaux sans nécessité.
- Les gens peuvent comprendre nos conclusions (fermer les abattoirs) sans les vouloir eux-mêmes.

# STRATÉGIE ET ARGUMENTS

## Récidivisme

4 véganes sur 5 se remettent à manger de la viande.



Cf. <https://faunalytics.org/how-many-former-vegetarians-and-vegans-are-there/>



# STRATÉGIE ET ARGUMENTS

## Récidivisme

### Conclusion:

La stratégie de la conversion au véganisme est mal barrée...

- Animaux tués en plus grand nombre si quelqu'un est convaincu par des arguments santé / écologie.
- Récidivisme moins grand pour les personnes convaincues par l'éthique ?

# STRATÉGIE ET ARGUMENTS

Nous avons besoin:

- **De militant-e-s...** et non de consommateur-trice-s
- **De manifestations...** et non de cours de cuisine
- **De discussions sur la stratégie...** et non sur l'huile de palme
- **D'un mouvement de contestation sociale...** et non d'un mode de vie «*in*»

# STRATÉGIE ET ARGUMENTS

Pour plus de détails:

- Brochure: *L'exploitation animale est une question de société*  
de Pierre Sigler et Yves Bonnardel
- Conférence: *Les limites de la stratégie véganiste. Réhabiliter  
l'antispécisme en tant que mouvement social.*  
de Matai' Souchon

# DIFFICULTÉS RENCONTRÉES

# DIFFICULTÉS RENCONTRÉES

## Contact avec les médias

- On s'y prend trop tard.
- On ne personnalise pas en fonction du média ou de la région.

## Solution envisagée:

Accorder une plus grand attention à ces problèmes.

# DIFFICULTÉS RENCONTRÉES

## Participation et indépendance des bénévoles

- Environ une personne sur deux veut devenir bénévole
- Mais pas proactive
- Le Comité qui lance, coordonne et assure le suivi des projets

### Solution envisagée:

Organiser des formations pour les nouveaux-elles

# DIFFICULTÉS RENCONTRÉES

## Manque de personne avec des compétences clés

- Tout repose sur très peu de monde
- Risque de *burn-out*

Solution envisagée:

/

# DIFFICULTÉS RENCONTRÉES

## Se faire connaître auprès de personnes convaincues

- Elles ne savent pas que l'on existe.
- On «perd» des militant-e-s et des revenus

Solution envisagée:

/



# DIFFICULTÉS RENCONTRÉES

## Manque de revenus réguliers

- Nécessaire pour salarier des militant-e-s

## Solution envisagée:

Lancer un système de don mensuel et mettre l'accent sur cette solution

# DIFFICULTÉS RENCONTRÉES

## Tensions entre membres

- Malentendus, inimitiés, méthodes de travail incompatibles, etc.
- Répercussion sur le moral et la motivation de l'ensemble du groupe

## Solution envisagée:

Création d'une charte des bénévoles et mise en place de médiateur-trice-s

# PERSPECTIVES D'AVENIR EN SUISSE

# PERSPECTIVES D'AVENIR EN SUISSE

## Sortir une vidéo d'un abattoir suisse

- Capitaliser sur ce qu'a fait L214 en France
- Très grande demande de la part des médias suisses
- Casser une image de «premier de classe»

# PERSPECTIVES D'AVENIR EN SUISSE

## Lancer une initiative populaire

- 100'000 signatures de citoyen-ne-s en 18 mois
- Vote de l'ensemble de la population suisse sur une modification de la constitution
- Chance unique de gagner en visibilité au niveau mondial
- Deux options: - initiative avec des chances d'être acceptée  
- initiative symbolique

# QUESTIONS ?

[fabien.truffer@asso-pea.ch](mailto:fabien.truffer@asso-pea.ch)