|  |  |
| --- | --- |
| **Terminale baccalauréat professionnel****AGOrA** | **SCÉNARIO** |
| **Compétences abordées** :2.1. Suivi administratif de l’activité de production– Suivi de la coordination d’activités relevant d’un service ou d’un projet | **Activités** :* Analyser les enjeux d’une activité de production
* Ordonnancer les tâches d’un projet
* Etablir un planning
* Etudier les avantages et les limites d’une production
* Proposer des pistes de réduction des coûts
* Elaborer une enquête
 |

**Association « La Manne Alimentaire »**

23 rue du Galtz

68000 COLMAR

Téléphone : 04 71 61 68 80

Internet : <https://www.lamanne.org/>

Mail : info\_secretariat@lamanne.org

**Fiche de l’organisation**

|  |  |
| --- | --- |
| **NOM**  | **LA MANNE ALIMENTAIRE** |
| **PRÉSIDENT**  | **Jean-Yves CHASSERY** |
| **DIRECTEUR** | **Éric JOYEUX** |
| **FORME JURIDIQUE**  | **Association à but non-lucratif** |
| **ANNEE DE CREATION**  | **10/01/1986** |
| **EFFECTIF** | **8 salariés** |

**Contexte professionnel**

L’association « **La Manne Alimentaire** » est une association à but non-lucratif basée à Colmar. Elle intervient dans le secteur social et solidaire en permettant aux familles précaires de disposer de paniers alimentaires hebdomadaires. Portée par des valeurs humanistes, l’association est pleinement engagée dans une démarche de responsabilité sociétale. Par son action de collecte alimentaire auprès des grandes surfaces de denrées, elle limite le gaspillage alimentaire. Dans son organisation, l’entreprise se montre également soucieuse de son impact environnemental, une réflexion est actuellement menée pour limiter l’impact écologique de son activité par :

* l’acquisition de deux véhicules électriques,
* la mise en place de panneaux photovoltaïques permettant d’alimenter les chambres froides en énergie,
* la réduction des déchets,
* la dématérialisation progressive des procédures pour limiter la production de papier.

L’association est présidée par Monsieur Jean-Yves CHASSERY. Son directeur est Monsieur Éric JOYEUX. **La Manne Alimentaire** dispose pour assurer ses missions d’un budget de 1 000 000 € dont les principales recettes sont issues :

* de subventions (70 % du budget – subventions d’Etat, de la région Grand Est, de la Communauté Européenne d’Alsace, subventions municipales de la ville de Colmar et des autres communes de la communauté des communes).
* De ventes diverses (25 %) notamment par l’intermédiaire d’un chantier d’insertion « espaces verts ».
* Et de dons de particuliers (5 %).

Les dons des particuliers depuis trois ans connaissent une baisse significative. En 2019 ces derniers s’élevaient à 9 % des recettes. Les donateurs sont majoritairement des particuliers habitant à Colmar ou environs et ont une moyenne d’âge de 62 ans.

Afin de communiquer avec son environnement la **Manne Alimentaire** dispose :

* d’un site internet actualisé,
* d’une page Facebook,
* d’un « ***Manne Info*** », journal papier édité en 1 500 exemplaires et destiné :
	+ aux donateurs (400),
	+ aux bénévoles (100),
	+ aux acteurs institutionnels - financeurs (collectivités territoriales, partenaires sociaux et économiques (500).
	+ 500 exemplaires sont réservés pour les rencontres avec le public (foires, rencontres scolaires, marchés de Noël…).

Le « ***Manne info*** » (**DOCUMENT 1**) est rédigé par un comité de bénévoles présidé par Monsieur CHASSERY. C’est un journal bimestriel (qui paraît tous les deux mois) et qui contient des articles sur la vie associative, les différentes actions caritatives engagées et de l’actualité économique et sociale. Le journal comprend également un coupon de don.

L’association externalise la production du « ***Manne Info*** » en faisant appel à une société de communication, l’entreprise ANNA COM, située à Mulhouse. Celle-ci assure depuis 25 ans la production du journal. Elle réalise, à partir des articles proposés, une mise en forme professionnelle et assure sa mise en production. Pour les n° spéciaux de Noël, ANNA COM exige une mise en production minimum 15 jours avant le 25 décembre car elle fait face à de nombreuses demandes sur cette période.

Vous effectuez une PFMP dans cette association et allez travailler en collaboration avec Madame Laurie PERNAUD, Assistante de direction. Celle-ci a notamment en charge le suivi de la production du journal de décembre qui **devra être distribué pour le 16 décembre** (soit une semaine avant Noël).

**Mission 1 – Ordonnancement des tâches selon la méthode de GANTT**

1. Repérez les enjeux pour l’association la **Manne Alimentaire** de produire un journal associatif.
2. À l’aide du **DOCUMENT 2**, proposez un ordonnancement des tâches pour la production du prochain numéro du ***Manne Info*** spécial Noël.
3. Dans un premier temps, vous compléterez **l’ANNEXE 1** mettant en évidence les durées et antériorités de chaque tâche sur le principe du modèle de GANTT.
4. Dans un second temps, vous positionnerez chaque tâche sur le planning prévu (**ANNEXE 2**) permettant de dégager le chemin critique.

Monsieur CHASSERY redoute qu’un retard soit pris sur **la relecture des articles** portant de 3 à 6 jours la tâche.

1. Indiquez quelles seraient les incidences de cet allongement sur la programmation.
2. Quelles propositions d’améliorations pourriez-vous proposer afin d’anticiper cette difficulté ?

**Mission 2 – Pistes d’amélioration de la stratégie de communication de l’association**

La production du journal « ***Manne Info*** » représente pour l’association un enjeux économique et écologique. Engagée dans une démarche de réduction de sa production « papier » mais également soucieuse de l’augmentation des coûts de production de ce dernier (+ 25 % en trois ans), le directeur de la **Manne Alimentaire** souhaite mener une réflexion autour d’une nouvelle stratégie de production. Ce dernier vous transmet un document (**DOCUMENT 3**) et souhaite faire appel à vos connaissances pour l’aider dans ses futurs choix.

**Votre travail :**

1. À partir de la documentation à votre disposition et d’une recherche personnelle, analysez les avantages et limites des productions « papier » et « dématérialisée » d’un journal associatif tel que le ***Manne Info***.
2. Proposez à Monsieur JOYEUX des pistes pour réduire le coût de production du journal tout en conservant la stratégie de communication de l’association.

La direction de la Manne envisage de sonder l’ensemble des destinataires du ***Manne Info*** afin de connaître leur point de vue sur la transformation digitale à venir.

Plusieurs pistes sont envisagées notamment celles de récupérer le ***Manne Info*** dans les locaux, dans des points de distribution (mairies, CCAS, grandes surfaces partenaires) ce qui permettraient de limiter les coûts des envois postaux. Monsieur JOYEUX souhaite vous associer à cette démarche et vous charge de présenter un projet de questionnaire.

1. À partir des informations à votre disposition, concevez le projet d’enquête sur votre copie.

**DOCUMENT 1 – Maquette du journal et coupon de don – Source : Anna Com**



**DOCUMENT 2 – Présentation de la procédure de publication du journal « Manne Info »**

L’association édite un journal bimestriel (tous les deux mois), le « ***Manne Info*** »**.** Ce journal est rédigé par un comité de bénévoles composé du Président et de 5 rédacteurs. Deux rédacteurs assurent également le rôle de correcteurs.

Chaque membre du comité de rédaction amène sa contribution en rédigeant un à deux articles.

L’association externalise la production du journal à une entreprise de communication spécialisée, la société ANNA COM qui se charge de proposer une maquette à partir des articles transmis et qui procède ensuite à sa mise en production (1 500 exemplaires). Les journaux finalisés **sont envoyés en colissimo à l’association sous 48 heures**.

* Le comité de rédaction se réunit une journée le premier jeudi du mois concerné.
* Les rédacteurs disposent de 7 jours à l’issu de la réunion préparatoire pour rédiger leur(s) articles et les transmettre à l’assistante.
* L’assistante est chargée de procéder à la mise en forme des articles. Cette tâche dure généralement deux jours.
* Elle soumet par mail les projets d’articles aux relecteurs qui disposent de trois jours pour effectuer ce travail et lui renvoyer leurs modifications.
* La secrétaire ajuste les mises en forme, tâche d’une journée.
* Le projet de journal finalisé, ce dernier est transmis à la société ANNA COM, chargée de l’édition. Le délai de production de la maquette du journal est de 5 jours. La société ANNA COM transmet la maquette du journal au Président, qui valide sa mise en forme et le bon à tirer permettant la mise en production du journal (1500 exemplaires) le lendemain de sa réception.
* La mise en production du journal est de 5 jours ouvrés.
* L’assistante prépare la mise sous-pli en commandant sur internet un nombre suffisant d’enveloppes et les planches de timbres à coller fin du premier mois.
* Dès la mise en production, l’assistante programme la demi-journée de mise sous pli en sollicitant les bénévoles par mail. 5 bénévoles seront nécessaires. Elle souhaite une réponse sous 5 jours.
* Les journaux sont mis sous-pli (1 journée) et sont transmis aux partenaires et donateurs et bénévoles par voie postale le lendemain,

**ANNEXE 1 – Liste des tâches et antériorités**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **CODE DE LA TÂCHE** | **NOM DE LA TÂCHE** | **DURÉE EN JOUR(S)** | **ANTERIORITÉ** |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

**ANNEXE 2 – Planning de programmation de la production du Manne Info – Jours ouvrés uniquement**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  |  | **NOVEMBRE** | **DÉCEMBRE** |
|  |  | J | V | L | M | M | J | L | M | M | J | V | L | M | M | J | V | L | M | M | J | V | L | M | M | J | V | L | M | M | J | V | L |
|  |  | 3 | 4 | 7 | 8 | 9 | 10 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 28 | 29 | 30 | 1 | 2 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 19 |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

**DOCUMENT 3 - Papier versus Digital : le duel écologique**

Omniprésent dans notre quotidien, le papier reste le support préféré des Français puisque sa consommation a augmenté de 126 % en 20 ans d’après Kantar Media. A ses côtés, se tient le numérique qui ne cesse de croître.

Le papier, toujours à la mode…

En France, la consommation annuelle de papier s’élève à 8,8 millions de tonnes, soit 279 kilos par seconde. On consomme en moyenne 136 kg de papier et cartons par habitant. Levier d’incitation fort à l’achat, il détient une proximité avec le lecteur que la dématérialisation ne permet pas. Une étude de Balmétrie\*\* a montré que, de 2016 à 2018, 46% des lecteurs se sont déjà rendus dans un magasin après avoir lu un prospectus publicitaire.

La course au numérique continue et s’intensifie…

Face au papier, le numérique évolue et occupe une place toujours plus grandissante : e-mailing, site Internet, publicités en ligne, catalogue PDF, etc. Dématérialisés, ces supports de communication nous paraissent plus respectueux de l’environnement puisqu’ils permettent de réduire la quantité de papier utilisée.

Avec une augmentation de 9% d’énergie consommée par an, le développement exponentiel du numérique constitue un enjeu fondamental pour la transition énergétique.

La période de Covid-19 a accentué notre dépendance aux systèmes numériques ainsi que son développement. Les technologies numériques ont permis de faciliter le partage d’informations et la communication, d’atteindre plus rapidement le consommateur, de gagner du temps dans les processus et dans les entreprises, etc. Il est néanmoins important de rappeler que les technologies numériques restent des supports physiques qui s’appuient sur des infrastructures et consomment de l’énergie.

Derrière la dématérialisation, un monde physique bien réel

D’apparence, le numérique paraît moins polluant par son immatérialité, mais en réalité il utilise davantage de ressources fossiles et d’énergie. Ordinateurs, serveurs, smartphones, écrans, câbles, antennes, tous requièrent plusieurs tonnes de matières premières pour être produits et génèrent des centaines de tonnes de CO2 rien que pour leur production. L’hébergement des sites, le nombre de serveurs, le stockage de l’information numérique, le flux d’informations, tous ces services numériques reposent également sur des infrastructures physiques énergivores et émettrices de CO2. Ce constat ne fait aucun doute : le numérique est un géant qu’il faut utiliser avec réflexion et raison dans une logique de développement technologique positif.

Alors, papier ou numérique ?

Tous deux présentent des atouts et des inconvénients à prendre en considération afin de limiter leur impact environnemental. Ces actions passent par l’optimisation de leur utilisation en se penchant sur leur empreinte écologique et en tenant compte des enjeux & bonnes pratiques associées.

Source : <https://www.scalian.com>