

Flandres : Adoption d'un plan stratégique

Nous avons formulé les défis politiques suivants pour la prochaine période du 2011 à 2015.

1. Concernant la direction

- Il est nécessaire que le conseil d'administration travaille dorénavant d'une manière plus préparatoire, plus planifiée et plus stratégique.
- Nous choisirons des directions locales, composées diversement (personnes âgées, jeunes, femmes, immigrants, autochtones) et qui doivent être mieux formées.

2. Organisation

- Afin de mieux communiquer avec nos jardiniers et nos membres potentiels dans les domaines de notre expertise, nous optons pour un site internet plus interactif et pour une plus rapide communication des informations.
- Nous investissons dans une politique solide concernant les bénévoles.
- Nous faisons une enquête solide de nos clients (membres), créerons un service dynamique pour nos membres et entreprendrons une action pour obtenir plus d'espaces pour des jardins populaires en Flandre.

3. Communication

- Nous travaillons pour obtenir une réglementation très favorable pour les parcs de jardins populaires.
- Implémentation d'une stratégie actuelle de communication et de marketing.
- Approche planifiée et programmation des activités pour la prochaine période de gestion. Les activités sont plus structurées et alignées sur les 4 fonctions réglementaires d'une association.

Ces défis sont convertis en options et développés ensuite en 7 objectifs stratégiques.

- objectif stratégique n°1 : le conseil d'administration de la "Vlaamse Volkstuin" travaille stratégiquement. A la suite de la reconnaissance comme association socioculturelle, ceci sera encore abordé plus concrètement.
- objectif stratégique n°2: En 2015 15% de nos sections locales seront composées plus diversement (plus de jeunes, femmes et - si possible-immigrants/autochtones)
- objectif stratégique n°3 : En 2015 20% de nos sections locales répondront aux critères de qualité de bonne gouvernance.
- objectif stratégique n° 4 : Dès 2013 le nouveau site internet sera disponible comme moyen de communication mais aussi comme centre d'information et d'expertise.

- objectif stratégique n°5 : En 2015 le nombre des sections locales aura augmenté de 5 %
- objectif stratégique n° 6: En 2015 la “Vlaamse Volkstuin” aura élaboré une campagne intégrale qui démontre la nécessité des parcs de jardins populaires.
- objectif stratégique n°7: En 2015 l’asbl aura entièrement implémenté le plan de communication et de marketing.