

# AUTODIAGNOSTIC SECAT

## Maturité de l'entreprise sociale

*Un outil d'évaluation, seul ou en équipe*

10 catégories · 50 questions · échelle 0 à 5 · roue de maturité

## À QUOI SERT CET OUTIL

---

Cet autodiagnostic est basé sur le SECAT (Social Enterprise Capacity Assessment Test). Il vous aide à évaluer, catégorie par catégorie, à quel point votre entreprise sociale est accomplie – de sa stratégie jusqu'à sa conformité légale, en passant par son impact, son modèle économique et son équipe.

Il a été conçu pour les entreprises sociales, qui poursuivent en même temps un but social ou environnemental et un modèle économique viable. Cette double exigence traverse les dix catégories.

### Comment il fonctionne, en bref

- 10 catégories, 5 questions chacune, soit 50 questions au total.
- Chaque question se note de 0 à 5 selon le degré d'accomplissement.
- Pour chaque catégorie : on additionne les 5 notes (total sur 25), puis on divise par 5 pour obtenir un score sur 5.
- On reporte les 10 scores sur la roue de maturité pour visualiser d'un coup d'œil ses forces et ses creux.
- Une question de challenge par catégorie ouvre la discussion de fond – seul avec un coach, ou en équipe.

**Ce n'est pas un examen.** Aucun score ne vous élimine. Plus vous notez honnêtement, plus l'outil vous est utile : mieux vaut un 1 lucide qu'un 4 de confort.

## AVANT DE COMMENCER : ALIGNONS NOS MOTS

Certains termes reviennent souvent dans le monde de l'entrepreneuriat social, mais leur sens n'est pas toujours clair – ou n'est pas compris de la même façon par tout le monde. Avant de répondre aux questions, prenez deux minutes pour lire ce petit lexique. En équipe, lisez-le ensemble à voix haute : c'est déjà un premier alignement.

| Le mot                                | Ce qu'il veut dire, concrètement                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|---------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Valeur que nous apportons</b>      | Ce que nous résolvons ou apportons concrètement à quelqu'un – un problème réglé, un bénéfice réel – au point qu'il soit prêt à payer, à revenir ou à s'engager. Attention : la valeur sociale (le bénéfice pour le bénéficiaire) et la valeur client (ce qui fait que quelqu'un choisit et paie) ne sont pas toujours la même chose. |
| <b>Mission sociale</b>                | Ce que nous apportons de social ou d'environnemental par notre activité : le problème de société que nous cherchons à résoudre, pour qui, et pourquoi ça compte.                                                                                                                                                                     |
| <b>Modèle économique</b>              | Ce que nous vendons concrètement et d'où vient notre argent : qui paie, pour quoi, et comment nous couvrons nos coûts.                                                                                                                                                                                                               |
| <b>Client / Bénéficiaire</b>          | Le client est celui qui paie. Le bénéficiaire est celui qui reçoit l'impact social. Dans une entreprise sociale, ce sont parfois les mêmes personnes, parfois non – et c'est important de le savoir.                                                                                                                                 |
| <b>Théorie du changement</b>          | Le lien logique entre ce que nous faisons au quotidien et le changement que nous voulons produire. En clair : « si nous faisons ceci, alors cela devrait changer, parce que... ».                                                                                                                                                    |
| <b>Économie unitaire</b>              | Ce que coûte et ce que rapporte une seule unité de ce que nous vendons (un produit, une prestation, un client). Elle répond à une question vitale : gagne-t-on ou perd-on de l'argent à chaque vente ?                                                                                                                               |
| <b>Communication vs Marketing</b>     | La communication sert à exister, être compris et créer du lien (qui nous sommes, notre raison d'être, notre relation à la communauté). Le marketing sert à vendre (faire connaître une offre, attirer, convertir, fidéliser).                                                                                                        |
| <b>RSE (responsabilité sociétale)</b> | La façon dont nous tenons compte des effets sociaux et environnementaux de notre propre fonctionnement (nos achats, nos déchets, nos conditions de travail), au-delà de notre mission affichée.                                                                                                                                      |

## L'ECHELLE DE NOTATION (0 A 5)

Pour chaque question, attribuez la note qui décrit le mieux votre situation réelle d'aujourd'hui – pas celle que vous visez.

| Note     | Nom                              | Ce que ça veut dire                                                            |
|----------|----------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------|
| <b>0</b> | <b>Inexistant</b>                | Rien n'est en place. La question ne se pose même pas encore chez nous.         |
| <b>1</b> | <b>Tout début, informel</b>      | Quelques intuitions ou tentatives isolées, rien d'organisé ni d'écrit.         |
| <b>2</b> | <b>En cours de structuration</b> | On a commencé à organiser ou formaliser, mais c'est partiel et instable.       |
| <b>3</b> | <b>En place et appliqué</b>      | C'est défini, partagé et appliqué de façon régulière.                          |
| <b>4</b> | <b>Maîtrisé et suivi</b>         | C'est solide, et nous le suivons avec des indicateurs ou des points réguliers. |
| <b>5</b> | <b>Pleinement accompli</b>       | Maîtrisé, mesuré, et amélioré en continu sur la base de données et de retours. |

**Astuce :** si vous hésitez entre deux notes, prenez la plus basse. C'est presque toujours la plus honnête.

## LES 50 QUESTIONS DU DIAGNOSTIC

Pour chaque question, entourez ou inscrivez votre note de 0 à 5. À la fin de chaque catégorie, reportez le total et calculez le score sur 5.

### 1. Stratégie

Notre raison d'être économique et sociale est-elle claire, partagée et traduite en plan ?

- Avons-nous clairement identifié la valeur que nous apportons à nos clients, avec des produits et services bien définis et alignés ?

|   |   |   |   |   |   |
|---|---|---|---|---|---|
| 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---|---|---|---|---|

- Notre vision se traduit-elle en objectifs bien définis et réalisables ?

|   |   |   |   |   |   |
|---|---|---|---|---|---|
| 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---|---|---|---|---|

- Avons-nous une stratégie organisationnelle cohérente (mission, vision, valeurs) reliée à un plan opérationnel clair ?

|   |   |   |   |   |   |
|---|---|---|---|---|---|
| 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---|---|---|---|---|

- Nos plans opérationnels sont-ils concrets, détaillés et alignés avec notre stratégie ? (plans opérationnels = qui fait quoi, quand, avec quels moyens – le passage concret de la stratégie à l'action du quotidien)

|   |   |   |   |   |   |
|---|---|---|---|---|---|
| 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---|---|---|---|---|

- Savons-nous identifier des opportunités de croissance compatibles avec notre mission ? (opportunités de croissance = nouveaux marchés, clients, offres ou zones – des pistes pour grandir sans trahir notre mission)

|   |   |   |   |   |   |
|---|---|---|---|---|---|
| 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---|---|---|---|---|

| Q1 | Q2 | Q3 | Q4 | Q5 | Total /25 | Score /5 |
|----|----|----|----|----|-----------|----------|
|    |    |    |    |    |           | ·5 =     |

**Question de challenge** Si nous devons choisir entre une opportunité très rentable et une opportunité très alignée avec notre mission, comment trancherions-nous – et qui décide ?

## 2. Suivi de l'impact

*Savons-nous si nous changeons réellement quelque chose, et pour qui ?*

1. Avons-nous une orientation d'impact claire et significative ?

|                       |   |   |   |   |   |
|-----------------------|---|---|---|---|---|
| <input type="radio"/> | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-----------------------|---|---|---|---|---|

2. Connaissons-nous et comprenons-nous réellement les réalités des personnes ou groupes que nous cherchons à aider ?

|                       |   |   |   |   |   |
|-----------------------|---|---|---|---|---|
| <input type="radio"/> | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-----------------------|---|---|---|---|---|

3. Pouvons-nous mesurer les progrès et le succès de nos objectifs d'impact ? *(avons-nous des indicateurs, pas seulement de bonnes intentions)*

|                       |   |   |   |   |   |
|-----------------------|---|---|---|---|---|
| <input type="radio"/> | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-----------------------|---|---|---|---|---|

4. Suivons-nous régulièrement la progression de l'impact pour rester sur la bonne voie ?

|                       |   |   |   |   |   |
|-----------------------|---|---|---|---|---|
| <input type="radio"/> | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-----------------------|---|---|---|---|---|

5. Recueillons-nous régulièrement les retours des équipes et des mentors pour adapter nos activités si nécessaire ?

|                       |   |   |   |   |   |
|-----------------------|---|---|---|---|---|
| <input type="radio"/> | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-----------------------|---|---|---|---|---|

| Q1 | Q2 | Q3 | Q4 | Q5 | Total /25 | Score /5 |
|----|----|----|----|----|-----------|----------|
|    |    |    |    |    |           | ·5 =     |

**Question de challenge** Quel est le seul indicateur d'impact qui, s'il s'effondrait, nous ferait dire que nous avons échoué – et le suivons-nous aujourd'hui ?

### 3. Innovation & apprentissage

*Une entreprise apprend en continu de ses erreurs et des retours reçus : elle ajuste, améliore, étend son offre, et parfois pivote. Apprenons-nous assez vite ?*

1. Nos indicateurs nous aident-ils réellement à mesurer les progrès réalisés ?

|                       |   |   |   |   |   |
|-----------------------|---|---|---|---|---|
| <input type="radio"/> | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-----------------------|---|---|---|---|---|

2. Encourageons-nous l'expérimentation de nouvelles approches et la création de nouvelles idées ?

|                       |   |   |   |   |   |
|-----------------------|---|---|---|---|---|
| <input type="radio"/> | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-----------------------|---|---|---|---|---|

3. Tirons-nous des leçons structurées de nos erreurs comme de nos réussites ?

|                       |   |   |   |   |   |
|-----------------------|---|---|---|---|---|
| <input type="radio"/> | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-----------------------|---|---|---|---|---|

4. Sommes-nous capables d'améliorer ou d'étendre notre offre, voire de pivoter si nécessaire ?  
(pivoter = changer de positionnement ou de modèle quand l'actuel ne marche pas)

|                       |   |   |   |   |   |
|-----------------------|---|---|---|---|---|
| <input type="radio"/> | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-----------------------|---|---|---|---|---|

5. Diffusons-nous les apprentissages au sein de l'équipe plutôt que de les garder individuels ?

|                       |   |   |   |   |   |
|-----------------------|---|---|---|---|---|
| <input type="radio"/> | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-----------------------|---|---|---|---|---|

| Q1 | Q2 | Q3 | Q4 | Q5 | Total /25 | Score /5 |
|----|----|----|----|----|-----------|----------|
|    |    |    |    |    |           | ·5 =     |

**Question de challenge** Quelle est la dernière chose que nous avons arrêté de faire parce que nous avons appris qu'elle ne marchait pas ?

## 4. Produits & services

*Créons-nous une valeur réelle, livrée efficacement, aux bonnes personnes ?*

1. Avons-nous clairement défini pour qui nous créons de la valeur, et qui sont nos clients les plus importants ? *(créer de la valeur = résoudre un problème concret ; distinguez clients qui paient et bénéficiaires qui reçoivent l'impact)*

|                       |   |   |   |   |   |
|-----------------------|---|---|---|---|---|
| <input type="radio"/> | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-----------------------|---|---|---|---|---|

2. Avons-nous des stratégies efficaces pour atteindre nos clients ?

|                       |   |   |   |   |   |
|-----------------------|---|---|---|---|---|
| <input type="radio"/> | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-----------------------|---|---|---|---|---|

3. Planifions-nous correctement afin que la livraison des produits/services soit bien optimisée ?

|                       |   |   |   |   |   |
|-----------------------|---|---|---|---|---|
| <input type="radio"/> | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-----------------------|---|---|---|---|---|

4. Avons-nous un processus efficace et opportun pour recueillir et interpréter les retours des clients ?

|                       |   |   |   |   |   |
|-----------------------|---|---|---|---|---|
| <input type="radio"/> | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-----------------------|---|---|---|---|---|

5. Disposons-nous des bonnes ressources (outils, budget) pour fournir nos produits/services de façon optimale ?

|                       |   |   |   |   |   |
|-----------------------|---|---|---|---|---|
| <input type="radio"/> | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-----------------------|---|---|---|---|---|

| Q1 | Q2 | Q3 | Q4 | Q5 | Total /25 | Score /5 |
|----|----|----|----|----|-----------|----------|
|    |    |    |    |    |           | ·5 =     |

**Question de challenge** Nos clients qui paient et nos bénéficiaires qui reçoivent l'impact sont-ils les mêmes personnes ? Si non, comment équilibrons-nous les deux ?



## 5. Infrastructure organisationnelle

*Nos opérations tiennent-elles la route au quotidien ?*

1. Avons-nous un organigramme clair, avec des rôles et des structures hiérarchiques définis ?

|   |   |   |   |   |   |
|---|---|---|---|---|---|
| 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---|---|---|---|---|

2. Avons-nous des processus et des indicateurs qui améliorent le fonctionnement de notre organisation ? (*améliorer = gagner du temps, réduire erreurs et doublons, éviter que tout repose sur la mémoire des gens*)

|   |   |   |   |   |   |
|---|---|---|---|---|---|
| 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---|---|---|---|---|

3. Nos processus permettent-ils une prise de décision éclairée et efficace ?

|   |   |   |   |   |   |
|---|---|---|---|---|---|
| 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---|---|---|---|---|

4. Utilisons-nous des outils technologiques/numériques adaptés pour gérer nos opérations ?

|   |   |   |   |   |   |
|---|---|---|---|---|---|
| 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---|---|---|---|---|

5. Notre fonctionnement résiste-t-il au départ ou à l'absence d'une personne clé ?

|   |   |   |   |   |   |
|---|---|---|---|---|---|
| 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---|---|---|---|---|

| Q1 | Q2 | Q3 | Q4 | Q5 | Total /25 | Score /5 |
|----|----|----|----|----|-----------|----------|
|    |    |    |    |    |           | ·5 =     |

**Question de challenge** Quel processus aujourd'hui repose entièrement sur une seule personne – et que se passe-t-il si elle part ?

## 6. Mobilisation de l'écosystème & communication

*Existons-nous, sommes-nous compris, et reliés à notre écosystème ? (Communiquer crée du lien et de la compréhension ; le marketing sert à vendre.)*

1. Avons-nous identifié nos partenaires/fournisseurs clés et établi de bonnes relations avec les plus importants ?

|   |   |   |   |   |   |
|---|---|---|---|---|---|
| 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---|---|---|---|---|

2. Construisons-nous efficacement notre image de marque ?

|   |   |   |   |   |   |
|---|---|---|---|---|---|
| 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---|---|---|---|---|

3. Disposons-nous d'outils de communication appropriés et menons-nous un travail de sensibilisation efficace ? (*communication : être compris, créer du lien*)

|   |   |   |   |   |   |
|---|---|---|---|---|---|
| 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---|---|---|---|---|

4. Notre stratégie de marketing est-elle claire, alignée et régulièrement mise à jour ? (*marketing : faire connaître, attirer, fidéliser*)

|   |   |   |   |   |   |
|---|---|---|---|---|---|
| 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---|---|---|---|---|

5. Sommes-nous présents et actifs dans notre communauté, en alignant en continu notre avantage concurrentiel ?

|   |   |   |   |   |   |
|---|---|---|---|---|---|
| 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---|---|---|---|---|

| Q1 | Q2 | Q3 | Q4 | Q5 | Total /25 | Score /5 |
|----|----|----|----|----|-----------|----------|
|    |    |    |    |    |           | ·5 =     |

**Question de challenge** Si notre organisation disparaissait demain, qui dans notre écosystème le remarquerait – et que dirait-il de nous ?

## 7. Leadership, équipe & bénévoles

Avons-nous les bonnes personnes, alignées et engagées ?

1. Avons-nous une conception organisationnelle efficace et claire ? (*conception organisationnelle = la façon dont sont pensés et agencés les rôles, les responsabilités et les liens entre les personnes – qui s'occupe de quoi, qui dépend de qui, comment circule l'information*)

|                       |   |   |   |   |   |
|-----------------------|---|---|---|---|---|
| <input type="radio"/> | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-----------------------|---|---|---|---|---|

2. Disposons-nous d'un leadership empathique et efficace ?

|                       |   |   |   |   |   |
|-----------------------|---|---|---|---|---|
| <input type="radio"/> | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-----------------------|---|---|---|---|---|

3. Avons-nous des systèmes appropriés d'évaluation des performances ?

|                       |   |   |   |   |   |
|-----------------------|---|---|---|---|---|
| <input type="radio"/> | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-----------------------|---|---|---|---|---|

4. La passion et la vision sont-elles réellement partagées (trois membres interrogés séparément donneraient-ils des réponses cohérentes) ? (*la vision partagée se mesure à la convergence des réponses spontanées, pas à l'enthousiasme déclaré*)

|                       |   |   |   |   |   |
|-----------------------|---|---|---|---|---|
| <input type="radio"/> | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-----------------------|---|---|---|---|---|

5. Sommes-nous capables de mobiliser des renforts quand le besoin se présente ? (*renforts = bénévoles, stagiaires, partenaires, communauté ; la question est de savoir si nous savons en trouver quand il le faut, que nous en ayons aujourd'hui ou non*)

|                       |   |   |   |   |   |
|-----------------------|---|---|---|---|---|
| <input type="radio"/> | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-----------------------|---|---|---|---|---|

| Q1 | Q2 | Q3 | Q4 | Q5 | Total /25 | Score /5 |
|----|----|----|----|----|-----------|----------|
|    |    |    |    |    |           | ·5 =     |

**Question de challenge** Sur quelles décisions l'équipe a-t-elle réellement voix au chapitre, et sur lesquelles non – est-ce assumé et clair pour tous ?

## 8. Gestion financière

*Pilotons-nous nos finances avec rigueur au quotidien ?*

1. Comprenons-nous les exigences comptables et fiscales, et disposons-nous de procédures et systèmes comptables efficaces ? *(souvent lourdes et incontournables dans la région)*

|                       |   |   |   |   |   |
|-----------------------|---|---|---|---|---|
| <input type="radio"/> | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-----------------------|---|---|---|---|---|

2. Sommes-nous capables de planifier et de gérer nos finances de façon optimisée ?

|                       |   |   |   |   |   |
|-----------------------|---|---|---|---|---|
| <input type="radio"/> | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-----------------------|---|---|---|---|---|

3. Disposons-nous d'un budget approprié et le suivons-nous ?

|                       |   |   |   |   |   |
|-----------------------|---|---|---|---|---|
| <input type="radio"/> | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-----------------------|---|---|---|---|---|

4. Disposons-nous d'un flux de trésorerie sain ?

|                       |   |   |   |   |   |
|-----------------------|---|---|---|---|---|
| <input type="radio"/> | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-----------------------|---|---|---|---|---|

5. Avons-nous des processus efficaces pour les achats et les dettes, y compris des contrats fournisseurs compétitifs ?

|                       |   |   |   |   |   |
|-----------------------|---|---|---|---|---|
| <input type="radio"/> | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-----------------------|---|---|---|---|---|

| Q1 | Q2 | Q3 | Q4 | Q5 | Total /25 | Score /5 |
|----|----|----|----|----|-----------|----------|
|    |    |    |    |    |           | ·5 =     |

**Question de challenge** Combien de mois pourrions-nous tenir si notre principale source de revenus s'arrêtait demain – et le savons-nous, chiffres à l'appui ?

## 9. Revenus & viabilité financière

*Le modèle peut-il générer des revenus et se financer durablement ?*

1. Avons-nous une solide compréhension de notre économie unitaire ? (ce que coûte et rapporte une unité vendue : vendons-nous à perte ?)

|                       |   |   |   |   |   |
|-----------------------|---|---|---|---|---|
| <input type="radio"/> | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-----------------------|---|---|---|---|---|

2. Nos flux de revenus sont-ils clairement définis ?

|                       |   |   |   |   |   |
|-----------------------|---|---|---|---|---|
| <input type="radio"/> | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-----------------------|---|---|---|---|---|

3. Quelle est l'efficacité de notre modèle de génération de revenus ?

|                       |   |   |   |   |   |
|-----------------------|---|---|---|---|---|
| <input type="radio"/> | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-----------------------|---|---|---|---|---|

4. Avons-nous un processus systématique de prévision des ventes et un système d'incitation pour atteindre les objectifs ?

|                       |   |   |   |   |   |
|-----------------------|---|---|---|---|---|
| <input type="radio"/> | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-----------------------|---|---|---|---|---|

5. Sommes-nous en mesure de prendre des décisions financières judicieuses et éclairées ?

|                       |   |   |   |   |   |
|-----------------------|---|---|---|---|---|
| <input type="radio"/> | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-----------------------|---|---|---|---|---|

| Q1 | Q2 | Q3 | Q4 | Q5 | Total /25 | Score /5 |
|----|----|----|----|----|-----------|----------|
|    |    |    |    |    |           | ·5 =     |

**Question de challenge** Si nous doublons notre nombre de clients demain, gagnerions-nous réellement plus d'argent – ou perdrons-nous davantage ?

## 10. Conformité légale

*Sommes-nous protégés, en règle et responsables sur le long terme ?*

1. Disposons-nous d'une protection suffisante de notre propriété intellectuelle (brevets, marques, droits d'auteur) ?

|                       |   |   |   |   |   |
|-----------------------|---|---|---|---|---|
| <input type="radio"/> | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-----------------------|---|---|---|---|---|

2. Avons-nous une solide compréhension des exigences réglementaires et des normes liées à notre domaine d'activité ?

|                       |   |   |   |   |   |
|-----------------------|---|---|---|---|---|
| <input type="radio"/> | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-----------------------|---|---|---|---|---|

3. Respectons-nous effectivement ces exigences dans nos pratiques quotidiennes ?

|                       |   |   |   |   |   |
|-----------------------|---|---|---|---|---|
| <input type="radio"/> | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-----------------------|---|---|---|---|---|

4. Notre statut juridique est-il adapté à notre double finalité, économique et sociale ?

|                       |   |   |   |   |   |
|-----------------------|---|---|---|---|---|
| <input type="radio"/> | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-----------------------|---|---|---|---|---|

5. Intégrons-nous des préoccupations sociales et environnementales dans notre propre fonctionnement (RSE) ?

|                       |   |   |   |   |   |
|-----------------------|---|---|---|---|---|
| <input type="radio"/> | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-----------------------|---|---|---|---|---|

| Q1 | Q2 | Q3 | Q4 | Q5 | Total /25 | Score /5 |
|----|----|----|----|----|-----------|----------|
|    |    |    |    |    |           | ·5 =     |

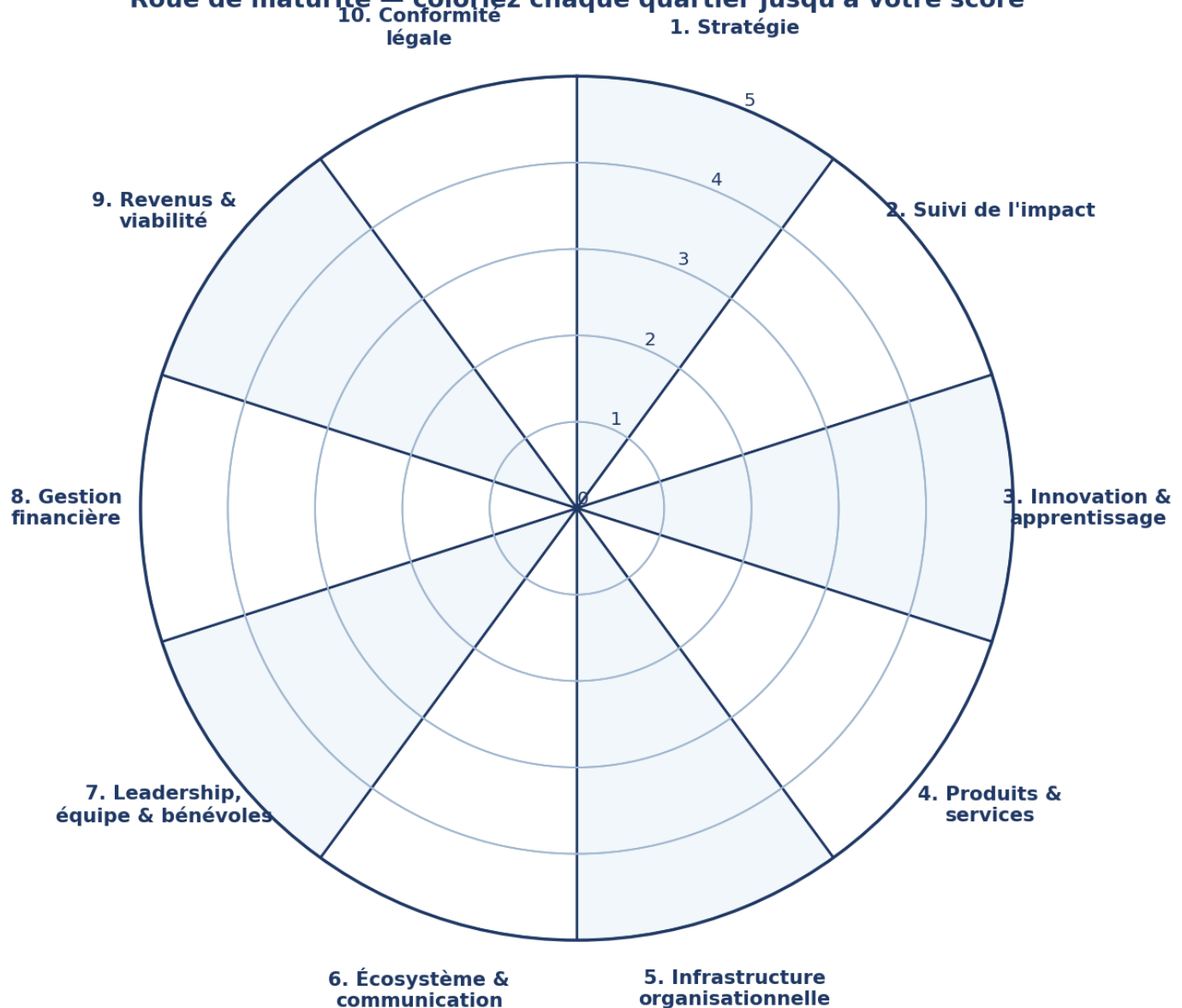
**Question de challenge** Notre forme juridique actuelle nous aide-t-elle ou nous freine-t-elle dans notre mission sociale ?

## VOTRE ROUE DE MATURITE

Reportez le score sur 5 de chaque catégorie, puis coloriez chaque quartier depuis le centre jusqu'à votre note. La silhouette obtenue montre d'un coup d'œil vos forces (quartiers pleins) et vos points de fragilité (quartiers creux).

*Un quartier très en retrait n'est pas un échec : c'est simplement votre prochain terrain de travail.*

### Roue de maturité — coloriez chaque quartier jusqu'à votre score



## TABLEAU RECAPITULATIF DES SCORES

Reportez ici les scores sur 5 de vos dix catégories, puis cochez les 2 ou 3 que vous choisissez de travailler en priorité. Conservez cette page : elle sera votre point de comparaison au prochain diagnostic.

| Catégorie                           | Score /5 | Priorité ? |
|-------------------------------------|----------|------------|
| 1. Stratégie                        |          |            |
| 2. Suivi de l'impact                |          |            |
| 3. Innovation & apprentissage       |          |            |
| 4. Produits & services              |          |            |
| 5. Infrastructure organisationnelle |          |            |
| 6. Écosystème & communication       |          |            |
| 7. Leadership, équipe & bénévoles   |          |            |
| 8. Gestion financière               |          |            |
| 9. Revenus & viabilité financière   |          |            |
| 10. Conformité légale               |          |            |

**Date du diagnostic :** ..... **Mode :** solo / équipe



## GUIDE D'USAGE – EN SOLO

---

*Faire son diagnostic seul ne veut pas dire le faire en vase clos.*

**Durée indicative :** 60 à 75 minutes pour les 50 questions, plus un temps séparé pour les questions de challenge.

### Étapes

1. Installez-vous au calme et lisez d'abord l'échelle de notation.
2. Répondez catégorie par catégorie. Notez chaque question de 0 à 5 selon votre situation réelle d'aujourd'hui.
3. À la fin de chaque catégorie, additionnez vos 5 notes (sur 25) et divisez par 5 pour obtenir le score de la catégorie.
4. Reportez les 10 scores sur la roue de maturité et coloriez-la.
5. Ne répondez pas seul aux questions de challenge : écrivez votre réponse, puis soumettez-la à un coach, un mentor ou une personne de confiance capable de vous contredire.
6. Choisissez vos 2-3 catégories prioritaires et notez un premier pas concret pour chacune.

### Conseils

- Le piège du solo, c'est l'angle mort : vous ne voyez pas ce que vous ne voyez pas. D'où l'importance vitale de l'étape avec un tiers.
- Dater votre diagnostic. La comparaison d'une fois sur l'autre est votre meilleur indicateur de progression.

## GUIDE D'USAGE – EN ÉQUIPE

*En équipe, la vraie richesse n'est pas le score final : c'est l'écart entre vos perceptions. Là où vous n'êtes pas d'accord se cachent vos sujets les plus importants.*

**Durée indicative :** une demi-journée en atelier, avec un facilitateur.

**Participants :** 3 à 8 personnes représentant les différents rôles de l'organisation.

### Déroulé de l'atelier

1. Préparez le workshop. Réservez l'espace, prévoyez le temps, et imprimez une copie d'évaluation par participant ainsi qu'une grande roue commune (au mur ou au paperboard).
2. Chacun note individuellement. Avant toute discussion, chaque participant remplit ses 50 questions seul, sans se concerter. C'est essentiel pour éviter l'effet de groupe.
3. On discute les scores question par question, et surtout les écarts. Là où les notes divergent fortement, on s'arrête et on creuse : pourquoi untel met 1 et un autre 5 ? L'écart est souvent plus instructif que la note.
4. On consolide. Pour chaque catégorie : on additionne les notes et on divise par 5 (score sur 5), puis on divise par le nombre de participants pour obtenir un score commun unique.
5. On colorie la roue commune avec ces scores consolidés.
6. On identifie les axes prioritaires et on fait émerger les idées d'amélioration (les questions de challenge aident à ouvrir ces débats).
7. On traduit en plan d'action : pour chaque idée retenue, une action, un responsable, une échéance.

### Le calcul du score commun, en clair

**Score commun d'une catégorie** = ( somme de toutes les notes de la catégorie, tous participants confondus ) ÷ 5 ÷ nombre de participants.

*Exemple : 4 participants, catégorie « Stratégie ». On additionne les 5 notes de chacun (donc 20 notes en tout), on divise par 5, puis par 4. On obtient un score sur 5 reportable sur la roue commune.*

### Rôle du facilitateur

- Faire parler les voix basses : les écarts ne ressortent que si les plus discrets osent afficher une note différente de celle du dirigeant.
- Révéler les notes simultanément pour éviter que chacun s'aligne sur le chef.
- Garder le rythme : une horloge par catégorie. Mieux vaut finir les 10 que d'en traiter 3 parfaitement.
- Capturer sans juger : noter les désaccords et les décisions, sans trancher à la place de l'équipe.

## NOTRE PLAN D'ACTION

Traduisez vos priorités en engagements concrets. Une ligne par action : que fait-on, qui le porte, et pour quand.

Nos 2-3 catégories prioritaires :

.....

.....

| Action à mener | Responsable | Échéance |
|----------------|-------------|----------|
|                |             |          |
|                |             |          |
|                |             |          |
|                |             |          |
|                |             |          |