

Prendre des décisions

Tout comité doit prendre des décisions à un moment donné. On trouvera ci-dessous une liste des étapes essentielles pour prendre des décisions, selon un document produit par le ministère de l'Éducation et de la Formation de l'Ontario :

*Définir la question ou le problème.
(Quelle décision devons-nous prendre?)*

*Faire une liste des différentes solutions possibles.
(De quelles options disposons-nous?)*

*Examiner et peser les différentes solutions
(Quels sont les avantages et les inconvénients de chacune?)*

*Choisir la meilleure solution.
(Quelle solution est la meilleure?)*

*Planifier la mise en oeuvre de la solution.
(Comment la solution choisie peut-elle être mise en oeuvre?)*

*Évaluer les résultats.
(Avons-nous choisi la meilleure solution?)*

La décision peut être prise par consensus ou par vote majoritaire. Si vous choisissez la méthode du vote majoritaire, il faut vous assurer que vous êtes tous bien informés et discuter en groupe de toutes les conséquences de la décision avant que celle-ci soit mise au vote par la présidente ou le président. Bien que le vote ratifie la décision, certains membres peuvent estimer qu'ils ont « perdu » et se sentir moins tenus par la décision. C'est pourquoi, lorsqu'une décision est essentielle pour atteindre les objectifs de votre conseil, il est préférable de recourir au consensus.

Avec la méthode du consensus, le groupe discute en détail de la décision à prendre, chacun exprime ses idées personnelles, écoute attentivement les opinions des autres et tente de trouver des solutions nouvelles qui rallient tous les points de vue. Comme tout le monde participe à une décision consensuelle, tout le monde a la possibilité de réfléchir à la décision et de l'influencer. C'est ainsi que la décision finale est atteinte sans conflit et a des chances de bénéficier du soutien de tout le monde. En résumé, le consensus :

- vous donne, ainsi qu'aux membres, un poids dans les décisions;
- s'appuie sur des perspectives et des valeurs différentes;
- permet de faire preuve de souplesse pour parvenir à une solution;
- peut donner lieu à des décisions mieux informées, plus originales, mieux équilibrées et durables;
- garantit que la décision finale bénéficie du soutien de tout le monde, ce qui contribue à créer un sentiment d'engagement et de responsabilité vis-à-vis de ce qui a été décidé;
- crée un sentiment de partage d'un objectif commun;
- vous permet ainsi qu'aux autres membres du conseil de sauvegarder l'intégrité de vos valeurs personnelles tout en acceptant une solution nouvelle.

Source : Fédération des comités de parents de la province de Québec

Quelques conseils pour une bonne campagne d'autofinancement

Benoît Bergeron, courtier en campagne d'autofinancement

Vous désirez ramasser des sous pour financer des activités ou des projets à l'école?
Voici quelques judicieux conseils pour mener efficacement une campagne d'autofinancement.

Vérifier la crédibilité du fournisseur.	Demander des références d'au moins trois clients ou organismes ayant bénéficié des services du fournisseur qui vous intéresse. Celui-ci devrait normalement fournir tous les outils nécessaires à la bonne marche de la campagne d'autofinancement, tant du côté des documents de soutien (questions, trucs...) que lors du déroulement de celle-ci.
Vérifier la disponibilité du fournisseur.	Avant de signer une entente avec un fournisseur, contactez votre représentant à 2 ou 3 reprises pour lui poser quelques questions et vérifier en même temps sa disponibilité à vous répondre ou à vous retourner vos appels
Choisir le bon produit au bon moment.	Il est important que les enfants ou les parents qui vendront le produit ou le concept choisi ne soient pas embarrassés de l'offrir à la parenté, aux voisins, aux amis, aux collègues de travail, etc. Là où la population n'est pas vraiment dense, assurez-vous de choisir un produit ou un concept qui ne sera pas vendu en même temps que le vôtre par un autre groupe de votre communauté.
Limiter la durée de la campagne d'autofinancement à 2 semaines.	Il est inutile de prolonger ce délai, car les vendeurs n'ayant pas vendu à ce moment ne le feront pas plus lors des semaines subséquentes.
La qualité doit justifier le prix du produit.	Le prix de vente d'un produit n'a pas vraiment d'importance si ladite marchandise vaut ce prix ou si son impact justifie ce choix. Par exemple, une caisse de 40 livres d'oranges de première qualité provenant directement de la Floride, et dont le prix varie entre 30 \$ et 32 \$, se vend bien lors d'une campagne d'autofinancement.
Ne jamais vendre un article plus cher que ce qu'il ne vaut	Ceux qui sont tentés de le faire pour aller plus vite ou pour faire un peu plus d'argent ne joueront à ce petit manège qu'une seule année, car votre clientèle se souviendra de vous et, à la prochaine campagne d'autofinancement, elle sera très méfiante, ce qui entraînera des baisses de profit.
Nommer une seule personne responsable de la campagne d'autofinancement.	Si le choix de votre produit ou concept doit réunir plus que 3 personnes dans l'administration, alors il faut opter pour un autre produit ou... pour un autre fournisseur.
Fixer un objectif de vente de groupe ou un objectif de vente individuel.	La motivation engendre habituellement des ventes élevées et des profits appréciables.
Informez les parents sur le but de la campagne et le ou les produits à vendre.	Une brève lettre explicative contribuera à mettre les parents dans le coup!

Source : Fédération des comités de parents de la province de Québec

Guide du président

*Quelques conditions pour être efficace
dans un comité*

**a) L'engagement
vis-à-vis
de la tâche**

Comité efficace

- chacun comprend et accepte la tâche;
- les objectifs sont discutés et bien définis; chacun assume sa tâche tout en satisfaisant ses propres besoins.

- les membres poursuivent des objectifs différents, individuels et personnels, qu'ils tentent d'atteindre en se servant du comité
- il existe beaucoup de conflits entre eux.

b) L'atmosphère

- on se sent à l'aise et détendu;
- les problèmes sont mis en commun;
- l'atmosphère de travail : chacun est intéressé et se sent engagé.

- on retrouve de l'indifférence et de l'ennui;
- il y a des tensions, de l'hostilité et de l'opposition vis-à-vis des leaders ou des membres vulnérables.

c) L'écoute

- on se sent un respect de l'autre et des règles;
- aucun jugement n'est porté;
- les membres peuvent exprimer librement une idée créatrice sans crainte d'être censurés.

- on ne tient pas compte des idées émises;
- la discussion est incohérente;
- on cherche à impressionner les autres, à se mettre en valeur au détriment des autres.

Source : La Fédération des comités de parents de la province de Québec

Comité inefficace

d) L'expression

Comité efficace

- chacun apporte sa contribution à la discussion dans le cadre du sujet déterminé;
- chacun peut exprimer ses sentiments et ses idées sans se faire démolir.

Comité inefficace

- seuls quelques membres cherchent à mener la discussion;
- on garde cachés les sentiments personnels;
- on enlève tout désir de participation en critiquant toute intervention.

e) Les conflits

- on aborde positivement les conflits et on tente de les résoudre sans chercher à dominer qui que ce soit (on ne fait pas l'autruche);
- si le désaccord est fondamental, on s'en accommode et on tente d'en réduire les effets.

- on ne sait comment affronter et résoudre les conflits;
- on entretient des luttes de pouvoir et de clans;
- les conflits sont réprimés radicalement.

f) La critique

- la critique est franche, fréquente, constructive;
- elle est dirigée contre un obstacle qui entrave l'action et qu'on veut éliminer.

- la critique est souvent évitée;
- elle crée de la gêne et de la tension;
- elle est chargée d'animosité personnelle;
- elle est souvent destructive.

g) Le fonctionnement

- on utilise les talents de chacun dans le partage des tâches;
- il y a auto-évaluation.

- on discute après la réunion et on porte des jugements sévères sur les autres membres;
- personne ne sait qui fait quoi.

Source : La Fédération des comités de parents de la province de Québec

Guide du président

Dynamique des groupes et animation de la discussion

Petit guide pour traiter chaque participant selon sa personnalité

Le querelleur :

Aime blesser les autres ou a de légitimes sujets de se plaindre. Il réagit agressivement vis-à-vis les autres

Restez calme. Cherchez en quoi il est frustré. Dites que vous traiterez volontiers son problème en privé. Retranchez-vous derrière le manque de temps.

Le chicaneur :

Aime à discutailler, à s'opposer pour le plaisir. Interrompt constamment l'animateur pour faire préciser. Harcèle de questions en coups d'épingles.

Ne pas s'opposer à lui. Essayez de dégager ce qu'il y a de bon dans ses interventions. Utilisez les questions.

Le questionneur éternel :

Veut vous embarrasser ou serait heureux d'avoir votre avis. Il essaie de vous faire amener à son point de vue.

Renvoyez ses questions au groupe. N'essayez pas de résoudre vous-même ses problèmes. Ne prenez pas parti.

L'obstiné :

Ignore systématiquement le point de vue des autres et le vôtre. Ne veut rien apprendre des autres. Il n'écoute rien, ni personne.

Le contourner. Dites-lui que vous aurez plaisir à étudier la question avec lui seul. Demandez-lui pour l'instant d'accepter le point de vue du groupe.

Le timide :

A ses idées. A de la peine à les formuler. Est peut-être très compétent, mais n'ose pas se manifester.

Posez-lui des questions faciles. Aidez-le. Augmentez sa confiance en lui. Attirez l'attention sur ses bonnes interventions.

Les idées fixes :

A des marmottes, y revient sans cesse. Parle d'elles interminablement lorsqu'il est lancé. Il est susceptible.

Ramenez-le au sujet. Profitez des idées intéressantes qu'il peut émettre. Essayez de le comprendre. À traiter avec du doigté. Utilisez le positif.

Le distrait :	<p>Est distrait et distrait les autres. Peut parler du sujet ou d'autre chose.</p> <p><i>L'interpeller à l'aide d'une question facile, directe. Reprendre la dernière idée exprimée dans le groupe, lui demander son avis. Tâchez de connaître ses vraies motivations, faire un lien avec le sujet.</i></p>
Le collet monté :	<p>Traite le groupe d'une façon hautaine. Ne s'intègre pas à lui. Affecte de rester en marge.</p> <p><i>Ne froissez pas sa susceptibilité. Ne le critiquez pas. Essayez de faire ressortir ses affinités avec quelques personnes du groupe et le resituer dans la tâche à accomplir.</i></p>
Monsieur je sais tout :	<p>Veut imposer son opinion à tous. Il n'y a que lui qui est au courant, qui a l'expérience, les relations. On ne lui en montrera pas. Agaçant, même s'il est très calé.</p> <p><i>Arrêtez-le par des questions embarrassantes. Renforcez la confiance du groupe pour ne pas s'en laisser imposer par ce type de participant. « Voilà un point de vue intéressant, voyons un peu ce qu'en pense le groupe ».</i></p>
Le muet volontaire :	<p>Se désintéresse de tout. Est en désaccord préalable avec le groupe ou sur le principe de la réunion. Se retire « sous sa tente ».</p> <p><i>Essayez d'éveiller son intérêt en lui demandant son avis sur un point qu'il connaît. Indiquez le respect que l'on a pour son expérience sans exagérer. Expliquez au besoin ce qu'il ne comprend pas. Voir avec lui, en dehors du groupe, les raisons de son silence.</i></p>
Le chic type :	<p>Toujours prêt à vous aider. Sûr de lui. Convaincu.</p> <p><i>Une aide précieuse pendant les discussions. Faites-lui apporter sa contribution. Utilisez-le fréquemment. Remerciez-le.</i></p>
Le bavard :	<p>Parle de tout, sauf du sujet. S'exprime sans arrêt, devine, commente, développe. Pense tout haut et casse le rythme.</p> <p><i>Coupez-lui le sifflet, quand il reprend son souffle, dites « Monsieur ne sommes-nous pas un peu loin du sujet? » Lui demander d'être bref. Relancez la discussion en donnant la parole à quelqu'un d'autre, ou questionnez le groupe sans le regarder.</i></p>

Source : La Fédération des comités de parents de la province de Québec