

LOGFRAME

OBJECTIFS	ACTIVITÉS	INDICATEURS / EVALUATIONS DES OBJECTIFS ET RÉSULTATS	RISQUES ET HYPOTHÈSES
OBJECTIF 1 PROPOSER DES RENCONTRES AUTOUR DE LA LECTURE		700 À 900 RENCONTRES SONT RÉALISÉES CHAQUE ANNÉE DANS 8-12 CANTONS AVEC 2 BUS, DES VÉLOS, DES CAISSES DANS LE TRAIN, ETC., PAR 15-20 COLLABORATEURS POUR UN ÉQUIVALENT PLEIN TEMPS DE 4 À 5 EPT	
SOUS-OBJECTIF 1.1 Entre 700 et 900 sorties sont réalisées chaque année, avec un équilibre entre les cantons et entre les partenaires sociaux, éducatifs et culturels	<ul style="list-style-type: none"> • Contact des potentiels partenaires • Planification des sorties • Attribution des sorties aux collaborateurs • Réalisation des sorties • Analyse des statistiques et éventuelles corrections 	<ul style="list-style-type: none"> • Les sorties sont réalisées • Le groupe-cible est présent et satisfait • Le partenaire est satisfait • Les collaborateurs sont satisfaits • Les sorties sont bien équilibrées 	<ul style="list-style-type: none"> • Manque de temps pour chercher de nouveaux partenariats • Manque de RH, manque de flexibilité des RH • Déséquilibre entre les régions ou les types de partenariat
SOUS-OBJECTIF 1.2 La majorité des sorties se réalisent dans des régions périurbaines et rurales, dans des quartiers défavorisés et autour des frontières linguistiques	<ul style="list-style-type: none"> • Contact de partenaires ciblés • Formation des collaborateurs au bilinguisme et au travail interculturel 	<ul style="list-style-type: none"> • Localisation des sorties • Nombre de formations effectuées 	<ul style="list-style-type: none"> • D'autres partenaires mobilisent nos ressources • Les ressources financières manquent dans ces régions-là
SOUS OBJECTIF 1.3 L'association touche une 3 ^{ème} région linguistique (Tessin ou Grisons)	<ul style="list-style-type: none"> • Contact de potentiels partenaires dans ces 2 cantons • Formation d'une nouvelle équipe de terrain 	<ul style="list-style-type: none"> • Nombre de contacts dans ces 2 cantons • Réalisation de sorties dans ces 2 cantons 	<ul style="list-style-type: none"> • Manque de temps pour réaliser les contacts • Manque de répondant dans les cantons visés

OBJECTIF 2 CONSERVER/ACQUÉRIR UN FOND DE LIVRES DE QUALITÉ		300 À 500 LIVRES SONT ACHETÉS CHAQUE ANNÉE, DONT UN TIERS EN LANGUES ÉTRANGÈRES. 100 À 300 LIVRES SONT DÉSHERBÉS CHAQUE ANNÉE. LE FOND AUGMENTE, DANS L'OBJECTIF D'UN 3^{ÈME} BUS	
SOUS-OBJECTIF 2.1 Les livres anciens ou abîmés sont désherbés et remplacés	<ul style="list-style-type: none"> • Désherbage annuel du fond (10%) • Entretien régulier des livres (lavage, réparation) 	<ul style="list-style-type: none"> • Nombre de livres désherbés • Temps de nettoyage et de réparation 	<ul style="list-style-type: none"> • Manque de ressources RH • Manque de financement • Achats mal ciblés
SOUS-OBJECTIF 2.2 Le fond de livres pour les 12-25 ans est fourni et de bonne qualité, sur le modèle du fond 0-12 ans	<ul style="list-style-type: none"> • Achat et équipement régulier de nouveautés • Recherche de livres adaptés 	<ul style="list-style-type: none"> • Nombre de livres achetés et équipés pour chaque âge • Les livres achetés sont lus • Les 12-25 ans fréquentent les animations et restent sur place 	<ul style="list-style-type: none"> • Les livres idéaux n'existent pas • Achats mal ciblés
SOUS OBJECTIF 2.3 Le fond de livres en langues étrangères est régulièrement étoffé et amélioré	<ul style="list-style-type: none"> • Achat régulier de nouveautés • Voyages pour fréquenter les librairies spécialisées 	<ul style="list-style-type: none"> • Les livres dans les langues étrangères sont diversifiés et de qualité • Le public-cible trouve des livres dans sa langue première 	<ul style="list-style-type: none"> • Les livres ne sont pas de même qualité et de même facilité d'accès dans toutes les langues

OBJECTIF 3 PROPOSER DES ANIMATIONS ET DU MATÉRIEL D'ANIMATION ADAPTÉS À CHAQUE PUBLIC- CIBLE	LES ANIMATEURS-TRICES DISPOSENT DE COMPÉTENCES ET D'OUTILS VARIÉS POUR TRAVAILLER AVEC DIFFÉRENTS PUBLICS (LECTEURS, NON LECTEURS, FAMILLES, ÉCOLES, ALLOPHONES, ADOS ET JEUNES ADULTES, ETC.)		
<p>SOUS-OBJECTIF 3.1 L'offre est claire pour les partenaires (création puis mise à jour d'un catalogue)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Conception d'un catalogue d'activités • Impression et mise à disposition du catalogue sur notre site • Mise à jour régulière du catalogue • Diffusion du catalogue auprès des partenaires 	<ul style="list-style-type: none"> • Le catalogue existe • Il est utilisé • Il est à jour, en format papier et sur notre site internet 	<ul style="list-style-type: none"> • Le temps manque pour bien faire ce travail • Le catalogue est trop exigeant et certains collaborateurs manquent de ressources pour le réaliser • Le catalogue est trop rigide et les animations perdent en spontanéité
<p>SOUS-OBJECTIF 3.2 L'association offre des activités scolaires de qualité autour de la lecture et du multilinguisme.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Mise à disposition des dossiers pédagogiques existants • Développement de deux nouveaux dossiers chaque année • Formation des collaborateurs·trices • Réalisation des sorties scolaires 	<ul style="list-style-type: none"> • Les dossiers existent • Les nouveaux dossiers sont créés • Nombre de sorties scolaires • Le personnel est formé 	<ul style="list-style-type: none"> • Le temps manque pour réaliser de nouveaux dossiers • Trop d'écoles nous sollicitent et nous manquons de temps pour les autres partenaires

<p>SOUS-OBJECTIF 3.3 L'association propose des activités spécifiques pour les allophones et les centres de requérants d'asile</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Enregistrement de lectures dans les différentes langues de la migration • Mise à disposition des lectures enregistrées sous format audio et vidéo • Traduction des romans vidéoludiques dans les langues des MNA (mineurs non accompagnés) • Création de podcasts en français facile et en LCO • Création d'animations spécifiques 	<ul style="list-style-type: none"> • 50 lectures sont enregistrées chaque année, dans 8-10 langues • Mise à disposition de tablettes numériques et de casques audio • Traduction des romans vidéoludiques dans 6-8 langues • Création de 10 podcasts français A1, A2, B1 et 3 podcasts LCO par année • Les animations existent • Les collaborateurs·trices sont formés·es 	<ul style="list-style-type: none"> • Manque de ressources (finances, personnel) • Manque de répondant et d'intérêt des structures d'accueil de l'asile • Inadéquation des contenus
<p>SOUS-OBJECTIF 3.4 L'association propose des activités spécifiques pour les familles</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Adaptation des activités scolaires pour les familles avec des jeux et des expos interactives (QR codes) 	<ul style="list-style-type: none"> • Les activités sont adaptées • Le personnel est formé 	<ul style="list-style-type: none"> • Manque de ressources (finances, personnel)
<p>SOUS-OBJECTIF 3.5 L'association propose des activités spécifiques pour les 12-25 ans</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Choix de livres adaptés • Création d'un coin spécifique • Mise à disposition de matériel numérique • Prolongements numériques (QR codes) • Création de romans vidéoludiques 	<ul style="list-style-type: none"> • Les livres sont achetés • Un espace est aménagé • Les paravents numériques sont créés • Les prolongements QR codes sont créés • Au moins 2 romans vidéoludiques sont développés chaque année 	<ul style="list-style-type: none"> • Manque de ressources (finances, personnel) • Inadéquation des contenus créés

SOUS-OBJECTIF 3.6

L'association propose des formules à la semaine et des offres pour les dates spéciales

- Conception d'une formule à la semaine
- Calendrier des festivals potentiels ainsi que des dates particulières (biblioweek-end, nuit du conte, etc.)
- La formule existe
- Le calendrier existe et est mis à jour
- Les potentiels partenaires sont contactés
- Manque d'intérêt des potentiels partenaires
- Manque de disponibilité des collaborateurs-trices

OBJECTIF 4 AMÉLIORER LES COMPÉTENCES DES ADULTES DANS LA TRANSMISSION DU PLAISIR DE LIRE ET LA PRATIQUE DU MULTILINGUISME		EN PARTENARIAT AVEC LES BIBLIOTHÈQUES, LES HEP ET LES COURS DE FRANÇAIS POUR MIGRANTS, BAIN DE LIVRES PROPOSE DES FORMATIONS POUR LES PARENTS, POUR LES ENSEIGNANTS ET POUR LES APPRENANTS DE FRANÇAIS.	
SOUS-OBJECTIF 4.1 L'association contribue à améliorer les compétences des parents dans la transmission du plaisir de lire et dans le multilinguisme	<ul style="list-style-type: none"> • Développement d'une offre d'information/ discussion pour les parents en partenariat avec des bibliothèques, des maisons de quartier, etc • Mise en place de petits temps de formation inclus dans nos animations Né pour lire 	<ul style="list-style-type: none"> • Les partenaires sont contactés • L'offre est claire et de qualité • Les formations ont lieu 	<ul style="list-style-type: none"> • Les potentiels partenaires ne sont pas intéressés • Les parents ne participent pas
SOUS-OBJECTIF 4.2 L'association contribue à améliorer les compétences des enseignants dans la transmission du plaisir de lire et du multilinguisme	<ul style="list-style-type: none"> • Développement d'une offre pour les nouveaux enseignants • Développement d'une offre de formation continue pour les enseignants en activité 	<ul style="list-style-type: none"> • les HEP/FH de FR, VD, BENEJU, VS, NW sont contactées • Une collaboration existe • Des formations sont mises en place pour les nouveaux enseignants et sous forme de formation continue 	<ul style="list-style-type: none"> • Les potentiels partenaires ne sont pas intéressés • La collaboration demande trop de ressources (temps, énergie, finances)
SOUS-OBJECTIF 4.3 L'association contribue à améliorer les compétences des apprenants de français adultes dans la transmission du plaisir de lire et la pratique du multilinguisme	<ul style="list-style-type: none"> • Développement d'une offre spécifique (cours et podcasts) • Publicisation de cette offre • Formation des collaborateurs 	<ul style="list-style-type: none"> • L'offre existe (matériel de cours, podcasts en français facile et en LCO) • Les collaborateurs sont formés • L'offre est utilisée 	<ul style="list-style-type: none"> • Les potentiels partenaires ne sont pas intéressés • La collaboration demande trop de ressources (temps, énergie, finances) • L'offre de podcasts n'est pas connue

<p>OBJECTIF 5 DÉVELOPPER L'OFFRE DE CONTENUS CULTURELS ET TRANSMEDIA, ACCESSIBLES À TOUS, REPRÉSENTATIFS DE LA SUISSE PLURIELLE D'AUJOURD'HUI</p>	<p>3 PODCASTS « CAPSULES CULTURELLES », 3 JOURNAUX « LE PLOUF » EN FRANÇAIS ET 1 EN ALLEMAND, 10 PODCASTS FACILES À ÉCOUTER, 3 PODCASTS TRADUITS DANS 10-12 LANGUES, 50 VIDÉOS DE LECTURES DANS 8-10 LANGUES, 2 NOUVELLES VIDÉOLUDIQUES, 1 À 2 EXPOS SONT PRODUITS CHAQUE ANNÉE</p>		
<p>SOUS-OBJECTIF 5.1 L'association produit 3 exemplaires par an de son journal Le Plouf. 1 exemplaire par an est traduit en allemand</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Séances d'équipe • Écriture et correction • Mise en page et impression • Distribution 	<ul style="list-style-type: none"> • les journaux sont imprimés et distribués • les articles sont de qualité • les journaux sont le résultat d'un travail d'équipe 	<ul style="list-style-type: none"> • les collaborateurs·trices n'utilisent pas tous·tes la ressource • le journal ne trouve pas son public
<p>SOUS-OBJECTIF 5.2 L'association produit des podcasts « capsules culturelles » explicitant la Suisse plurielle d'aujourd'hui</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Recherche et écriture • Enregistrement et mixage • Diffusion 	<ul style="list-style-type: none"> • 3 capsules culturelles sont produites chaque année • Elles sont à disposition sur les principales plateformes d'écoute 	<ul style="list-style-type: none"> • Les contenus ne sont pas adaptés • L'offre de podcasts n'est pas connue
<p>SOUS-OBJECTIF 5.3 L'association produit des vidéos et des mp3 audios de lectures d'albums dans les langues de la migration</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Achat des livres • Engagement des lecteurs·trices • Montage et mise en musique 	<ul style="list-style-type: none"> • 50 vidéos dans 8-10 langues sont mises en ligne chaque année 	<ul style="list-style-type: none"> • Manque de ressources (finances, personnel)

<p>SOUS-OBJECTIF 5.4 L'association produit des podcasts faciles à écouter à destination des migrants</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Recherche des thèmes • Écriture et enregistrement • Montage et mise en ligne • Promotion de l'offre 	<ul style="list-style-type: none"> • 10 podcasts « faciles à écouter » sont produits chaque année 	<ul style="list-style-type: none"> • Les contenus ne sont pas adaptés • L'offre de podcasts n'est pas connue
<p>SOUS-OBJECTIF 5.5 L'association traduit dans les principales langues de la migration une sélection des podcasts faciles à écouter</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Engagement des interprètes / lecteurs-trices • Traduction des textes • Montage et mise en musique • Promotion de l'offre 	<ul style="list-style-type: none"> • 4 podcasts sont traduits chaque année en 10-12 langues. 	<ul style="list-style-type: none"> • Manque de ressources (finances, personnel) • Les contenus ne sont pas adaptés • L'offre de podcasts n'est pas connue
<p>SOUS-OBJECTIF 5.6 L'association crée des nouvelles vidéoludiques à l'attention des 12-25 ans, traduites dans les langues des mineurs non accompagnés</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Création des nouvelles (scénario, dessins, narration, etc.) • Traduction des textes • Promotion de l'offre 	<ul style="list-style-type: none"> • 2 nouvelles vidéoludiques sont créées chaque année • Les nouvelles sont traduites dans les principales langues des mineurs non accompagnés. 	<ul style="list-style-type: none"> • Manque de ressources (finances, personnel) • Les contenus ne sont pas adaptés • L'offre n'est pas connue
<p>SOUS-OBJECTIF 5.7 L'association crée des expos multimedias pour les jeunes de 12-25 ans et pour les familles, disponibles pendant les temps d'animation (cf objectif 3)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Cf 3.4 et 3.5 	<ul style="list-style-type: none"> • Cf 3.4 et 3.5 	

OBJECTIF 6 AFFIRMER L'IDENTITÉ DE BAIN DE LIVRES / BÜCHERBAD	L'IDENTITÉ DE BAIN DE LIVRES / BÜCHERBAD EST CLAIRE, AUSSI SANS L'OUTIL BUS. LES COLLABORATEURS-TRICES SAVENT QUOI ET COMMENT COMMUNIQUER. LES DIFFÉRENTES RESSOURCES TRANSMEDIA SONT UTILISÉES DE FAÇON PERTINENTE		
SOUS-OBJECTIF 6.1 L'association se dote d'un plan de communication	<ul style="list-style-type: none"> • Écriture du concept (objectifs, publics-cibles, messages principaux, axes de communication, plan) • Mise en œuvre • Évaluation et redéfinition annuelles 	<ul style="list-style-type: none"> • Le concept existe • Il est régulièrement consulté et mis à jour • Les collaborateurs savent quoi et comment communiquer • Bain de livres est perçu comme une association de promotion de la lecture et du plaisir de lire multilingue (identité sans l'outil bus) 	<ul style="list-style-type: none"> • Le concept n'est pas suivi • La communication se fait au cas par cas
SOUS-OBJECTIF 6.2 Le site internet est un site de contenu, lieu de centralisation de toutes les actions	<ul style="list-style-type: none"> • Mise à jour et entretien régulier du site • Renvoi stématique de toute la communication vers le site • Formation des collaborateurs·trices à l'utilisation du site dans les animations 	<ul style="list-style-type: none"> • Le site internet est à jour • Nombre de visites mensuelles • Nombre de journées de formation 	<ul style="list-style-type: none"> • Les collaborateurs·trices rechignent à se mettre à jour et à utiliser la technologie • Le site n'est pas à jour par manque de temps

<p>SOUS-OBJECTIF 6.3 Les réseaux sociaux sont utilisés à bon escient</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Réalisation d'un calendrier pour les publications • Réalisation d'un plan pour les publications (message, axe, public-cible, objectifs) 	<ul style="list-style-type: none"> • Les réseaux sociaux sont intelligemment utilisés • Les publications sont variées et proposent des promotions, des retours d'animation et du contenu • Nombre de followers et d'interactions 	<ul style="list-style-type: none"> • Le calendrier et le plan ne sont pas suivis • Les axes choisis ne sont pas bons • Peu d'interactions
<p>SOUS-OBJECTIF 6.4 Les membres et donateurs/partenaires sont régulièrement informés</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Envoi d'une newsletter 4 à 8 fois par an • Mailing personnalisé, au cas par cas • Envoi du rapport annuel d'activité et des Plouf par la poste 	<ul style="list-style-type: none"> • Nombre de newsletters • Nombre d'envois papiers • Nombre de mailings • Retours, taux d'ouverture, etc. • Nombre de nouveaux membres et de membres fidèles 	<ul style="list-style-type: none"> • Les partenaires et donateurs ne s'intéressent pas à nos envois (mal ciblé, trop fréquent, etc.)

<p>OBJECTIF 7 SE Doter d'une structure claire, sur un modèle de gouvernance agile</p>		<p>CHAQUE COLLABORATEUR·TRICE A SON CAHIER DES CHARGES. L'ORGANIGRAMME COMPREND DES GROUPES DE TRAVAIL DANS LESQUELS LES COLLABORATEURS·TRICES S'INVESTISSENT. LA COLLABORATION EST ENCOURAGÉE ET LES PRINCIPALES DÉCISIONS SE PRENNENT PAR CONSENTEMENT.</p>	
<p>OBJECTIF 7.1 Bain de livres possède une structure claire, bien identifiée en interne comme à l'externe, sur un modèle de gouvernance agile</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Organisation régulière de journées de formation, d'intervision et de co-working (2-4/an) • Ecriture de cahiers des charges pour tous·tes les collaborateurs·trices • Entretiens d'évaluation annuels pour les collaborateurs·trices au mois • Mise en place de groupes de travail 	<ul style="list-style-type: none"> • L'organigramme est à jour • Les cahiers des charges sont à jour • Des séances partielles et plénières ont lieu régulièrement (min. 2 plénières par an, 3-4 séances par an pour chaque groupe de travail) • Les collaborateurs·trices s'investissent 	<ul style="list-style-type: none"> • Manque de clarté et de vision commune • Pas d'adhésion de certains collaborateurs • Tendance « naturelle » à revenir à la verticalité de la hiérarchie

<p>OBJECTIF 8 CONTRIBUER AUX OBJECTIFS DU DÉVELOPPEMENT DURABLE DE LA CONFÉDÉRATION</p>	<p>L'ASSOCIATION AMÉLIORE L'ÉGALITÉ DES CHANCES ET LA COHÉSION SOCIALE ; ELLE CONTRIBUE À LA MISE EN PLACE DE MODES DE CONSOMMATION ET DE PRODUCTION DURABLES ; ELLE EST ACTIVE DANS LE DOMAINE DU CLIMAT, DE L'ÉNERGIE ET DE LA BIODIVERSITÉ</p>		
<p>OBJECTIF 8.1 Bain de livres améliore l'égalité des chances et la cohésion sociale (domaine 1)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Activités de promotion lecture dans les quartiers défavorisés • Offre de livres en langues étrangères • Lutte contre les stéréotypes de genre et contre le racisme • Offre à très bas seuil 	<ul style="list-style-type: none"> • Liste des partenaires • Statistiques de fréquentation • Qualité et choix des livres en LCO • Qualité et choix des livres sur les thématiques genre et vivre ensemble / offre de médiation • Gratuité, pas de pas de porte, pas d'inscription • Podcasts, vidéos, etc 	<ul style="list-style-type: none"> • Manque de soutien financier • Manque de temps • Manque de RH
<p>OBJECTIF 8.2 Bain de livres contribue à la mise en place de modes de consommation et de production durables (domaine 2)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Choix des partenaires selon des critères de durabilité • Achat des livres dans des librairies indépendantes • Conception du matériel d'animation avec le moins d'impact environnemental possible • Grâce aux animations, sensibilisation aux thématiques de l'alimentation, des moyens de production, des changements climatiques, etc. 	<ul style="list-style-type: none"> • Banque et LPP durables • Achats durables • Collaborateurs·trices sensibilisés·es et formés·es • Groupe-cible sensibilisé 	<ul style="list-style-type: none"> • Les actions mises en place ont peu d'impact sur les usagers

OBJECTIF 8.3

Bain de livres /
Bücherbad est active
dans le domaine du
climat, de l'énergie
et de la biodiversité
(domaine3)

- Réduction des émissions de gaz à effet de serre, grâce à l'achat d'un bus électrique, à la participation à une plate-forme de partage de vélos cargo et au développement de l'image sans l'outil bus
- Sensibilisation des collaborateurs-trices et des utilisateurs-trices par la création d'animations spécifiques
- Contacts afin de promouvoir cet objectif (festivals de la durabilité, semaines de la durabilité, etc.)
- 3^{ème} bus électrique
- Participation à la plate-forme carve-lo2go
- Vélos-cargos disponibles partout où nous sommes actifs (2 vélos à nos noms à Porrentruy)
- Animation scolaire « Un monde fait pour durer »
- Animation famille adaptée de l'animation scolaire
- Nouvelle vidéo-ludique sur la thématique de la durabilité
- Participation à des festivals et manifestations thématiques
- Manque de moyens financiers
- Peu d'occasions de sortir à vélo

Novembre 2022, AM/IF/PJ/CD