



Bretagne rurale et urbaine  
pour un développement  
durable

Breizh ar maeziou ha maezkérel  
evit an diorren padus



## ► Cahier des charges

# Assistance à Maitrise d’Ouvrage pour l’évolution des outils de BRUDED : site internet, data, charte graphique

*Le conseil d’administration de l’association BRUDED a validé le 6 décembre 2024 le lancement, dès 2025, d’un chantier portant sur la structuration des données de l’association, l’évolution de son site internet ainsi que de sa charte graphique.*

### ➤ Objectifs du chantier

BRUDED souhaite se doter d’outils fonctionnels, sécurisés et responsables, permettant de mieux répondre aux besoins et à la mission de l’association. L’objectif est de déployer les nouveaux outils entre janvier et mars 2026, soit pour les élections municipales.

### ➤ Une AMO pour un accompagnement global

Pour mener à bien ces travaux, BRUDED souhaite recourir à une Assistance à maitrise d’ouvrage pour l’accompagner depuis la réalisation d’un diagnostic prospectif (de ses outils, process, compétences, stratégie de communication) jusqu’à la mise en œuvre des solutions, en passant par l’étude de scénarii de travail et la rédaction des cahiers des charges des prestataires.

Ce document précise les attentes de l’association et le cadre de la mission qui sera confiée à l’assistant à maitrise d’ouvrage.



# Table des matières

<b>Qui est BRUDED ? .....</b>	<b>3</b>
➤ Historique et valeurs.....	3
➤ Mission, public cible et actions .....	3
➤ Organisation et gouvernance de l'association.....	5
➤ Forces et risques pour l'association.....	6
<b>Vers une évolution des pratiques et outils de BRUDED .....</b>	<b>7</b>
➤ Pourquoi agir ? .....	7
➤ Objectifs généraux .....	7
➤ Objectifs spécifiques au site internet, aux données et à l'identité graphique .....	7
➤ Contexte particulier de mise en œuvre .....	8
<b>Présentation des outils de travail .....</b>	<b>8</b>
➤ Environnement de travail : Microsoft 365 et la suite office.....	8
➤ Gestion des données.....	8
➤ Site internet et réseaux sociaux.....	9
➤ Communication mail.....	11
➤ Conception graphique.....	12
➤ Suivi des adhésions et facturation, suivi RH.....	12
<b>Modalités de réalisation de la mission et de candidatures .....</b>	<b>13</b>
➤ Méthode et grandes étapes de la mission d'AMO .....	13
➤ Moyens humains alloués au pilotage de projet .....	15
➤ Moyens budgétaires.....	15
➤ Compétences attendues.....	15
➤ Critères de sélection.....	16
➤ Remise des candidatures.....	17
<b>Annexe 1 : Le volet « site internet ».....</b>	<b>18</b>
<b>Annexe 2. Le volet « Données » .....</b>	<b>20</b>
<b>Annexe 3. Le volet « charte graphique ».....</b>	<b>22</b>
<b>Annexe 4. L'équipe salariée .....</b>	<b>23</b>



# Qui est BRUDED ?

## ➤ Historique et valeurs

### ▶ De la naissance de BRUDED...

BRUDED est une association loi 1901 créée en 2005 à l'initiative d'élus d'une poignée de petites communes bretonnes qui avaient porté des projets innovants et durables en matière d'éco-lotissement, de restauration scolaire... et qui souhaitaient transmettre leurs expériences en sincérité, à d'autres élus voulant se lancer.

BRUDED signifie Bretagne rurale et urbaine pour un développement durable, mais aussi « Promouvoir » en breton.

### ▶ ... à aujourd'hui

Près de 20 ans plus tard, l'association compte près de 300 communes et communautés de communes adhérentes. Elle bénéficie d'une renommée en Bretagne et au-delà.

Elle a bien grandi depuis sa création : plus d'adhérents, plus d'élus, plus de salariés, plus de ressources à partager. Si le nombre de salariés tend à se stabiliser, le nombre de ressources continuera, lui, à augmenter. Historiquement, le nombre d'adhérents a connu une augmentation importante dans les années suivant chaque élection municipale (2008 / 2014 / 2020), la prochaine étant en 2026.

### ▶ Valeurs

En tant que réseau de communes et intercommunalités engagées pour un développement durable des territoires en Bretagne et Loire-Atlantique, l'association s'appuie sur des valeurs fortes qui transparaissent aussi dans son fonctionnement interne (élus et équipe salariée) :

- **Approche transversale et systémique de la conduite de projets** (appuyée sur les 3 piliers du développement durable : social / environnement / économie).
- **Gouvernance partagée** : l'équipe et les administrateurs travaillent de façon coopérative et dans une logique de confiance et de transparence.
- **L'humain au cœur du projet associatif** : pour les élus locaux investis dans le réseau, BRUDED est un espace de respiration et d'inspiration. **La convivialité** est une valeur centrale du projet associatif. Les outils viennent au service des échanges entre élus, et non l'inverse. L'équipe salariée doit privilégier sa présence sur le terrain.
- **La frugalité** : aborder les projets avec une vision globale et pragmatique, en tentant d'apporter des réponses pensées dès le départ dans la frugalité et dans une économie de moyens.
- **Accessibilité, simplicité** : notre communication est pensée pour être pragmatique, simple, et accessible avec une vigilance sur la 'culture numérique' des élus qui peut être très variable.

## ➤ Mission, public cible et actions

### ▶ Mission

Le principe moteur de BRUDED est le partage d'expériences concrètes entre élus locaux de communes et intercommunalités rurales, périurbaines, littorales.

BRUDED couvre l'ensemble des compétences locales et porte ces actions sur quatre champs prioritaires :

- le **soutien à un emploi durable** dans les territoires,
- les **dynamiques de centres-bourgs**,
- la **transition écologique**,
- les **démarches participatives et de coopération**, qu'elles soient à l'échelle communale, entre EPCI et communes ou inter-EPCI.



## ► Public cible

Le projet associatif de BRUDED s'adresse en tout premier lieu aux **élus municipaux de l'ensemble des communes de Bretagne et Loire-Atlantique**, dont près de 20% adhèrent à BRUDED. 80% des adhérents sont des communes comptant moins de 3000 habitants. Les communes adhérentes sont dans leur majorité rurales, et parfois périurbaines et/ou littorales.

BRUDED s'adresse aux maires, adjoints, conseillers municipaux. À noter que de nombreux agents de collectivités, à l'échelle communale et surtout communautaire, utilisent également nos ressources.

Ce public recouvre **une diversité de maîtrise et de culture vis-à-vis des outils numériques** : de l' élu hyperconnecté, qui intègre l'IA dans ses projets, à l' élu situé en zone blanche rencontrant des difficultés à se connecter à une réunion en visio. À ce titre, et pour faciliter la transmission des informations au sein des conseils municipaux et communautaires, BRUDED est **vigilant à la production de documents imprimables** en sus de sa communication numérique : programmes d'évènements en PDF, fiches de retours d'expériences, documents de synthèses thématiques... Certains faisant ponctuellement l'objet d'envois postaux.

L'ensemble du site internet de BRUDED étant en accès libre, il est consulté par de nombreuses collectivités hors Bretagne, par des chercheurs, thésards, étudiants, partenaires institutionnels, associations, porteurs de projets, acteurs socio-économiques, etc, qui peuvent contacter BRUDED pour une prestation. S'ils contribuent au développement des territoires et au rayonnement associatif, ils ne constituent en revanche pas le cœur de cible de BRUDED.

## ► Les actions (ou comment BRUDED répond à sa mission de « partage d'expériences »)

**Des événements pour que les élus locaux partagent leurs expériences en sincérité et fassent réseau** : Visite, rencontre, visio-flash, groupe d'échanges thématiques, café BRUDED... Ces différents formats se définissent par :

- leurs objectifs (découvrir une réalisation, monter en compétences sur un sujet, réfléchir à des problématiques précises sur un sujet précis, rencontrer ses pairs...),
- la durée / les horaires / le moment de la semaine,
- le format physique ou présentiel.

**Un ensemble de ressources en ligne**, gratuites et accessibles sans identifiant, [bruded.fr](http://bruded.fr), alimenté par l'ensemble de l'équipe salariée, où l'on retrouve :

- Des pages expériences (web) et fiches expériences (print), qui décrivent une démarche de collectivité,
- Des « documents techniques » liés aux projets des collectivités : cahier des charges, règlements, plan...,
- Des documents de mutualisation d'expériences (print) réalisés par BRUDED : sur fond d'expériences sur une thématique précise, ces documents édités par BRUDED présentent des démarches, freins, leviers, éléments budgétaires, partenaires à mobiliser... identifiés au sein des collectivités adhérentes,
- Des vidéos présentant des démarches de projet.

**Les Brèves mensuelles**, la lettre d'information de BRUDED relaie chaque mois les actions de BRUDED, les derniers retours d'expériences capitalisés et les actualités des partenaires des collectivités.

**Une présence sur les réseaux sociaux** (Facebook et LinkedIn).

**Une présence de 8 salariés 'chargés de développement' généralistes, facilitateurs, animateurs répartis dans les territoires** pour créer du lien entre les élus, connaître les besoins des adhérents, soutenir les collectivités dans leurs projets et les capitaliser, organiser des évènements, etc.



Un **écosystème de partenaires et structures du développement durable** sur lesquels BRUDED s'appuie pour professionnaliser son action et rediriger les élus vers les experts compétents. Pas de compétition, seulement de la complémentarité et la volonté de faire ensemble !

**Des prestations** pour essaimer et inspirer au-delà du cadre précédemment défini, auprès d'un public non-adhérents.

### **BRUDED en 2023 :**

- 267 communes et 7 communautés de communes adhérentes,
- 68 visites, rencontres, groupes d'échanges thématiques... qui ont rassemblé plus de 2000 participants,
- 201 projets de collectivités soutenus,
- 18 interventions des administrateurs et salariés auprès de publics variés (DREAL, CADES, UBO Brest...),
- 245 réponses à des sollicitations de structures extérieures au réseau (Cerema, CAUE, EPCI, chercheurs...),
- 127 nouvelles expériences en accès libre sur notre site internet,
- 22 nouvelles vidéos de projets et réalisations.

### ► **Rendre BRUDED plus collaboratif**

En 2022 et face à la croissance du nombre d'adhérents, BRUDED a développé une stratégie visant à rendre le réseau plus collaboratif. En effet, l'augmentation du nombre d'adhérents implique naturellement un **nombre plus important de collectivités à suivre et connaître** et une **multiplication des expériences** à identifier, capitaliser et faire visiter.

Pour s'adapter à l'augmentation du nombre d'adhérents, l'équipe s'est agrandie, passant de 4 chargés de développement en 2020 à 8 en 2022. BRUDED a adapté sa communication pour solliciter la contribution des adhérents au réseau, avec notamment la mise en ligne de **deux formulaires** « **Informez-nous de vos projets en cours** » et « **Partagez et valorisez vos projets réalisés** », qui alimentent deux tableaux.

**Plus d'informations sur ces tableaux dans l'annexe « Tableaux et BDD partagés de l'équipe » disponible sur demande auprès de Margot Auvray (présentation des contenus, usages, process liés à chaque outil)**

### ➤ **Organisation et gouvernance de l'association**

#### ► **Le Conseil d'administration**

Un **conseil d'administration** qui définit les orientations stratégiques composé de 27 élu·es locaux issus des 5 départements, dans un souci d'équilibre géographique et de genre. Le CA est élu tous les 2 ans (prochaines élections en 2026) et se réunit 3 fois par an. Le Bureau de BRUDED, émanation du CA, compte une douzaine de membres et se réunit 4 fois par an.

[Retrouvez l'ensemble des membres du CA sur notre site.](#)

L'assemblée générale de BRUDED se réunit chaque année en mai, avec entre 120 et 190 élus participants représentant entre 50 et 85 collectivités adhérentes.

## ► L'équipe salariée

Une équipe de 10 salariés qui met en œuvre les orientations stratégiques définies par le CA.

Elle est composée de :

- Deux codirecteur-ice également chargés de développement à 50% de leur temps
- Six chargés de développement (responsables chacun-e d'une partie du territoire des cinq départements bretons et du lien aux adhérents sur ce territoire)
- Une chargée de communication,
- Une chargée de gestion sociale et administrative.

Et est répartie sur le territoire de la Bretagne historique :

- 3 salariés travaillent depuis un bureau partagé à Langouët (35),
- 3 salariés travaillent depuis un bureau partagé à Langouët (35) et depuis leur domicile,
- 4 salariés travaillent depuis des espaces de travail partagés dans le Finistère, les Côtes d'Armor, le Morbihan et La Loire Atlantique.

Le pilotage de chaque action / mission de BRUDED est assuré en interne par un binôme de salariés : l'un en pilotage, l'autre en soutien.

Des groupes de travail thématiques composés d'élus (volontaires) du CA sont constitués au besoin pour travailler sur des projets de l'association à plus ou moins long terme (RH, programme d'actions...).

**Annexe sur l'organisation de l'équipe salariée disponible en annexe 4**

## ➤ Forces et risques pour l'association

### ► La force de BRUDED

Une identité et un message clairs depuis toujours :

- (qui) Cible : « les élus parlent aux élus » / communes et communautés de communes
- (quoi) Mission : aider les élus locaux à aller plus vite et plus loin dans leurs projets
- (comment) Moyens : partage d'expérience entre élus
- (où) Périmètre géographique : Bretagne historique (Bretagne et Loire Atlantique)

La richesse et la diversité de ses capitalisations

Le lien humain et au terrain

Des partenaires historiques fidèles à l'association

Des collectivités engagées ambassadrices du réseau

Une reconnaissance/renommée au-delà des frontières bretonnes

### ► Les risques identifiés

**Perdre le lien** aux adhérents, devenus très nombreux (difficultés de suivi), au vu du rayonnement de l'association et des nombreuses sollicitations auxquelles elle fait face, mais aussi de la montée des missions administratives et de communication,

**Sous valoriser** les ressources produites (difficultés à les organiser et à les rendre accessibles),

**Perdre en qualité de production** (risque d'obsolescence des contenus produits, difficultés à suivre et mettre à jour les productions - pas de cycle de vie prédéfini - en particulier en ligne),

**User, désintéresser nos adhérents** par une communication mal ciblée ou inadaptée.

# Vers une évolution des pratiques et outils de BRUDED

## ➤ Pourquoi agir ?

Depuis plusieurs années, l'association grandit et approche les 300 collectivités adhérentes. Pour accompagner cette croissance, **l'équipe s'est progressivement agrandie** (10 salariés depuis 2022), **les modes d'actions ont été interrogés** (comment faire toujours plus réseau ?), et **des outils de travail interne et de communication ont fait leur apparition ou ont évolué**.

Aujourd'hui, bien que la plupart soit fonctionnelle, les outils utilisés en interne comme en externe semblent de moins en moins bien répondre aux besoins de l'association.

**Trois raisons principales poussent à agir :**

- Le site internet sera, à moyen ou long terme, hors d'usage,
- Les (sources de) données se multiplient et sont sous exploitées,
- La charte graphique est vieillissante et incomplète.

## ➤ Objectifs généraux

En lançant une réflexion sur son site internet, ses données et sa charte graphique, l'association souhaite :

- **Mieux valoriser les ressources produites par BRUDED au service de ses adhérents**, faciliter leur accès par des outils adaptés, personnaliser leur interface avec le réseau,
- **Susciter plus d'engagement/d'implication des adhérents** au sein du réseau,
- **Mieux connaître les adhérents et leur interface avec le réseau**, pour adapter notre communication et nos actions,
- **Professionaliser les outils et process de l'association** pour mieux maîtriser ses données, gagner en efficacité tout en étant en cohérence avec ses moyens et compétences,
- Inscrire l'association dans une **démarche de numérique responsable**.

## ➤ Objectifs spécifiques au site internet, aux données et à l'identité graphique

### Objectifs pour le site internet

Faire évoluer ou refondre le site pour bénéficier d'un outil...

- performant, sécurisé, frugal et responsable (investissement / fonctionnement / impact environnemental),
- ergonomique tant pour les usagers que pour les salariés,
- mettant en avant notre ADN et la dynamique de réseau de BRUDED,
- qui soit au service de la mission de BRUDED : mettre à disposition des ressources adaptées aux besoins des élus porteurs de projets.

### Objectifs pour la gestion data

- Adapter notre communication et nos actions aux besoins de chaque adhérent,
- Optimiser, structurer et sécuriser les données,
- Gagner en efficacité,
- Mettre en place des outils et process facilitant et professionnalisant la communication (ciblage), le suivi administratif (adhésions) et le lien aux adhérents (implication dans le réseau, interface, etc).

### Objectifs pour la charte graphique

- Faire évoluer la charte sans complètement la transformer (BRUDED doit rester reconnaissable et identifiable),
- Renforcer l'identité visuelle de BRUDED,



- Être au service de la mission de BRUDED : faciliter la lecture des différentes ressources proposées aux élus,
- Voir cette évolution comme une opportunité d'accompagner le changement.

**Les enjeux et objectifs des trois volets du chantier (site internet / data / charte graphique) sont précisés en annexes 1 à 3**

### ➤ Contexte particulier de mise en œuvre

- **Élections municipales au 1er semestre 2026** : notre objectif est de bénéficier d'outils opérationnels et d'une équipe formée à leur utilisation, au 2ème trimestre 2026 pour accompagner les élus dans leur début de mandat,
- **Élections du nouveau conseil d'administration de BRUDED** en 2026 (environ 25 élu-es) suite aux élections municipales,
- **Contexte politique et financier national et local tendu** (posture de prudence),
- **L'association aura 20 ans en 2025 !**

## Présentation des outils de travail

Voici un état des lieux des principaux outils utilisés par l'équipe afin de répondre à ses missions.

### ➤ Environnement de travail : Microsoft 365 et la suite office

L'équipe dispose d'un abonnement à Microsoft 365 Premium et utilise ses outils dérivés (sharepoint, Teams, suite office). Elle travaille ainsi sur des dossiers et documents partagés sur sharepoint, sauvegardés sur un serveur NAS.

Un espace « communication site » permet de créer des dossiers partagés avec des membres extérieurs à l'équipe. S'y trouvent notamment :

- un espace dédié au conseil d'administration (on y retrouve des informations sur l'association, les ordres du jours et PV des réunions, etc),
- un dossier « Liste des participants » : à chaque événement, une liste des inscrits est créée et partagée avec les inscrits pour leur permettre de s'organiser en covoiturage,
- des espaces d'échanges de documents (pour la réalisation de vidéos, pour des partenaires...)
- des espaces dédiés à des communes auprès desquelles BRUDED anime des échanges collectifs, afin qu'elles puissent mettre en commun certains documents.

Jusque 2023, l'équipe utilisait un espace de stockage Dropbox, entièrement supprimé depuis, et Google Drive<sup>1</sup>.

### ➤ Gestion des données

#### ► Historique : une culture interne de la donnée et des outils « faits maison »

En 2020 et en lien avec une forte croissance du réseau en 2020, l'équipe salariée a mené un important travail en interne de structuration et de partage de ses données « contacts », qui s'est traduit par la création d'un tableau partagé « BDD contacts ».

---

<sup>1</sup> Quelques documents sont toujours hébergés sur **Google Drive** : il s'agit de moins de 5 tableaux excel. Ils n'ont pas été migrés sur Microsoft 365 pour plusieurs raisons : fichiers lourds, contenant beaucoup de données (et formules), utilisation très fréquente (peur de bousculer les habitudes et de perdre certaines fonctionnalités), risques sur l'usage liés au transfert, questionnements sur leur utilité, etc.





En parallèle, plusieurs outils d'animation interne et de suivi d'activités ont été déployés (suivi des sollicitations reçues par BRUDED, informations et statistiques sur les événements et la vie du réseau).

En 2022 et dans le cadre de sa stratégie visant à renforcer la contribution des élus au réseau, l'association a mis en place deux formulaires en lignes qui alimentent deux tableaux des « projets en cours » et des « projets réalisés » de nos collectivités adhérentes. Ils guident l'élaboration de nos actions.

**Plus d'informations sur ces outils internes dans l'annexe « Tableaux et BDD partagés de l'équipe » disponible sur demande auprès de Margot Auvray (présentation des contenus, usages, process liés à chaque outil)**

### ► Des outils alimentés et mis à jour manuellement

L'équipe salariée dans son ensemble concourt à la production de données, dans une démarche constructive mais avec une vigilance sur le temps passé et une volonté partagée d'une focale sur la présence terrain et le lien humain.

### ► Besoins et usages

Les différents fichiers de travail utilisés par l'équipe permettent de :

- **Suivre le travail de l'équipe** par type de mission notamment (auprès de certains financeurs actuels ou à venir),
- **Suivre et organiser nos événements**,
- **Établir et suivre les relations aux adhérents** (dont administratif et communication),
- **Suivre les projets** des adhérents,
- **Collaborer en interne** : créer des supports partagés par l'équipe plutôt que « chacun son document »,
- **Analyser notre activité, informer** en interne (équipe, administrateurs) et en externe sur l'activité de BRUDED (auprès des financeurs, dans le rapport d'activité...).

### ➤ Site internet et réseaux sociaux

#### ► Le site internet

Le site actuel a été créé en 2020 dans une volonté de développement minimal.

#### Mise à jour et gestion du site :

- Alimenté par les 10 salariés de l'équipe,
- Un prestataire externe, à l'origine de la création du site, assure la maintenance et les évolutions des templates ou d'architecture.

#### Accès :

- Tout le contenu est en accès libre, pas d'espace adhérent / d'intranet<sup>2</sup>.

#### Fonctions principales du site :

- **Présenter l'association** : ses adhérents, son fonctionnement, son CA, son équipe, ses objectifs, ses moyens d'action,
- **Rendre accessible la diversité des expériences du réseau**<sup>3</sup> et les **différents formats** à travers lesquels elles sont diffusées (pages web, fiches pdf, documents de mutualisation, vidéos,

<sup>2</sup> Volonté forte de notre CA de continuer à laisser l'ensemble des ressources en libre accès. Actuellement, il n'apparaît pas de besoin quant à la création d'un « espace adhérent ».

<sup>3</sup> Le site internet est souvent utilisé par les salariés de BRUDED pour rechercher un retour d'expérience



enseignements issus de visites/rencontres...) – avec l’objectif que les élus trouvent concrètement la réponse à une question précise / un retour d’expérience adapté à leur recherche,

- Valoriser et rendre lisible **l’offre d’événements** proposée par BRUDED.

## Cibles

Le site et son contenu est accessible à tout public, adhérent comme non adhérent, sans compte ou identifiant de connexion.

Cœur de cible : élus de collectivités de Bretagne et Loire Atlantique adhérentes à BRUDED

Cible principale : tous les élus locaux, y compris non adhérents et élus hors territoire BRUDED, les structures partenaires, les partenaires qui soutiennent et financent BRUDED, les structures similaires à BRUDED, etc

Cible secondaire : par des chercheurs, thésards, étudiants, partenaires institutionnels, associations, porteurs de projets, acteurs socio-économiques.

## Principaux contenus – cliquez pour voir un exemple !

- **Des actualités** : informations « chaudes » pour annoncer un événement, faire un retour sur un événement ou relayer l’actualité d’une collectivité qui ne soit pas assez étoffée pour être une « page expérience ». On retrouve les dernières actualités en page d’accueil du site : ainsi, on les utilise parfois pour renvoyer vers des pages expériences, qui, elles, ne sont pas mises en avant sur le site lorsque nouvellement créées.
- **Des « pages collectivités »** : sorte de fiche d’identité des collectivités adhérentes qui permet de retrouver les actualités et pages expériences qui lui sont associées.

**Des « pages expériences »** (10 à 20 pages créées par mois), complétées de médias, documents techniques, vidéos, qui relatent la démarche d’une collectivité de façon détaillée. Accès depuis :

- les 9 thématiques et sous thématiques (exemple avec la thématique « Économie locale, commerces et services »)
- une **cartographie** des collectivités adhérentes et des projets capitalisés –*patience, ça charge !*
- **Une boîte à outils**, rassemblant les documents techniques publiés et associés (en théorie) à des pages expériences.
- Une **page « BRUDED »** qui présente l’association dans son ensemble.
- Une **page « Événements »** qui recense toutes les actualités classées « événements » par ordre de publication (événements organisés ou coorganisés par BRUDED, passés ou à venir).
- Une **page « Contribuer au réseau »** créée en 2023, qui présente comment les collectivités peuvent contribuer.
- Un **espace presse** peu ou pas mis à jour.
- Une page **Archives des Brèves**.
- Une page **contact** (on retrouve également les coordonnées de l’équipe [ici](#) dans « L’équipe »).

## Les contenus en chiffres

- 979 pages expériences (979 descriptions de démarches de collectivités)
- 1324 articles
- 8642 médias (pdf et images)

## Statistiques de fréquentations (2023) : <sup>4</sup>

- 38 000 visiteurs uniques
- 111 485 pages vues

---

<sup>4</sup> Actuellement, les statistiques sont très limitées et proviennent seulement de wordpress (pas d’outils type Google analytics).



- 2,9 pages vues par visiteurs en moyenne
- Des fréquentations accrues au moment de l'envoi des Brèves mensuelles (lettre d'information de BRUDED)

### Caractéristiques techniques du site

WordPress 6.6.2 avec le thème Jupiter.

### Graphisme et ergonomie

Les templates du site ont été prédéfinis lors de sa création en 2020 pour une homogénéité graphique par type de contenus.

Les couleurs principales sont celles de la charte graphique de BRUDED (orange-vert-marron) et des couleurs secondaires ont été choisies spécifiquement pour le site, associées chacune à l'une des 9 thématiques du site.

**L'arborescence détaillée du site internet est disponible sur demande auprès de Margot Auvray**

### ► Réseaux sociaux

- Facebook (2500 abonnés),
- LinkedIn (3800 abonnés),
- X (1000 abonnés - départ fin 2024).

Deux publications par semaine en moyenne et par réseau, via l'outil Swello.

### ➤ Communication mail

#### ► Brèves mensuelles

Lettre d'information envoyée chaque début de mois à plus de 7000 contacts<sup>5</sup> (élus, agents, collectivités, partenaires et autre) avec un taux d'ouverture compris entre 35 et 40%.

#### ► Mailing

L'**outil Mailjet** est utilisé principalement pour l'envoi des Brèves mensuelles et des invitations aux événements (1 à 2 campagnes envoyées par semaine). Il sert aussi pour les confirmations d'inscription et les mails post-événements. Les listes de destinataires sont créées spécifiquement pour chaque envoi à partir de notre tableau excel de base de données de contacts. Les listes de destinataires créées sur mailjet sont donc à « usage unique », à l'exception de la liste des « contacts wordpress », alimentée par un formulaire d'inscription depuis le site internet bruded.fr.

#### ► Mise à jour des données et RGPD

Les informations RGPD sont mises à jour manuellement dans la BDD BRUDED (contacts) suite aux envois ou demandes de désadhésions. En effet après chaque envoi de campagnes mail, la chargée de communication consulte les statistiques et les désadhésions pour mettre à jour la BDD contacts.

La liste de contacts issue du remplissage du formulaire d'inscription sur notre site internet sert à alimenter notre tableau de base de données : la chargée de gestion sociale et administrative consulte ponctuellement la liste wordpress au cas où des contacts « pertinents » se seraient inscrits, afin de les ajouter dans la BDD contacts.

---

<sup>5</sup> Deux envois sont réalisés en simultané : un envoi aux contacts de notre « base de données contact » (tableau excel) d'une part et un second aux contacts inscrits aux Brèves depuis le formulaire du site internet.



## ➤ Conception graphique

- **Indesign** est utilisé par l'ensemble de l'équipe pour la mise en page de « Fiches expériences » (souhait de changer d'outil).
- **Canva** est utilisé par la chargée de communication pour la création de visuels et les publications destinées aux réseaux sociaux.

## ➤ Suivi des adhésions et facturation, suivi RH

### ▶ Adhésion et facturation

Un fichier excel de suivi des adhésion est rempli manuellement par la chargée de gestion sert pour :

- La facturation (ventes) : idem onglet « adhérents de la BDD contacts » avec des éléments en + pour la facturation,
- Le suivi comptable et financier : recettes prévisionnelles des cotisations.

Des fichiers excel de suivi comptable (qui sont transmis au cabinet comptable) pour :

- Le suivi des prestations (interventions, visites, repas) : factures de vente avec codifications analytiques
- Le suivi des subventions (versements) et donc des partenaires financiers

### ▶ Suivi RH

Le suivi RH s'appuie sur des tableaux excel qui sont mis à jour par la chargée de gestion :

- Informations administratives sur les salarié·es et candidats recrutements,
- Suivi des temps de travail, suivi des versements des salaires,
- Suivi des évolutions des postes (ancienneté, carrière...),
- Suivi de la médecine du travail,
- Suivi des arrivées et départs des salarié·es.

**Plus d'informations sur ces outils de suivi administratif dans l'annexe « Tableaux et BDD partagés de l'équipe » disponible sur demande auprès de Margot Auvray (présentation des contenus, usages, process liés à chaque outil)**



# Modalités de réalisation de la mission et de candidatures

## ➤ Méthode et grandes étapes de la mission d'AMO

BRUDED souhaite recourir à une assistance à maîtrise d'ouvrage pour être soutenue dans le diagnostic, la définition du besoin et des objectifs, la sélection des prestataires et le pilotage de ces trois axes de travail. Plus précisément, BRUDED attend du prestataire la réalisation des étapes suivantes :

### 1. approfondir le diagnostic et les besoins,

*Interroger le fonctionnement de l'association, compléter l'état des lieux des outils, process et compétences existant au sein de la structure*

*Questionner les besoins actuels et futurs de l'association, le lien entre nos différents outils, évaluer la pertinence du chantier et de ses trois axes de travail*

**LIVRABLE : diagnostic transversal avec analyse des atouts, faiblesses, potentiels, risques de l'association en matière d'outils / de process / de compétences.**

### 2. aider à définir et prioriser les objectifs,

*Aider à clarifier, préciser, prioriser les objectifs à partir de ceux déjà identifiés par l'association*

**LIVRABLE : liste d'objectifs classés par ordre de priorité et au regard des besoins de l'association**

### 3. proposer des scénarios de mise en œuvre,

*Identifier différents scénarios (au moins trois) à même de répondre aux objectifs prédéfinis, en précisant :*

- *l'articulation et la priorisation des trois axes du chantier,*
- *la répartition budgétaire,*
- *le niveau de développement impliqué,*
- *les moyens humains/compétences qui devront être mobilisés (formation interne, organisation interne, acculturation...),*
- *les coûts d'investissement et de maintenance-fonctionnement à prévoir,*
- *la durée de mise en œuvre...*

*L'un des scénarios s'appuiera nécessairement sur les outils actuellement utilisés par l'association (dont Microsoft 365)*

*Aider BRUDED à la décision dans le choix du scénario parmi ceux proposés ou d'un scénario alternatif tenant compte des échanges.*

**LIVRABLE : Un document de présentation de chaque scénario avec analyse comparative.**

### 4. conseiller BRUDED dans l'élaboration des cahiers des charges selon le scénario retenu,

*S'assurer que les besoins, objectifs et attendus soient traduits dans les différents cahiers des charges*

**LIVRABLE : cahiers des charges spécifiques à chaque mission visée, selon le scénario retenu avec l'association**

### 5. participer au recrutement des prestataires,

*Réaliser un sourcing auprès des structures à même d'intervenir*

*Assurer la diffusion des cahiers des charges afin de bénéficier de candidatures adaptées en qualité et en quantité*

*Évaluer les compétences et l'adéquation des solutions techniques proposées par le ou les prestataires avec les objectifs et moyens prédéfinis*

Soutenir BRUDED dans la sélection des prestataires au travers de critères objectifs et transparents

**LIVRABLE :**

- récapitulatif de la diffusion des offres réalisée
- tableaux d'analyse comparée des candidatures pour chaque mission visée, appuyée sur les critères de sélection définis dans les cahiers des charges

**6. suivre la réalisation des missions,**

S'assurer de l'adéquation des solutions techniques proposées/mises en œuvre par le ou les prestataires avec :

- les cahiers des charges, les objectifs/besoins prédéfinis, et le cadre de contrainte
- le fonctionnement et les capacités de l'association en termes de process, de compétences, d'objectifs, de coûts d'investissement et de fonctionnement, et d'adaptation au public cible

**LIVRABLE : analyse critique des solutions techniques et process proposés à l'étude puis lors de leur mise en œuvre, au vu des objectifs et contraintes de l'association. Alerte en cas de risque économique, sur les compétences ou sur l'adéquation de l'outil au besoin.**

**7. veiller à l'appropriation et la pérennisation des outils.**

Veiller à ce que les solutions mises en œuvre garantissent la tenue des objectifs dans le temps : formation, définition de nouveaux process, etc.

**Ces missions devront être menées démarche de frugalité, de durabilité et d'accessibilité :**

- le conseil d'administration de l'association a adopté en décembre 2024 son budget prévisionnel 2025. Ce dernier inclut un budget dédié à la mise en œuvre opérationnelle du chantier (site Internet, data, charte graphique) suite à la mission d'AMO. Les scénarios présentés et les offres retenues devront naturellement s'inscrire dans ce budget. Ces éléments budgétaires seront communiqués au prestataire AMO retenu.
- avec une vigilance spécifique sur les coûts de fonctionnement générés (paiement de logiciels, abonnements, temps de salariés, etc) et les échéances auxquelles prévoir de nouveaux coûts d'investissement (nouveaux développements, mises à jour, etc). Historiquement, BRUDED porte une stratégie de développement minimal d'outils sur mesure. La possibilité d'un déploiement des outils actuellement utilisés par BRUDED (notamment M365) devra impérativement faire partie des options étudiées.
- avec une optique de réduction des temps passés par l'équipe salariée sur la gestion et l'analyse des données, sur le renseignement du site internet, le degré de compétence technique nécessaire.

**Les candidats pourront proposer à BRUDED une méthode alternative à celle indiquée au présent cahier des charges, en précisant les motivations et implications de celle-ci. Il est demandé de s'inscrire dans l'enveloppe budgétaire dédiée à l'AMO et de respecter les objectifs de frugalité, durabilité et accessibilité.**



## ➤ Moyens humains alloués au pilotage de projet

Le pilotage sera organisé par l'équipe salariée comme suit :

**Pilotage global** de la démarche, du lien avec l'AMO, et du lien avec les prestataires qui seront recrutés : Margot Auvray, chargée de communication, basée à Langouet (25km au nord de Rennes). C'est Margot qui sera l'interlocutrice au quotidien de l'AMO.

**En lien avec la codirection :**

- Ivana Potelon sera référente pour le suivi global de la mission d'AMO, en lien avec la chargée de communication pilote.
- Les 2 codirecteurs, Ivana Potelon et Jean-Philippe Rouchon, suivront chacun un volet plus spécifique :
  - o L'évolution du site internet pour Jean-Philippe,
  - o L'évolution data pour Ivana.

**La chargée de gestion sociale et administrative, Meriem Mansour**, soutiendra la chargée de communication pour la mise en œuvre du volet « data », en lien notamment avec sa mission de gestion administrative des adhésions.

**Une chargée de développement, Cécile Jamoneau**, soutiendra la chargée de communication pour la mise en œuvre du volet « site internet », avec un regard orienté 'cœur de métier' des chargées de développement, mais aussi 'élus locaux'.

**Un groupe de travail (GT) réunissant des administrateurs volontaires** sera également constitué pour accompagner les grandes étapes de la démarche. Son rôle sera de s'assurer du bon respect du projet associatif dans les propositions d'évolutions qui seront faites, mais également de faire un retour sur les orientations prises, aux Bureaux et CA. Une attention spécifique sera portée à la diversité des profils des élus qui constitueront ce GT : élus rompus aux enjeux numériques, et à l'inverse, élus peu sensibilisés à ces questions ; ceci pour s'assurer de la cohérence des propositions avec la diversité de notre public cible. Ce GT sera toujours organisé en présence de la codirection et/ou de la chargée de communication. Les réunions se tiendront essentiellement en visio, les administrateurs étant répartis géographiquement sur les cinq départements.

## ➤ Moyens budgétaires

Le conseil d'administration de BRUDED a validé, sur proposition du Bureau, une **enveloppe de 15 000€ pour la mission d'assistance à maîtrise d'ouvrage**. Ce budget sera complété de lignes spécifiques à la mise en œuvre opérationnelle des trois volets site internet, gestion data et charte graphique.

## ➤ Compétences attendues

- **Connaissance des enjeux data et de communication web, compétences transversales :**
  - o Techniques : gestion de projet, environnement numérique, gestion de données, stratégie de communication
  - o Humaines et organisationnelles : analyse de process et d'organisations de structure au service de la data
- **Sensibilité aux enjeux du développement durable** et à sa traduction dans les outils, en particulier : numérique responsable, sécurité et accessibilité
- **Aptitude à travailler avec des structures associatives et/ou réseaux, à taille humaine**
- **Connaissance du public cible de BRUDED** : collectivités locales, élus locaux, partenaires du développement local
- **Regard critique, proactif et bienveillant** : être dans l'échange et la co-construction. Être en mesure de dire quand une idée est inadaptée, et savoir proposer des solutions !
- **Ecoute et compréhension des enjeux et besoins propres à l'association** : politiques, internes et externe (vis-à-vis des adhérents, du grand public et des partenaires/financeurs)



## ➤ Critères de sélection

Les candidatures seront étudiées au vu des objectifs et valeurs de l'association. Une attention spécifique sera portée aux critères listés ci-dessous.

### ▶ Références

Présentation d'expériences d'AMO 360° réalisées auprès de structures :

- associatives,
- engagées pour le développement local durable ou l'intérêt général,
- et/ou travaillant avec des collectivités locales / élus locaux – connaissant cette cible.

### ▶ Note méthodologique

Capacité à formuler une proposition qui témoigne d'une **bonne compréhension** des enjeux **stratégiques et des besoins en accompagnement exposés par BRUDED : une approche orientée outil mais également process et compétences** sera nécessairement attendue, afin d'interroger le fonctionnement et l'organisation actuels, via un **regard critique et constructif** sur les objectifs et attendus de BRUDED, ainsi que sur les grandes étapes proposées dans le cadre de la présente mission. La note méthodologique devra également exposer les **échéances d'exécution de la mission proposée**.

### ▶ Equipe et compétences mobilisées

Exposé des moyens qui seront mobilisés pour l'exécution de la mission :

- **Les compétences mobilisées et leur organisation** : conduite de projet, analyse de données, compétences techniques, juridiques, etc,
- **L'expérience des personnes mobilisées,**
- **L'équipe qui sera effectivement mobilisée pour exécuter la mission** : nombre de personnes, compétences, articulation de leurs interventions, interlocuteur privilégié, etc.

Les candidats devront impérativement **préciser l'organisation de l'équipe mobilisée**, et le recours éventuel à des structures co ou sous-traitantes.

Une attention sera portée à la **disponibilité et à l'organisation** proposées (interlocuteurs, proximité et possibilité d'échanges en présentiel).

### ▶ Approche

Prise en compte des **enjeux de frugalité, de numérique responsable, de cybersécurité** et plus globalement des valeurs de l'association avec notamment la certification ou labellisation de l'AMO ou de ses réalisations dans les domaines de **sobriété numérique, d'accessibilité, de protection des données**.

### ▶ Respect de l'enveloppe budgétaire et de l'échéancier

Les propositions devront s'inscrire dans le cadre budgétaire fixé.





## ➤ Remise des candidatures

### ▶ Contenu des candidatures

Les candidats devront transmettre leur candidature à Margot Auvray ([m.auvray@bruded.fr](mailto:m.auvray@bruded.fr)) avec les éléments suivants :

- Note méthodologique (entre 5 et 15 pages),
- Références de missions similaires,
- Equipe mobilisée : compétences, organisation, interlocuteurs,
- Grille indiquant le nombre de jours (ou demi-journées) prévu pour chaque étape de la mission, ainsi que le tarif journalier,
- Tout autre document jugé nécessaire.

### ▶ Calendrier de remise des offres et de sélection de l'AMO

Notre objectif est de bénéficier d'outils fonctionnels, assortis de process clairs et réalistes, et d'une équipe formée, tant en termes de site internet que de gestion de données, **pour mars 2026** ; le printemps étant dédié à la prise en main des outils par les salarié·es.

- Remise des candidatures : lundi 27 janvier à 12h au plus tard.
- Échange en visio ou présentiel pour échanger et préciser la proposition : mardi 4 mars ou jeudi 6 mars après-midi
- Choix du prestataire : semaine du 17 mars 2025
- Lancement de la mission : fin mars 2025

**Pour toute question ou demande d'informations complémentaires, vous pouvez joindre :**

■ Margot Auvray, Chargée de communication : [m.auvray@bruded.fr](mailto:m.auvray@bruded.fr) / 07 68 12 44 29



# Annexe 1 : Le volet « site internet »

## ► Les enjeux

**Le site internet sera, à moyen ou long terme, hors d'usage**

- L'obsolescence technique du site internet est la menace n°1 qui pousse à agir
- Des ressources très nombreuses (+ 900 expériences capitalisées) difficiles à retrouver et à mettre à jour
- Un site très lourd (beaucoup de documents), peu performant et énergivore

## ► Les objectifs

Faire évoluer le site pour bénéficier d'un outil...

- performant, sécurisé, frugal et responsable (investissement / fonctionnement / impact environnemental),
- ergonomique tant pour les usagers que pour les salariés,
- mettant en avant notre ADN et la dynamique de réseau de BRUDED,
- qui soit au service de la mission de BRUDED : mettre à disposition des ressources adaptées aux besoins des élus porteurs de projets.

## ► Exemples d'actions attendues

**Mieux valoriser l'offre d'événements**

*Un agenda clair*

**Faciliter l'accès et valoriser ses ressources numériques**

*Des outils de recherches performants et une meilleure organisation*

**Performance et rapidité**

*Une navigation fluide, rapide*

**Eco-conception**

*Minimiser l'empreinte écologique du site (référentiel RGESN)*

**Prévoir le cycle de vie du contenu**

*Mieux maîtriser le contenu en ligne, sa mise à jour, son archivage ou suppression*

**Accessibilité de l'information**

*Un site inclusif, en conformité avec les réglementations européennes et nationales (RGAA) et les recommandations du World Wide Web Consortium*

**Mobile responsive**

**Sécurisation et préservation des données**

*Respect de la vie privée et application des règles en vigueur (RGPD, mentions légales, cookies...) et prise en compte des enjeux de cybersécurité*

**Un site bien référencé**

*Des pratiques internes qui améliorent le référencement*

**Faire vivre le site dans le temps**

*Des choix techniques durables (le php est-il une solution adéquate s'il y a un gros risque d'obsolescence ?) et une maintenance raisonnable en terme de temps et de coût*

**Garantir l'utilisation et l'alimentation du site par les 10 salariés BRUDED** : des outils internes (back office) simples ou intuitifs, un tutoriel, une formation...



## Avoir des outils de mesure des fréquentations du site et des différents contenus

*Comprendre les usages et besoins des internautes pour s'améliorer*

**Conserver ou augmenter la fréquentation du site, diminuer le taux de rebond**

### ► Besoins spécifiques en accompagnement

- Diagnostic des besoins, définition et priorisation des objectifs
- Inscrire notre démarche dans le numérique responsable (éco-conception, accessibilité, cybersécurité et protection des données (RGPD, RGESN, RGAA...))
- Clarifier l'articulation du volet 'site internet' avec les volets "data" et "identité graphique"
- Associer les instances de gouvernance de l'association BRUDED aux étapes clés
- Veiller à ce que les objectifs et besoins transparaissent dans le cahier des charges
- Elaborer une proposition de critères pour évaluer la traduction des objectifs par le prestataire
- Analyse des offres des prestataires candidats et aide à la décision pour la sélection d'un prestataire
- Appui au suivi de la conception du site, sur demande de BRUDED
- Accompagnement dans la phase de test du site internet après mise en œuvre à savoir le test dans différentes conditions et les recommandations de correctifs avec le prestataire



# Annexe 2. Le volet « Données »

## ► Les enjeux

De nombreux fichiers et sources de données, majoritairement sous forme de tableaux excel, existent et sont utilisés – pour la plupart et de façon inégale - par l'ensemble de l'équipe. Les process autour de ces nombreux fichiers sont chronophages, pour un « gain » parfois minime au regard du temps passé à les remplir.

- Saisie et remplissage par l'ensemble des salariés :
  - Manuellement dans les tableaux
  - Via les formulaires Forms (les tableaux projets en cours et projets réalisés étant en fait le résultat des réponses reçues au deux formulaires dédiés)
- Multiplication des informations et des données (outils fonctionnels mais dispersés)
- Cycle de vie des données peu maîtrisé
- Analyse manuelle des données très chronophage
- Potentiel des données sous exploité
- Besoin de l'équipe de se recentrer sur le terrain, de limiter le nombre d'outils et de manipulations à réaliser.

## ► État des lieux : forces, faiblesses, risques et opportunités

### Faiblesses :

- Communication non ciblée, trop fréquente
- Saisie et recherche de données chronophage
- Beaucoup de données mais peu d'analyse
- Multiplication des tableaux : on s'y perd
- Absence de connexion entre les différents tableaux et outils (site internet, mailjet, données administratives...)
- Des données non mises à jour : perte d'efficacité

### Risques :

- Non atteinte de nos cibles en termes de com et d'actions
- Sécurité
- Erreurs de saisie
- Non respect des obligations légales en termes de RGPD

### Forces :

- Équipe avec une « culture de la donnée »,
- Outils simples d'utilisation (tableaux excel), appui sur M365

### Opportunités :

Mieux structurer les données et s'équiper des bons outils pourraient permettre de...

- Pour l'association :
  - Mieux connaître et suivre nos adhérents : leurs projets, leur implication dans le réseau (participation aux événements, partage de retours d'expérience...)
  - Mieux connaître et quantifier l'action de BRUDED : combien de sollicitations, d'événements organisés, interventions à des événements partenariaux...



- Pour les adhérents : bénéficier de campagnes de mailing ciblées selon les intérêts et la localisation géographique des adhérents
- Pour l'équipe salariée : Gagner du temps en saisie et en recherche d'informations, bénéficier d'une architecture de données moins complexe et plus intuitive

## ► Objectifs

L'objectif est de mieux **mettre les données au service des missions de l'association, particulièrement en terme de communication (ciblage et personnalisation), de suivi administratif (gestion des adhésions et facturation) et de lien aux adhérents (implication dans le réseau, interface, etc).**

- Mieux connaître et caractériser le lien de BRUDED aux collectivités adhérentes
- Adapter notre communication et nos actions aux besoins de chaque adhérent (par exemple : ciblage des mails plus fin, mise en place de parcours de mails)
- Gagner en efficacité et libérer du temps pour nos cœurs de métier
  - Réduire les saisies manuelles et le nombre de saisie d'une même information/donnée par l'ensemble de l'équipe (en créant des connexions entre outils par exemple),
  - Automatiser certains processus (en lien avec les cotisations, coordonnées, les pages « adhérents » sur le site...)
  - Réduire le temps de recherche d'information,
  - Réduire le nombre d'outils, centraliser les informations
- Maitriser et sécuriser les données de l'association, de ses adhérents et partenaires associés (RGPD, cycle de vie, cybersécurité)
- Mettre en place des solutions pérennes, appropriables et utilisables par l'équipe

## ► Besoins en accompagnement

- Diagnostic des besoins, définition et priorisation des objectifs
- Inscrire notre démarche dans le numérique responsable (éco-conception, accessibilité, préservation des données (RGPD, RGESN, RGAA...))
- Clarifier l'articulation du volet 'données' avec les volets "site internet" et "identité graphique"
- Associer les instances de gouvernance de l'association BRUDED aux étapes clés
- Veiller à ce que les objectifs et besoins transparaissent dans le cahier des charges rédigé conjointement
- Analyse des offres des prestataires candidats et aide à la décision pour la sélection d'un prestataire
- Appui suivi de la prestation
- Accompagnement dans la phase de test du site internet après mise en œuvre à savoir le test dans différentes conditions et les recommandations de correctifs avec le prestataire



## Annexe 3. Le volet « charte graphique »

### ► Les enjeux

La charte n'est pas un axe prioritaire, mais la pertinence de sa refonte est à évaluer en lien avec les autres axes du chantier. En effet :

- La charte n'a été élaborée que pour les productions écrites ; il n'y a pas de cohérence pour l'ensemble des productions écrites et web
- Le graphisme correspond à notre identité mais peut apparaître comme vieillissant : identité pas très moderne, parfois en décalage avec le message (photo de lotissement en entête des documents). La charte actuelle de BRUDED existe majoritairement depuis sa création.
- La charte ne vient pas au service de la lecture des actions/ressources proposées par BRUDED (par exemple : multitude de documents papier de type recueil d'expériences, avec peu de contraintes graphiques et pas de codes catégorisant les thématiques)

### ► Objectifs

Faire évoluer la charte sans complètement la transformer (BRUDED doit rester reconnaissable et identifiable), pour intégrer les supports web et homogénéiser notre communication.

- Renforcer l'identité visuelle de BRUDED,
- Être au service de la mission de BRUDED : faciliter la lecture des différentes ressources proposées aux élus,
- Homogénéiser les supports web et print (réseaux sociaux, présentation powerpoint, entête de documents, comptes-rendus, documents de mutualisation d'expériences...)
- S'inscrire dans une démarche durable et sobre (éviter les aplats de couleurs) et garantissant l'accessibilité au plus grand nombre (inclusivité)

### ► Besoins en accompagnement

A ce jour, l'association n'a pas totalement tranché de mener ou non cet axe de travail.

Le rôle de l'accompagnement sera de :

- Evaluer la pertinence d'une évolution graphique ;
- Proposer une méthode pour intégrer l'évolution de la ligne graphique dans le chantier global et dans le respect de l'enveloppe globale allouée : recours à un prestataire spécifique, intégration du volet graphique dans le cahier des charges pour le site internet, conception et suivi en interne, autre.

## Annexe 4. L'équipe salariée

L'équipe de BRUDED est constituée de 10 salariés pour 9,2 ETP :

- **Une chargée de gestion sociale et administrative (arrivée en 2021)** : suivi comptable, suivi des adhésions, suivi locaux et équipements, logistique évènements,...
- **Une chargée de communication (arrivée en 2022)** : suivi site internet, com mailing, réseaux sociaux, outils collaboratifs, édition...
- **6 chargé-es de développement (arrivés entre 2015 et 2022), répartis géographiquement** : suivi des adhérents du territoire, organisation d'évènements (visites, rencontres, visios, ...), soutien aux projets des adhérents, animation territoriale, capitalisation des expériences et mise en ligne, productions thématiques (publications, etc), et référents missions transversales en binomes (Brèves mensuelles / site internet / BDD / etc), partenariats techniques
- **2 codirecteur-ice également chargé-es de développement à 50% de leur temps** (arrivés en 2014 et 2024) : pilotage stratégique et budgétaire, relations partenariales, gouvernance associative, RH, communication...

L'équipe est répartie géographiquement au plus près des territoires, en cohérence avec le projet associatif :



**Jean-Philippe ROUCHON**

Codirecteur et chargé de développement  
Est Ile-et-Vilaine  
06 33 64 23 41  
jp.rouchon@bruded.fr

**Ivana POTELON**

Codirectrice et chargée de développement  
Sud Ile-et-Vilaine  
07 49 05 64 81  
i.potelon@bruded.fr



**Maiwenn MAGNIER**

Chargée de développement  
Centre et Nord Finistère  
06 98 17 51 29  
m.magnier@bruded.fr



**Cécile JAMONEAU**

Chargée de développement  
Centre et Ouest Côtes d'Armor,  
Pontivy communauté  
06 75 96 85 73  
c.jamoneau@bruded.fr



**Guillaume JOSSELIN**

Chargé de développement  
Sud Morbihan et Sud Finistère  
06 52 67 09 72  
g.josselin@bruded.fr



**Camille MENEZ**

Chargée de développement  
Nord-Ouest Ile-et-Vilaine et Est  
Côtes d'Armor  
07 68 40 68 01  
c.menez@bruded.fr



**Rozenn SIMON**

Chargée de développement  
Ouest Ile-et-Vilaine et Nord-Est  
Morbihan  
06 49 12 45 25  
r.simon@bruded.fr



**Anne-Laure MARCHAL**

Chargée de développement  
Loire-Atlantique, CC de  
Questembert et Redon  
Agglomération  
06 33 04 83 06  
al.marchal@bruded.fr



**Margot AUVRAY**

Chargée de communication  
07 68 12 44 29  
m.auvray@bruded.fr

**Meriem MANSOUR**

Chargée de suivi administratif  
07 44 40 23 49  
contact@bruded.fr

