

Stratégie des Olympiades de sciences (WO) pour les années 2021-2024

<i>Effets visés</i>	<i>Valeur cible pour 2024</i>	<i>Arguments/Utilités</i>	<i>Mesures</i>	<i>Responsable</i>	<i>Coûts CHF</i>
Nombre de participants	8'000	<p>Augmenter le degré de notoriété des groupes cibles. Rendre l'association des Olympiades de sciences (WO) comme une offre de promotion pertinente au niveau national. Prouver l'existence d'un besoin ainsi que d'un manque d'alternatives.</p> <p>Faibles obstacles à l'entrée et confiance dans le programme de la part du corps enseignant et des participants. Qualité du programme. L'association des Olympiades de sciences (WO) devient importante et connue => assurer le financement.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Marketing scolaire - Coopérations - Élargissement de l'offre (disciplines, âge) - Égalité des chances (traductions) - Numérisation du premier tour - Canaux de marketing jeunesse - Plan éditorial 	<p>WO WO Associations WO Associations WO / Pairs WO</p>	<p>Romandie</p> <p>20'000 Romandie 8'000</p>
Nombre de bénéficiaires	1'000	<p>Nous ne soutenons pas les jeunes en les interrogeant sur leurs connaissances avec des tests, mais à travers des cours, de l'enseignement et du coaching. Si l'écart entre les participants et les bénéficiaires est trop important, alors notre mission de «promotion» n'est pas crédible. Nous devons respecter les valeurs promises ainsi que la mission éducative. En cas de doublement des participants lors du premier tour, le nombre de bénéficiaires doit aussi augmenter, afin d'éviter une sélection plus stricte et l'exclusivité. La priorité devrait être d'augmenter le nombre de bénéficiaires. Ce nombre est déjà assez faible par rapport au nombre total de participants (1/8) et cette proportion ne doit pas trop diminuer si le nombre de participants augmente. Sinon, l'association des Olympiades de sciences (WO) serait de moins</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Formation continue des bénévoles - Élargissement de l'offre (fréquence, âge, niveau, canaux en ligne) - Coopérations - Égalité des chances (langue, accès) 	<p>WO Associations</p> <p>WO WO / Associations</p>	<p>Moyens de promotion</p> <p>Romandie</p>

		en moins une offre de <i>promotion</i> . Préparation aux événements internationaux.			
Nombre de bénévoles et d'heures rémunérées	400	<p>Les bénévoles assurent la majeure partie du travail de promotion. Pour assurer la promotion en cas d'augmentation du nombre de participants, il faut davantage de bénévoles et/ou des bénévoles plus efficaces.</p> <p>Un nombre élevé de bénévoles est synonyme de bonnes conditions de travail et d'encadrement pour les bénévoles. Conviction de s'engager pour une bonne cause. Engagement durable des bénévoles (travail/vie). Les bénévoles restent fidèles à une association lorsqu'ils ont le sentiment d'être reconnus et de faire partie de celle-ci. Davantage de bénévoles provenant de la Suisse romande et du Tessin représente une valeur ajoutée au niveau de la diversité linguistique. Renforcement de la collaboration et de la cohésion interne.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Code / Gestion des bénévoles - Formation continue des bénévoles (reconnaissance) - Associations de manger bénévoles - Réseau (appartenance) - Projets communs (échange) - Recrutement en Suisse romande / Tessin - Cadeaux aux bénévoles (reconnaissance) - Associations de soutien professionnel 	<p>Associations WO Associations WO WO WO WO WO</p>	<p>Moyens de promotion Moyens de promotion</p> <p>Romandie</p> <p>Moyens de promotion</p>
Satisfaction des bénéficiaires	Parrainage (score du promoteur) 80% 1e tour 90% final 95% international	Nous devons respecter les valeurs promises ainsi que la mission éducative. Qualité du programme. Prouver la satisfaction d'un besoin existant. La personne qui recommande est convaincue de la qualité de l'offre.	<ul style="list-style-type: none"> - Qualité et niveau de l'offre - Formation continue des bénévoles - Communication avec les participants et les enseignants - Valorisation des performances (médailles) - Reconnaissance des performances à travers des événements, des prix, la communication et les médias - Promouvoir l'égalité des chances 	<p>Associations WO Associations Associations WO WO</p>	<p>Moyens de promotion</p> <p>Romandie</p>
Nombre des participants internationaux		Comparer les performances avec des pays similaires, positioner la Suisse et le système éducatif, échanger et mettre en place un réseau de bénéficiaires. Prouver la réussite et la qualité du programme de promotion sans tomber dans une trop forte concurrence.	<ul style="list-style-type: none"> - Promotion intensive après la finale - Coopérations avec les hautes écoles et les partenaires - Incitations (bourses, prix) - Qualité de la sélection (talents) 	<p>Associations WO WO Associations</p>	