

Analyse der gesellschaftlichen Themen/Trends

Für die zukünftige Strategie der PBS

Analyse des thèmes/tendances de société

Pour la stratégie future du MSdS

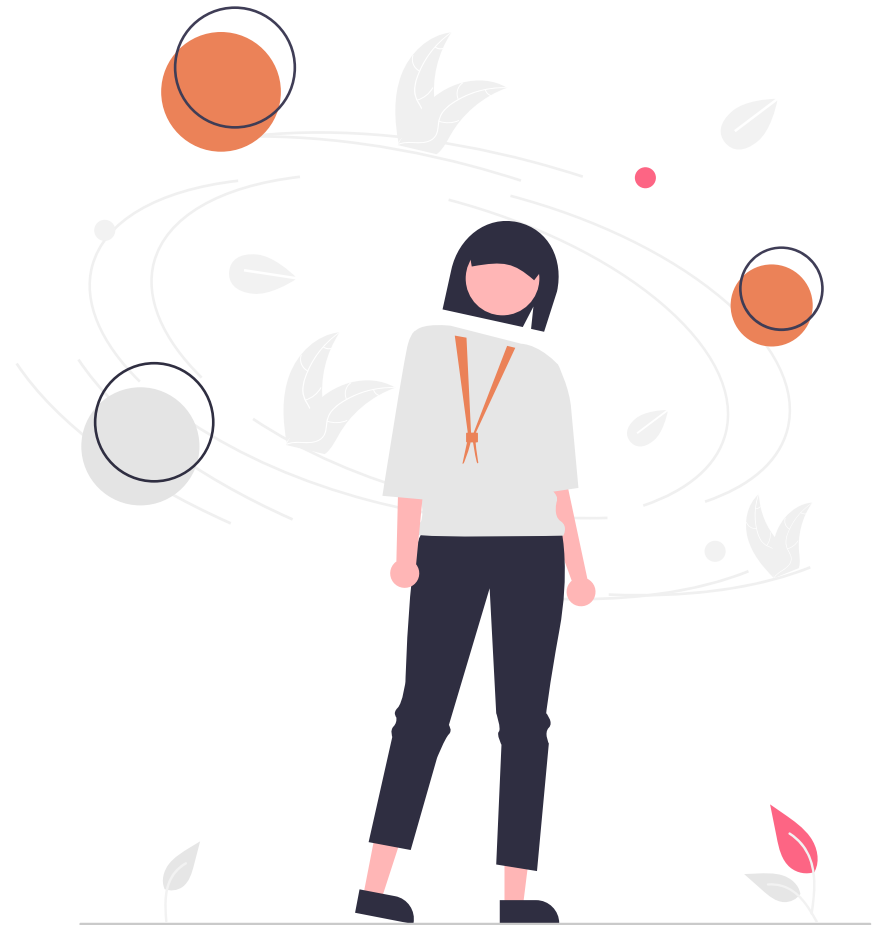
Februar 2022

Siene / Irina Ledermann

&

Margay / Robin Zweifel

23. Gilwell-Stamm



1. Table des matières

1. Remerciements.....	4
2. Ausgangslage.....	5
2.1. Persönliche Motivation.....	5
2.2. Origine du travail	5
3. Gesellschaft	6
3.1. Individualisierung.....	6
3.1.1 Für die PBS relevant.....	6
3.1.2 Vorschlag.....	6
3.2. Partizipation von Kindern und Jugendlichen.....	7
3.2.1 Für die PBS relevant.....	7
3.2.2 Vorschlag.....	7
3.3. Rover und Silver Scouts.....	8
3.3.1 Für die PBS relevant.....	8
3.3.2 Vorschlag.....	8
4. Inklusion	9

4.1. Definition	9
4.1.1 Für die PBS relevant.....	9
4.1.2 Vorschläge.....	9
5. Physische und psychische Gesundheit.....	10
5.1. Gesundheitsfördernde Rahmenbedingungen schaffen.....	10
5.2. Psychische Gesundheit	11
5.2.1 Corona	11
5.2.2 Medien	11
5.2.3 Für die PBS relevant.....	12
5.2.4 Vorschläge.....	12
6. Digitalisation	13
6.1. La vidéo, le média phare de la génération Z	13
6.1.1 Pour le MSdS.....	13
6.1.2 Recommandations.....	13
6.2. Smartphones	14

6.3. Réseaux sociaux.....	14	8. Économie	18
6.4. Risques.....	14	8.1. Consommation	18
6.4.1 Cyberharcèlement.....	14	8.1.1 Pour le MSdS.....	18
6.4.2 Atteinte aux droits de la personnalité.....	15	8.1.2 Recommandations.....	18
6.4.3 Manipulation / Fake News.....	15	9. Retour sur la stratégie actuelle	19
6.4.4 Pour le MSdS.....	15	9.1. Vivre le scoutisme	19
6.4.5 Recommandations.....	15	9.1.1 Remarques	19
6.5. Influenceurs.....	16	9.2. Le scoutisme - La société - Le monde.....	19
6.6. Télétravail et cours à distance.....	16	9.2.1 Remarques	19
6.6.1 Pour le MSdS.....	16	9.3. Le scoutisme au niveau fédéral.....	20
6.6.2 Recommandations.....	16	9.3.1 Remarques	20
7. Environnement.....	17	10. Conclusion	21
7.1. Régimes alimentaires.....	17	11. Annexe.....	22
7.1.1 Pour le MSdS.....	17	11.1. Mindmap des tendances sociétales	22
7.1.2 Recommandations.....	17		
7.2. Les forêts / Places de camp.....	17		
7.2.1 Pour le MSdS.....	17		

1. Remerciements

Avant d'entrer dans le vif du sujet, nous souhaitons remercier Awaki / Chiara Cantoreggi pour son suivi et nombreuses relectures.

Ses conseils et son regard extérieur nous ont été d'une grande aide dans la rédaction de ce document.

2. Ausgangslage

Die aktuelle Strategie der Pfadibewegung Schweiz wurde für die Jahre 2019 – 2022 ausgelegt. Der Vorstand wird Anfang 2022 mit dem Prozess für die neue Strategie starten. Für die Formulierung einer neuen Strategie ist es wichtig vorgängig die aktuelle Strategie und die gesellschaftlichen Trends genau zu analysieren. Sogenannte Megatrends sind wichtige Einflussfaktoren für die Gesellschaft und formen diese nachhaltig.

Vereine oder Unternehmen, welche solche Trends analysieren und Zukunftsstudien erstellen, sind zum Beispiel die schweizerische Vereinigung für Zukunftsforschung Swissfuture und das Zukunftsinstitut in Deutschland. Swissfuture fördert als neutraler Verein und Mitglied der Schweizerischen Akademie für Geistes- und Sozialwissenschaften SAGW die Zukunftsforschung und -gestaltung in der Schweiz. Sie führt Tagungen, Seminare und Studien durch und äussert sich in den Medien zu Zukunftsfragen¹. In Deutschland gilt das Zukunftsinstitut², welches 1998 gegründet wurde und die Trend- und Zukunftsforschung in von Anfang an maßgeblich mitgeprägt hat, als führender internationaler Ansprechpartner bei Fragen zur Entwicklung von Wirtschaft und Gesellschaft. Das Zukunftsinstitut hat 2021 eine Megatrend-Karte herausgegeben. Darauf finden sich die nächsten zwölf Megatrends, die für unsere Gesellschaft in Zukunft Richtungsweisend sind.

2.1. Persönliche Motivation

Ausgehend von Inhalten, welche wir während unserem Studium (Master of Advanced Studies in Adult and Professional Education und Bachelor of Science en Ingénierie des Médias) haben wir während mehreren intensiven Gesprächen eine persönliche Trendmap (Anhang 1) erstellt

1 - swissfuture, G. (Hrsg.). (2022). swissfuture. Abgerufen am 2. 1. 2022 von <https://www.swissfuture.ch/de/>

2 - zukunftsInstitut. (2022). Megatrend-Glossar. (zukunftsInstitut, Herausgeber) Abgerufen am 2.1.2021 von <https://www.zukunftsinstitut.de/>

und uns für sechs wichtige Trends entschieden, welche für die Pfadibewegung Schweiz (PBS) relevant sind. Es ist wichtig zu beachten, dass die Karte im Anhang die Originalversion ist, die während der Gilwell-Kurswoche erstellt wurde. Wir haben diese Punkte dann durch Recherchen bestätigt oder entkräftet, um sie in diesem Dokument zu dokumentieren:

- Gesellschaft
- Inklusion
- Physische und psychische Gesundheit
- Digitalisation
- Umwelt & Klima
- Wirtschaft

In den folgenden Kapitel gehen wir vertiefter auf die sechs Trends ein und stellen mögliche Massnahmen für die PBS vor.

En parallèle à ces principales motivations, nous voulions également profiter de ce travail pour pouvoir travailler un peu notre français (pour Sienne) et respectivement l'allemand (pour Margay). Ce genre d'échange n'est pas possible tous les jours, raison pour laquelle nous avons voulu en profiter malgré les difficultés. Ce document est donc réalisé en français et en allemand.

2.2. Origine du travail

Le sujet de ce ticket a été proposé par le comité du Mouvement Scout de Suisse (MSdS) afin de créer une base de réflexion pour l'élaboration de la future stratégie.

3. Gesellschaft

3.1. Individualisierung

Individualisierung ist das zentrale Kulturprinzip der westlichen Welt, das seine Wirkungsmacht zunehmend global entfaltet. Individualisierung prägt Wertesysteme, Konsummuster und Alltagskultur gleichermaßen. Im Kern bedeutet Individualisierung die Freiheit der Wahl, aber ihre Auswirkungen sind komplex. Immer mehr Kinder und Jugendliche werden inkludiert unterrichtet, Lernschwächen werden frühzeitig erkannt und in Schule und Ausbildung mit individuellen Massnahmen ausgeglichen.

3.1.1 Für die PBS relevant

Die PBS hat sich im Bereich «Pfadi leben» aus der Strategie folgendes Ziel gesetzt.:

4 *Die PBS bietet für ihre Leitenden eine qualitativ hochwertige Aus- und Weiterbildung an, die gesellschaftlich und formal anerkannt ist.*

Die qualitativ hochwertige Aus- und Weiterbildung zeichnet die Pfadi aus und ermöglicht jedes Jahr unfallfreie Lager, Kurse und Samstagsaktivitäten. Zugang zu diesen Aus- und Weiterbildungen erhält man aber in vielen Kantonen, wie zum Beispiel im Kanton Luzern nur über eine Aufnahmeprüfung. Diese ist besonders für Jugendliche mit Lernschwächen schwierig zu meistern und sortiert zwar geeignete Leitungspersonen aber eben nicht «lernstarke» Personen aus. Es sollte diesbezüglich noch mehr getan werden, dass solche «Prüfungen» und «Qualifizierungsmomente» praxisnaher und damit kompetenzorientierter stattfinden können. Lernschwächen sollten keine Grenze darstellen, um sich innerhalb der Pfadi weiterentwickeln zu können.

3.1.2 Vorschlag

Anpassung des Ziels 4 aus der aktuellen Strategie:

Aus- und Weiterbildungen sind allen Leitungspersonen zugänglich, Lernschwächen und -behinderungen werden bei Prüfungssituationen berücksichtigt und gegebenenfalls mit Massnahmen ausgeglichen.

3.2. Partizipation von Kindern und Jugendlichen

Vor allem während der Corona-Krise wurden Solidarität und Gemeinschaft zunehmend wichtiger als Abgrenzung und Individualität¹. Auch in Vereinen wird die Partizipation von Kindern und Jugendlichen vorangetrieben und parlamentarische Vorschläge vom Stimmrechtsalter ab 16 Jahren zeigen, dass da eine Generation heranwächst, die etwas zu sagen hat und mitbestimmen möchte. Das zeigt sich auch in Zahlen. Ein Viertel der 15-24-jährigen Schweizer und Schweizerinnen engagieren sich freiwillig, und zwar im Durchschnitt über vier Stunden pro Woche. Knapp ein Fünftel der Jugendlichen engagiert sich in einem Verein oder einer Organisation². Eine Möglichkeit die Pfadi noch näher an aktuelle Gesellschaftsthemen und Entwicklungen zu bringen, die die Kinder und Jugendlichen von heute beschäftigen, wäre es diese auch auf Ebene des Vorstandes zu Wort kommen zu lassen.

3.2.1 Für die PBS relevant

Die Pfadi hat sich dabei als Organisation gezeigt, die solidarisch Aufgaben für die Allgemeinheit übernommen hat (in Form von Einkaufshilfen, Kinderbetreuung auch virtuell). Die aktuelle Strategie hat in diesem Bereich folgende Ziele formuliert:

9 *Die PBS ist Sprecherin für non-formale kinder- und jugendrelevante Themen, ist gesellschaftlich akzeptiert und verbreitet das positive Image der Pfadi als anerkannte Lebensschule.*

11 *Aktuelle Gesellschaftsthemen und Entwicklungen werden von der PBS erkannt, um als Pfadi gesellschaftliche Verantwortung wahrzunehmen.*

1 - Wir reden mit! (2022). Abgerufen am 2.1.2022 von Plan international Schweiz: <https://www.plan.ch/de/wir-reden-mit/>

2 - Wittwer, S. (2015). Politische Partizipation von. SAJV/CSAJ. Bern: SAJV/CSAJ.

3.2.2 Vorschlag

Anpassung des Ziels 11 aus der aktuellen Strategie:

Die PBS bietet Kinder und Jugendlichen die Möglichkeit bei aktuellen Gesellschaftsthemen und Entwicklungen mitzureden, um gemeinsam die gesellschaftliche Verantwortung wahrzunehmen.

Das Ziel 9 ist sehr aktuell und auch für die Zukunft relevant. Daher sollte dieses beibehalten werden.



3.3. Rover und Silver Scouts

Neben den Kindern und Jugendlichen existiert noch eine weitere Generation, die dank zunehmenden gesundheitlichen Standards immer älter wird und das rund um den Globus. In dieser Silver Society entsteht eine völlig neue Lebensphase im letzten Drittel des Lebens. Dieser Lebensabschnitt verlängert sich und bietet Raum für Selbstentfaltung und Selbstverwirklichung im hohen Alter. Ein neues Mindset bereitet dabei den Weg für eine Gesellschaft, die gerade durch die veränderte Altersstruktur vitaler wird: der Abschied vom Jugendwahn und eine grundlegende Umdeutung von Alter und Altern. Diverse Projekte wie Spielplätze für Jung und Alt¹ und Senioren im Schulzimmer² zeigen denn auch, dass nicht mehr nur eine Generation, eine Bevölkerungsgruppe im Zentrum stehen sollte, sondern eine Gemeinschaft gefördert werden sollte.

3.3.1 Für die PBS relevant

3 *Ehemalige Pfadis unterstützen die aktive Basis auf vielfältige Weise, dazu wird ihr Netzwerk weiter ausgebaut.*

7 *Die PBS überprüft ihr Pfadiangebot hinsichtlich seiner gesellschaftlichen Aktualität und Wahrnehmung und definiert Massnahmen, um es attraktiver/aktueller zu gestalten. Speziell werden die Rover als eigenständige Stufe neu definiert und erhalten ein Gesicht.*

Die Silver Scouts existieren bereits und haben ein grosses Netzwerk. Dieses organisiert intern einige Anlässe unter dem Jahr, welche jedoch darauf beruhen, sich unter Silver Scouts zu treffen und etwas zu unternehmen. Diese Anlässe könnte man anpassen und mit regionalen Abteilungen koordinieren, sodass Generationsübergreifende Anlässe stattfinden könnten.

Die Rover wurden als eigenständige Stufe definiert. Diese befindet sich

1 - Spielplatz für Jung und Alt . (2014). Abgerufen am 2.1.2022 von Intergeneration:

<https://www.intergeneration.ch/de/blog/spielplatz-fuer-jung-und-alt>

2 - Senioren im Schulzimmer . (2022). Abgerufen am 2.1.2022 von Pro Senectute:

<https://so.prosenectute.ch/de/ihr-einsatz/klassenzimmer.html>

noch im Aufbau und sollte in der neuen Strategie weiterhin ein Gesicht erhalten.

3.3.2 Vorschlag

Anpassung der Ziele 3 und 7 aus der aktuellen Strategie:

Ehemalige Pfadis unterstützen die aktive Basis und ermöglichen generationenübergreifende Projekte. Dazu wird das Netzwerk weiter ausgebaut und die Silver Scouts via Social Media besser promoted.

Die PBS überprüft ihr Pfadiangebot hinsichtlich seiner gesellschaftlichen Aktualität und Wahrnehmung und definiert Massnahmen, um es attraktiver/aktueller zu gestalten. Rover ist eine eigenständige Stufe und es werden Projekte für diese Stufe organisiert.

4. Inklusion

4.1. Definition

«Identitäten definieren sich jenseits von Geschlecht, Herkunft und sexueller Neigung.»¹

Diese These zeigt auf, wie wichtig es ist, dass wir uns auch in Zukunft für Inklusion einsetzen. Den Begriff Inklusion erklärt das Lehrmittel² «Inklusion und Vielfalt» als eine Integration aller Menschen in eine Gesellschaft, wobei dabei die Verantwortung für die Integration nicht bei der zu integrierenden Person, sondern bei der Gesellschaft liegt. Es wird erwartet, dass sich die Gesellschaft öffnet und allen Menschen, unabhängig von Herkunft, sexueller Ausrichtung und Geschlecht, die gleichen Chancen ermöglicht.

Dass die Thematik der Inklusion wichtig ist, zeigt auch das Zukunftsinstitut auf: «Die sozialen Rollen, die Männern und Frauen in der Gesellschaft zugeschrieben werden, verlieren an gesellschaftlicher Verbindlichkeit. Das Geschlecht verliert seine Bedeutung und bestimmt weniger über den Verlauf individueller Biografien. Veränderte Rollenmuster und aufbrechende Geschlechterstereotype sorgen für einen radikalen Wandel in Wirtschaft und Gesellschaft.»

4.1.1 Für die PBS relevant

Die PBS erwähnt in ihrer Strategie unter Punkt 11, dass sie aktuelle Gesellschaftsthemen und Entwicklungen erkennt und als Pfadi die gesellschaftliche Verantwortung wahrnimmt. Da wir momentan noch mitten in dieser Entwicklung stecken, wird empfohlen, dieses Ziel weiterhin

1 - zukunftsInstitut. (2022). Megatrend-Glossar. (zukunftsInstitut, Herausgeber) Ab

gerufen am 2.1.2021 von <https://www.zukunftsinstitut.de/>

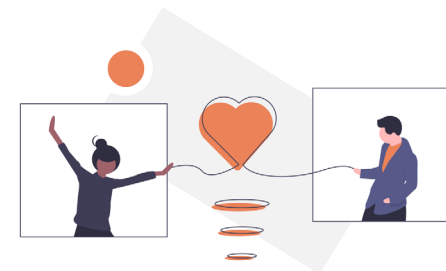
2 - Simovic, L., Gut, D., Imbaumgarten, A., & Ziswiler, V. (2021). Lehrmittel Inklusion und Vielfalt. SAJV, PBS, Jubla und CEVI Schweiz.

beizubehalten und die Entwicklung der Thematik Inklusion weiterzuverfolgen. Dazu ist der neugegründete Fachbereich Dinkl gut geeignet. Dass die Pfadi dabei topaktuell mit dabei ist, zeigen ihre Projekte, wie das Lehrmittel Inklusion und Vielfalt, die aus einem Gilwell-Ticket entstandene Regenbogenpfadi³ und das Projekt «Pfasyl» des Kanton Luzern und Bern⁴.

4.1.2 Vorschläge

Besonders im Bereich der PTA (Pfadi trotz allem) könnten die Hilfsmittel aktualisiert werden. Die Broschüre erschien erstmals 2009. Der aktuelle Trend, der auch in den Schulen ersichtlich ist, zeigt, dass immer mehr Kinder und Jugendliche inkludiert werden. Dies könnte auch ein zukünftiges Ziel der PBS sein:

Die PBS bietet ein qualitativ gutes Programm, das immer mehr Kinder und Jugendliche mit verschiedenen sozialen und kulturellen Hintergründen anspricht und das Inkludieren von Kindern / Jugendlichen mit besonderen Bedürfnissen ermöglicht.



3 - Rainbowscoots Schweiz. (1. 1. 2022). Von <https://rainbowscootsschweiz.com/> abgerufen

4 - Pfasyl. (1. 1. 2022). Von <https://www.pfasyl.ch/%C3%BCber-uns/> abgerufen

5. Physische und psychische Gesundheit

5.1. Gesundheitsfördernde Rahmenbedingungen schaffen

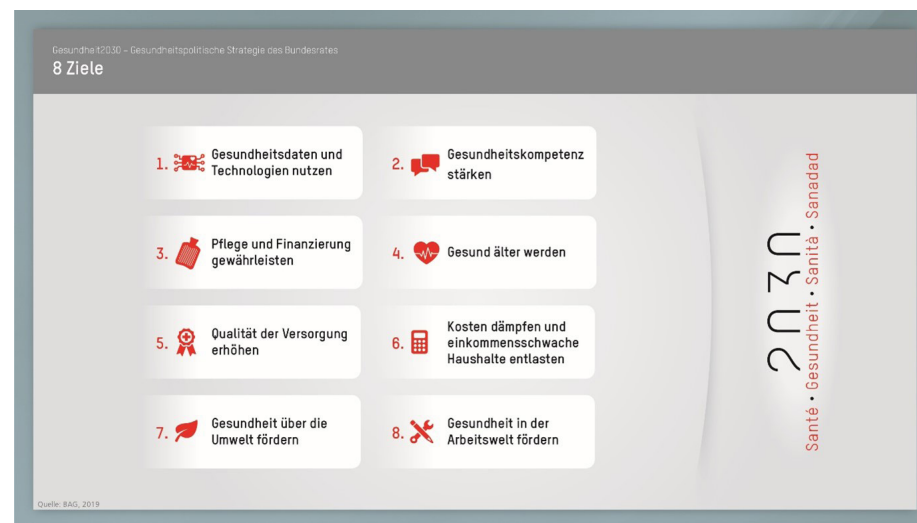
Gesundheitsförderung heisst nicht nur, Menschen zu befähigen, ihr Gesundheitspotenzial auszuleben. Es heisst auch, Rahmenbedingungen zu schaffen, die es den Menschen ermöglichen, ein gesundes Leben zu führen.

So sollen Kinder und Jugendliche in ihren Risikokompetenzen gestärkt werden. Sie sollen wissen, welche Risiken beispielsweise der Konsum von Suchtmitteln oder Medien mit sich bringt, und sie lernen, Verantwortung für sich und ihre Gesundheit zu übernehmen. Gleichzeitig gehören Massnahmen zum Schutz der Umwelt, eine gesundheitsfördernde Raumplanung oder gesetzliche Regelungen zur Minimierung von Risikofaktoren genauso zur Gesundheitsförderung¹.

Das BAG hat einen Massnahmenplan definiert, welcher bis 2030 umgesetzt werden soll. Denn die Anzahl an sogenannten nicht-übertragbaren Krankheiten erkrankter Menschen in der Schweiz steigt kontinuierlich. Nicht-übertragbare Krankheiten (Englisch: non-communicable diseases, kurz NCDs) umfassen beispielsweise Krebs, Herz-Kreislauf-Erkrankungen, chronische Atemwegserkrankungen, Diabetes oder Erkrankungen des Bewegungsapparates. Ob eine Person an einer nichtübertragbaren Krankheit erkrankt, hängt stark davon ab, wie sie sich ernährt und bewegt, ob und wie viel sie raucht und Alkohol trinkt. Die Prävention nichtübertragbarer Krankheiten ist eine der fünf Prioritäten der Agenda Gesundheit2020 des Bundesrates².

1 - BAG. (2022). Prävention von nichtübertragbaren Krankheiten. Abgerufen am 5.1.2022 von <https://www.bag.admin.ch/bag/de/home/gesund-leben/gesundheitsfoerderung-und-praevention/praevention-nichtuebertragbare-krankheiten.html>

2 - BAG. (2022). Gesundheitspolitische Strategie des Bundesrats 2020–2030. Abgerufen am 5. 1. 2022 von <https://www.bag.admin.ch/bag/de/home/strategie-und-politik/gesundheit-2030/gesundheitspolitische-strategie-2030.html>



Die NCD Strategie des BAG will dafür sorgen, dass die Menschen in unserem Land gut informiert sind und ihre Eigenverantwortung stärken. Sie entwickelt die bewährten Ansätze der bisherigen Präventionsprogramme in den Bereichen Alkohol, Tabak sowie Ernährung und Bewegung weiter und bildet einen umfassenden Orientierungsrahmen für alle Aktivitäten in diesem Bereich. Die SAJV unterstützt das BAG in seinen Efforts zur Umsetzung der NCD Strategie. Durch ihre Arbeit auf dem Gebiet der Risikokompetenzen, Gesundheitsförderung und Suchtprävention sowie die Einsitznahme in verschiedene Netzwerke der Gesundheitsförderung setzt sie sich für den Austausch zwischen Gesundheits- und Jugendpolitik ein³.

3 - Voila. (1.1.2022). Von <http://www.voila.ch/de/> abgerufen

Das Projekt „Voilà“ hat zum Ziel, Kinder und Jugendliche in ihrer Entwicklung zu gesunden Persönlichkeiten (psychisches, physisches und soziales Wohlbefinden) zu unterstützen¹.

5.2. Psychische Gesundheit

Im Januar 2021 führte das Forschungsinstitut intervista im Auftrag von Gesundheitsförderung Schweiz eine repräsentative Befragung der Bevölkerung in der Schweiz zum Thema der psychischen Gesundheitskompetenz durch.

Die Stichprobe umfasste knapp 3300 Personen. Eine Mehrheit der Bevölkerung in der Schweiz weiss um die Wichtigkeit der psychischen Gesundheit. Das konkrete Handlungsrepertoire, wie man sie selbst pflegen kann, ist jedoch bei mehr als der Hälfte noch ausbaufähig. Zum grossen Teil wissen die Befragten, wo sie sich Hilfe holen können, wenn psychische Belastungen zu stark werden. Sechs von zehn Personen haben schon einmal Informationen zu psychischen Belastungen und dem Umgang damit gesucht und geben an, solche Informationen gefunden und verstanden zu haben. Nur für vier von zehn Personen ist dies jedoch einfach. Zudem gibt es erhebliche Unterschiede: für manche Teilgruppen der Gesellschaft ist es schwieriger, Hilfe zu suchen, Informationen zu verstehen und, wenn das Wissen vorhanden ist, dieses anzuwenden. Auch hindern starke Barrieren viele daran, in einer psychischen Krise tatsächlich professionelle Angebote in Anspruch zu nehmen².

5.2.1 Corona

Nebst unmittelbaren Folgen für die psychische Gesundheit junger Menschen werden auch mittel- und längerfristige Folgen der Pandemie befürchtet: Veränderungen in den sozialen Interaktionen und Kon-

1 - SAJV. (2022). Zusammenfassung NCD-Strategie 2017 - 2024. Abgerufen am 5.1.2022 von https://www.sajv.ch/fileadmin/Media/sajv.ch/Uploads/Zusammenfassung_NCD-Strat._17-24_SAJV.pdf

2 - Gesundheitsförderung, S. (2021). Weiss die Schweiz, was sie für ihre psychische Gesundheit tun kann? Bern: Schweizerische Gesundheitsförderung.

taktbeschränkungen dürften sich stärker und nachhaltiger auf das Beziehungs- und Bindungsverhalten junger Menschen auswirken als auf Erwachsene, deren Verhaltensmuster schon gefestigt sind. Psychische Gesundheitsprobleme im Kindes- und Jugendalter sind ausserdem mit erhöhten Risiken für psychische Erkrankungen im weiteren Lebensverlauf verbunden.

Behandlungen im Zusammenhang mit suizidalem Erleben und Verhalten nehmen zu und die Situation gibt insbesondere bei Kindern/Jugendlichen Anlass zu Sorge³.

5.2.2 Medien

Mit der weit verbreiteten Nutzung von Internet und sozialen Medien entwickelten sich auch neue Suchtformen wie beispielsweise eine gesundheitlich problematische Internetnutzung. Dies hat zur Folge, dass sich auch die Gesellschaft in den letzten Jahren immer stärker mit diesen neuen Suchtformen auseinandersetzen und Gegenmassnahmen ergreifen muss. Im Vergleich zur Allgemeinbevölkerung weisen Personen mit einer Onlinesucht häufiger eine Depression auf, sie sind introvertierter und haben ein geringeres Selbstwertgefühl. Aus Sicht der Strategie Sucht wird dem Thema Internetnutzung besondere Aufmerksamkeit geschenkt, denn es ist ein wichtiges Anliegen, flexibel auf neue Gefährdungen mit entsprechenden Präventions- und auch Therapieangeboten reagieren zu können⁴.

Der kompetente Umgang mit Medien wird zunehmend nicht nur zu einer Voraussetzung für die berufliche Zukunft vieler Menschen, sondern auch für ihre Zukunft als Bürgerinnen und Bürger. Für die Schweizer Jugendorganisationen ist die Förderung der Medienkompetenzen Jugendlicher deshalb ein prioritäres Anliegen da Jugendliche ein erhöhtes Risi-

3 - Stocker, D., Jäggi, J., Liechti, L., Schläpfer, D., Németh, P., & Künzi, K. (2021). Der Einfluss der COVID-19-Pandemie auf die psychische Gesundheit der Schweizer Bevölkerung und die

4 - Safezone. (2022). Onlinesucht. Abgerufen am 5. 1. 2022 von <https://www.safezone.ch/de/suechte-und-substanzen/onlinesucht>

ko für eine Internetabhängigkeit oder SmartphoneSucht haben.

Obwohl es nur wenige Zahlen und Studien zu den Verhaltenssüchten in der Schweiz gibt, wird die Entwicklung durch ein Expertenteam vom Bund beobachtet¹.

Anfangs Mai 2021 fand die Voilà-Vollversammlung statt, an welcher sich zahlreiche Kantonalprogramme getroffen haben, die sich für Gesundheitsförderung und Prävention in den Jugendverbänden einsetzen. An der Vollversammlung wurde das neue Thema gewählt, welches für die nächsten zwei Jahre "Chancen und Herausforderungen digitaler Medien" sein wird. Dieses Thema passt wunderbar in die aktuelle Lebenslage mit Covid 19, da in dieser Periode die Nutzung von digitalen Medien durch e-learning, reduzierteren offline Alltagsgestaltungsmöglichkeiten und social distancing zugenommen hat. Auch in der Jugendverbandsarbeit sind soziale Medien und die Nutzung von digitalen Gadgets nicht mehr wegdenkbar. Neben Chancen und neuen Möglichkeiten wie Spielideen, neue Erreichbarkeit verschiedener Nutzer*innengruppen etc. bestehen aber auch Gefahren und Herausforderungen wie beispielsweise Cybermobbing, Gruppendruck, Abhängigkeiten etc. Voilà wird sich damit in den nächsten zwei Jahren beschäftigen und durch Schulungen Leiter*innen sensibilisieren und Handlungswissen vermitteln².

5.2.3 Für die PBS relevant

Die Pfadi trägt einen grossen Teil dazu bei, dass sich Kinder, Jugendliche und Erwachsene draussen in der Natur auf eine gesunde und natürliche Art bewegen. Im Ziel 10 wird erwähnt, dass die PBS den bewussten Umgang mit der Natur fördert.

Dies ist ein wichtiger Aspekt, wenn wir uns draussen aufhalten, um den gegebenen Ressourcen Sorge zu tragen. Dennoch fehlt in der gesamten Strategie der sportliche Aspekt der Aktivitäten. Pfadilager laufen unter

1 - BAG. (2022). Verhaltenssüchte. Abgerufen am 5. 1. 2022 von <https://www.bag.admin.ch/bag/de/home/gesund-leben/sucht-und-gesundheit/verhaltenssuechte.html>

2 - Voila. (1.1.2022). Von <http://www.voila.ch/de/> abgerufen

Jugend & Sport und fördern somit auch die körperliche Gesundheit der Teilnehmenden. Die PBS schreibt im Haltungspapier zur Gesundheitsförderung: «Die PBS versteht Gesundheit ganzheitlich als physisches, psychisches und soziales Wohlbefinden. Die Ziele der PBS im Bereich Gesundheitsförderung sind demnach, Kinder und Jugendliche in ihrem körperlichen Wohlbefinden und seelischen Gleichgewicht zu fördern, sie dabei zu unterstützen, Beziehungen aufzubauen und zu pflegen, und sie in ihrer Entwicklung zu gesunden Persönlichkeiten zu begleiten.

5.2.4 Vorschläge

Die PBS konzentriert sich auf die Pflege und Verstärkung vorhandener sowie den Aufbau neuer gesundheitsfördernder Kompetenzen. Damit wird eine Basis gelegt für ein selbstbestimmtes, verantwortungsbewusstes und gesundes Leben für jedes einzelne unserer Mitglieder.»³ Dies sollte auch in Form eines Zieles aus der Strategie herauszulesen sein:

Die PBS bietet ein qualitativ gutes Programm, das immer mehr Kinder und Jugendliche mit verschiedenen sozialen und kulturellen Hintergründen anspricht und die psychische und physische Gesundheit der Teilnehmenden fördert.

Zur psychischen Gesundheit gibt es noch kaum Dokumente oder Broschüren von der PBS. Man wird auf die Seite von Voila verwiesen, welche zur Gesundheitsförderung und Suchtprävention in Kinder- und Jugendverbänden beiträgt. Die Wichtigkeit um die psychische Gesundheit wurde in den vorangegangenen Kapiteln deutlich. Deshalb sollte die PBS zu dieser Thematik ein Ziel formulieren.

3 - PBS. (2022). Umgang mit Risiken. Abgerufen am 5. 1. 2022 von <https://pfadi.swiss/de/pfadiaktivitaeten/umgang-mit-risiken/>

6. Digitalisation

6.1. La vidéo, le média phare de la génération Z

Les médias traditionnels tels que nous les connaissons sont obligés de constamment se réinventer pour toucher un public plus jeune. Ceux qui tirent évidemment leur épingle du jeu sont les médias plus récents qui proposent une certaine interactivité et surtout un ciblage de l'intérêt. Parmi eux on peut citer les réseaux sociaux comme énoncé précédemment, mais ce qui a visiblement pris un essor monumental durant les derniers mois est la vidéo tel qu'on peut le voir sur le graphique suivant réalisé par CreditSuisse sur la base de chiffres provenant de l'entreprise spécialisée GlobalWebIndex¹:

6.1.1 Pour le MSdS

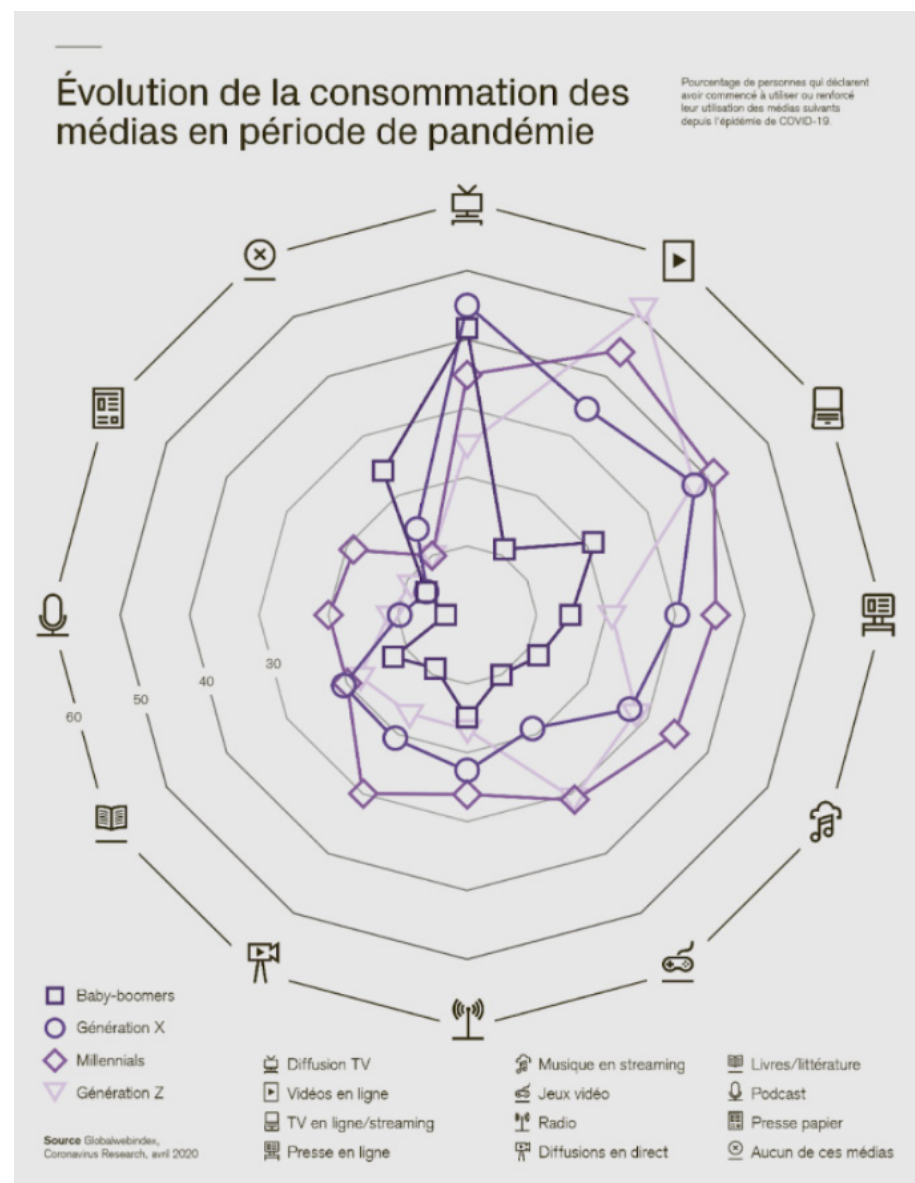
Il est important de maintenir un contact avec les jeunes même en dehors des activités. Le fait de cultiver cet engagement auprès des membres va fatalement augmenter leur motivation et leur implication. D'autre part, un autre Ticket proposé cette année par Smily / René Glanzmann a pour titre "Description séduisante des postes à pourvoir". Il semble donc qu'apporter une meilleure visibilité aux postes à pourvoir au sein du MSdS soit un élément au cœur des préoccupations.

Pourquoi ne pas utiliser la vidéo pour communiquer sur les postes et permettre une meilleure compréhension des tâches qu'ils impliquent ?

6.1.2 Recommandations

Adapter le canal de communication au public cible des informations qui sont transmises.

1 - «Les Supertrends à l'ère post-COVID» consulté le 27.10.2021 sur <https://www.credit-suisse.com/microsites/investment-outlook/fr/supertrends.html>



6.2. Smartphones

En 2021, presque tous les jeunes sont en possession d'un smartphone. Tous ces appareils représentent des bijoux digitaux. Photos, vidéos, géolocalisation, réalité augmentée, toutes ces technologies sont désormais à disposition dans la poche de chaque personne. C'est une nouvelle réalité qu'il faut évidemment prendre en compte pour proposer des activités à jour avec notre société. Ces appareils nous suivent dans pratiquement toutes les circonstances aujourd'hui: billets électroniques pour les voyages, appareil photo, moniteur sportif, cinéma, liseuse. L'accès à l'information n'a jamais été aussi rapide.

Le groupe spécialisé en psychologie des médias de la ZHAW publie tous les deux ans un rapport sur les loisirs et activités quotidiennes des jeunes qu'ils nomment JAMES¹: Jeunes, Activités, Médias - Enquête Suisse. Voici ce que nous apprend le projet JAMES sur la possession de smartphones chez les jeunes:

- 96% des 12-13 ans ont un smartphone
- 99% des 14-15 ans ont un smartphone
- 99% des 16-17 ans ont un smartphone
- 100% des 18 ans et plus

Le même groupe a publié en 2019 les résultats d'une étude similaire intitulée MIKE²: Medien, Interaktion, Kinder und Eltern. MIKE a elle comme public cible les enfants âgés de 6 à 13 ans et nous apprend que: 78% des enfants de cette tranche d'âge utilisent un smartphone de temps en temps.

Un quart de ces enfants possèdent leur propre téléphone portable

1 - JAMES - Jeunes, Activités, Médias - Enquête Suisse. Consulté le 27.10.2021 depuis <https://www.swisscom.ch/content/dam/swisscom/fr/about/entreprise/durabilite/competencesmedias/documents/james-bericht-2020-fr.pdf>

2 - MIKE - Medien, Interaktion, Kinder, Eltern. Consulté le 27.10.2021 depuis https://www.zhaw.ch/storage/psychologie/upload/forschung/medienspsychologie/mike/Factsheet_MIKE_2019_FR.pdf

Tous ces chiffres nous montrent qu'il est important de prendre en compte cette réalité dans les activités et notre communication auprès des jeunes.

6.3. Réseaux sociaux

Les chiffres parlent d'eux-mêmes. Aujourd'hui, pas loin de la totalité des adolescents ont un compte sur les réseaux sociaux. Ces médias ont forcément pris une grande ampleur en raison de la pandémie, car ils permettaient de garder une présence au sein de son cercle social³.

98 % des adolescents ont un compte sur au moins un réseau social

- 93 % sur Instagram ;
- 91 % sur Snapchat ;
- 71 % sur Tik Tok ;
- 61 sur Pinterest ;
- 50 % sur Facebook ;
- 42 % sur Twitter ;
- 27% sur Tinder ;
- 26 % sur Tumblr.

6.4. Risques

6.4.1 Cyberharcèlement

Si l'accès rapide à l'information est bien évidemment une chance pour l'éducation, cela représente un réel danger pour les jeunes. Le site *jeunesetmedias.ch* qui est une plateforme nationale ayant pour but

3 - Médias - Faits et chiffres. Consulté le 28.10.2021 depuis <https://www.jeunesetmedias.ch/medias/jeunes-et-medias-faits-et-chiffres>

d'encourager les enfants et les jeunes à utiliser les médias numériques de façon sûre et responsable nous apprend qu'un adolescent sur quatre a déjà été la cible d'une personne mal intentionnée sur des services en ligne. C'est une situation qui n'a été vécue que par très peu de monde dans les générations précédentes et il est encore aujourd'hui compliqué de savoir quelle est la meilleure manière de protéger les jeunes des abus qui peuvent intervenir sur le web.

6.4.2 Atteinte aux droits de la personnalité

Plus d'un jeune sur trois entre 12 et 19 ans est déjà tombé sur une photo de lui qui avait été postée sur internet sans son consentement. Parmi eux, plus du tiers de ces personnes ont été dérangées par cette publication¹. Il ne faut pas oublier que la publication de photos de personnes doit être faite toujours avec le consentement préalable de cette personne ou de son représentant légal. Cela représente un danger pour le domaine associatif qui s'expose parfois à certains faux pas, surtout lorsque l'image d'enfants est en jeu².

6.4.3 Manipulation / Fake News

Il y a un réel manque de formation chez les jeunes face à la désinformation. Selon le rapport JAMES, 84% des jeunes utilisent régulièrement les réseaux sociaux comme source d'information. Malheureusement, l'étude PISA de 2018 démontre que moins de la moitié des jeunes ont eu accès à une formation pour discerner le vrai du faux et quelles sources sont relativement fiables³.

1 - JAMES - Cyberharcèlement et harcèlement sexuel sur internet. Consulté le 30.10.2021

https://www.zhaw.ch/storage/psychologie/upload/forschung/medienpsychologie/james/2020/ZHAW_Raport_JAMES_2020_fr.pdf

2 - Publication de photographies. Consulté le 10.11.2021 https://www.edoeb.admin.ch/edoeb/fr/home/protection-des-donnees/Internet_und_Computer/publication-de-photographies.html

3 - Fake news: comment les reconnaître. Consulté le 10.11.2021 <https://www.projuventute.ch/fr/parents/medias-et-internet/fake-news>

6.4.4 Pour le MSdS

Le scoutisme a énormément évolué ces dernières années. Il n'a cessé de s'adapter à la société et aux besoins des enfants. Le scoutisme tel qu'on le connaît est avant tout un espace de partage et d'aventures physiques, mais c'est également un lieu d'expérimentation et d'apprentissage où l'on grandit. Il pourrait être bien de proposer des activités / moments où les enfants auraient la possibilité de s'exprimer et poser des questions sur ces thèmes d'actualité. Le principal problème réside dans le fait que derrière les écrans se trouvent toujours des humains qui profitent et souffrent du numérique. Tout cela se répercute forcément sur la société.

6.4.5 Recommandations

Comme ce fut le cas par le passé pour d'autres thématiques sociétales telles que l'inclusion et la diversité⁴, favoriser des espaces de discussion/formation sur les risques du digital.



4 - Inclusion et diversité dans les associations de jeunesse. Consulté le 10.11.2021 https://pfa-di.swiss/media/files/b2/lehrmittel_inklusion_und_vielfalt_web_einzelseiten_fr.pdf

6.5. Influenceurs

Certaines personnes ont gagné une cote de popularité énorme ces derniers temps auprès des jeunes. Ce sont les créateurs de contenu média qui nous embarquent à bord de leurs univers: les influenceurs^{1,2}. Ce nom n'est pas là par hasard, car ces personnes ont une influence non négligeable sur la dernière génération³.

Ceux que l'on qualifie d'influenceurs sont des personnes qui ont entre des milliers et des millions d'abonnés sur des plateformes numériques. Que ce soit sur YouTube, Instagram, TikTok ou autre, ces personnes ont toutes une image, des valeurs, un public cible et un univers qui leur sont propres. Ce partage avec leurs abonnés qui souvent les admirent a une très grande valeur et est souvent exploité par des marques et associations pour en faire leur promotion⁴.

6.6. Télétravail et cours à distance

Durant les deux dernières années, près d'un employé sur trois a expérimenté de manière au moins occasionnelle le télétravail⁵.

La pandémie y est certes pour beaucoup, mais cela a permis de développer de manière très intensive les outils de collaboration à distance. Que les outils existent est une chose, mais que les personnes l'utilisent en est une autre et le contexte sanitaire a vraiment accéléré l'adaptation

1 - Les influenceurs: idoles ou manipulateurs?. Consulté le 10.11.2021 <https://www.sanitas.com/fr/magazine/vivre-ensemble-aujourd-hui/vie-numerique/influenceurs-jeunesse.html>

2 - Marketing : les 10 trends en 21. Consulté le 11.11.2021 <https://cominmag.ch/marketing-digital-les-10-tendances-de-2021/>

3 - Les jeunes influenceurs – les idoles de la génération Covid ? Consulté le 10.11.2021 <https://www.unicef.ch/fr/lunicef/actuel/evenements/2020-10-28/les-jeunes-influenceurs-les-idoles-de-la-generation-covid>

4 - Le pouvoir des influenceuses et influenceurs. Consulté le 11.11.2021 <https://www.projuventute.ch/fr/parents/internet/influenceurs>

5 - Télétravail - Chiffres de la confédération. Consulté le 11.11.2021 <https://www.bfs.admin.ch/bfs/fr/home/statistiques/culture-medias-societe-information-sport/societe-information/indicateurs-generaux/economie-nationale/teletravail.html>

de chacun vis-à-vis de ces nouvelles technologies. Une grande partie de la population est maintenant prête à s'en servir de manière quotidienne et cela laisse place à de nouvelles organisations au sein des équipes de projet.

Si ces chiffres sont étonnants, ils ne contiennent pas les étudiants qui ont pour la plupart dû s'y mettre également. Que ce soit de manière très brève pour les plus jeunes à l'école obligatoire ou durant de longs mois pour les hautes études, chacun a dû s'y faire pour continuer à suivre les cours.

6.6.1 Pour le MSdS

Pour le Mouvement scout de Suisse, cela est évidemment une opportunité de repenser les contacts entre les différents acteurs du scoutisme suisse. Le MSdS s'est très rapidement adapté à la pandémie et à l'arrêt d'activités "en présentiel" en offrant de belles idées d'activités et de soutien pour les groupes. Cela est très positif et démontre à nouveau la capacité du scoutisme à s'adapter rapidement. Certains cours pourraient être dispensés à distance ou du moins de manière partielle. Si l'idée doit faire ses preuves, elle pourrait néanmoins permettre à un plus grand nombre de suivre les cours et ainsi répondre à la demande actuellement trop forte pour certains cantons. Cela pourrait également être une proposition pour les personnes qui s'engagent au MSdS et qui n'ont que difficilement l'occasion de se déplacer jusqu'à Bern. On pourrait également y voir une chance de mettre en place des échanges internationaux.

6.6.2 Recommandations

Exploiter les médias émergents (grâce notamment aux influenceurs) pour faire découvrir les valeurs du scoutisme à plus de jeunes. Faciliter l'accès à des outils/infrastructures de collaboration en ligne pour les groupes et maîtrise de cours.

7. Environnement

Selon une enquête d'Amnesty International, le réchauffement climatique représente la principale préoccupation des jeunes de 18 à 25 ans¹. Le scoutisme suisse se revendiquant pour les jeunes et par les jeunes, il est presque impossible de se dissocier des thématiques chères aux prochaines générations.

7.1. Régimes alimentaires

De plus en plus de personnes et surtout les jeunes choisissent de suivre des régimes alimentaires particuliers² que ce soit pour des raisons écologiques, d'éthique ou encore de santé. Cette tendance se fait particulièrement ressentir ces dernières années avec l'importance que donnent les jeunes à leur impact environnemental.

7.1.1 Pour le MSdS

Le MSdS a pris position pour l'environnement et la durabilité³. C'est un réel engagement pris par le Mouvement et répond au besoin grandissant des jeunes sur le sujet.

Le respect de ces idées passe maintenant par de la formation, des idées et des outils qui arriveront probablement avec le temps.

1 - Le changement climatique au coeur des préoccupations. Consulté le 10.11.2021 <https://www.amnesty.ch/fr/themes/climat/docs/2019/le-changement-climatique-au-coeur-des-preoccupations#>

2 - La viande s'invite de moins en moins aux menus des cafétérias universitaires. Consulté le 06.12.2021 <https://www.rts.ch/info/suisse/12450667-la-viande-sinvite-de-moins-en-moins-aux-menus-des-caferterias-universitaires.html>https://www.swissveg.ch/sondage_veg?language=fr

3 - Prise de position du Mouvement Scout de Suisse - Environnement et Durabilité. Consulté le 06.12.2021 https://pfadi.swiss/media/files/0c/214701fr_haltungspapier_umwelt_nachhaltigkeit_vst20210410_fr.pdf

Cela fait maintenant plusieurs années que de nombreux camps / cours de formation s'adaptent en faisant des plats sans viande en parallèle des menus prévus. Il pourrait être judicieux d'inciter à montrer la voie en proposant de moins en moins de viande dans le cadre des activités scouts.

7.1.2 Recommandations

Promouvoir le développement durable dans les cours de formation pour favoriser les échanges et les mesures concrètes pour l'environnement.

7.2. Les forêts / Places de camp

Plusieurs cantons tels que Genève ou Lucerne ont mis en place des règles strictes quant à l'organisation d'activités en forêt (limité à 50 personnes sans demande préalable par exemple).⁴

7.2.1 Pour le MSdS

Continuer à favoriser les échanges avec les politiques pour éviter de devoir faire face à des blocages dans les activités.



4 - Canton de Genève -Manifestations en forêt. Consulté le 06.12.2021 <https://www.ge.ch/activites-dans-nature/manifestations-foret>

8. Économie

8.1. Consommation

Suite à la crise du Coronavirus, de nombreuses familles ont commencé à consommer différemment. D'un côté comme le montre l'étude de la société Imadeo à Genève, près de la moitié des Suisses romands ont réduit leurs dépenses d'au moins 20%¹.

La situation sanitaire a vu une accélération de la digitalisation des entreprises de toutes tailles y compris les petits producteurs locaux. Beaucoup de systèmes e-commerces ont vu le jour et permettent désormais de profiter de l'accessibilité du commerce en ligne tout en consommant local. Tout cela a également un lien avec le désir d'avoir une consommation plus responsable vis-à-vis de l'environnement et nous le verrons plus tard².

8.1.1 Pour le MSdS

Le scoutisme propose un programme rempli de camp et d'activités qui visent le développement global de la personne. Dans cette optique, il est important que les jeunes puissent avoir un regard critique sur leur consommation tout en suivant l'évolution de la société.

8.1.2 Recommendations

Continuer le développement de *Faires Lager* et inciter un maximum les Groupes à organiser des camps durables (voir chapitre 7. Environnement).

1 - La nouvelle face du commerce en Suisse. Consulté le 10.10.2021 <https://www.bilan.ch/economie/la-nouvelle-face-du-commerce-en-suisse>

2 - Clés de la consommation post Covid - 2020 . Consulté le 10.10.2021 <https://imadeo.com/etudes-imadeo/883-les-cles-de-la-consommation-post-covid-en-suisse-romande>



9. Retour sur la stratégie actuelle

Maintenant que les différents sujets de société ont été traités, il est intéressant de revenir sur la stratégie actuelle du MSdS pour en faire ressortir certains faits intéressants:

La stratégie actuelle se base sur trois axes principaux:

9.1. Vivre le scoutisme

Dans cette section, le MSdS exprime ses valeurs et sa vision du fonctionnement intrinsèque au scoutisme du pays. Il y est également mentionné les offres qui sont le cœur du scoutisme suisse.

9.1.1 Remarques

Le premier point fait mention du poids de la loi et de la promesse scoutie dans les décisions du mouvement scout de Suisse. La loi scoutie actuelle¹ est très pertinente dans la société et met en avant des concepts d'inclusion, de partage, d'aide, de simplicité et de préservation de l'environnement. Ce sont des sujets qui semblent plus que jamais importants pour les jeunes et nécessaires de garder.

La promesse, elle, invite à cultiver cette loi dans la vie de tous les jours cependant il est questionnable malgré notre histoire, de garder une référence à Dieu au tout début de celle-ci. En effet, comme l'évoque le point 2 de la stratégie, le programme s'adresse à "un nombre croissant d'enfants et de jeunes avec différentes racines culturelles et sociales" ce qui comprend forcément de nombreuses religions dont certaines ne reconnaissent pas l'existence d'un ou plusieurs dieux. Il est cependant très bien de mettre cette mixité sociale en avant dans l'offre. À noter que cela semble s'appliquer uniquement à la version française de la pro-

¹ - Loi scout - "Scouts, nous voulons". Consulté le 10.11.2021 https://pfadi.swiss/media/files/cc/207701fr_pfadigesetz.pdf

messe.

Le point 3 entend favoriser les échanges et contacts avec les anciens scouts, ce qui est une excellente chose pour la reconnaissance du Mouvement dans le pays.

Dans les points 4, 5 et 6, c'est l'encadrement, la prise de responsabilité et la reconnaissance de ces formations qui sont mises en avant. Le terme "reconnaissance" revient régulièrement, mais semble extrêmement important pour le développement du Mouvement dans la société. Cela représente également un atout professionnel conséquent pour les jeunes qui s'engagent.

Le point 7 exprime le souhait du MSdS de garder une offre qui soit pertinente au travers de l'évolution de la société ce qui est très positif. Cela est démontré par le souhait de la réalisation de ce Ticket Gilwell ainsi que le développement de la Branche Route.

Le dernier sous-point (8) traite de MOVA et de la possibilité qu'il offre aux scouts de Suisse de vivre une expérience nationale. Ce point sera vraisemblablement adapté pour la nouvelle stratégie (l'événement étant prévu pour 2022). Cependant, la promotion d'expériences nationales reste très pertinente, car il existe des différences dans la pratique du scoutisme selon les régions et pouvoir échanger sur celle-ci garantit une meilleure compréhension et homogénéité dans le pays.

9.2. Le scoutisme - La société - Le monde

Dans cette deuxième section, le MSdS s'exprime sur son engagement et ses responsabilités dans divers thèmes sociétaux. Ceci à titre individuel, mais également en partenariat avec les plus hautes instances que sont le l'AMGE et l'OMMS.

9.2.1 Remarques

Dans le point 9, le MSdS se déclare porte-parole pour des sujets non formels en lien avec l'enfance et la jeunesse. Cela semble très positif de s'engager pour des thématiques qui sont qui plus est la base du Mouvement (la jeunesse) cependant ce point reste extrêmement large: Quels sont ces points non formels ? Cela permet difficilement de se représenter les cas où le MSdS serait amené à se positionner ou non.

La deuxième partie de ce point garantit la promotion d' "une image positive du scoutisme en tant qu'école de vie ". Cela fait écho aux points 4, 5 et 6 pour un scoutisme bien perçu par la population. Cette deuxième partie pourrait également être un point à part entière, car cela ne semble pas être strictement lié à ce qui précède.

Dans le point suivant (10), "le MSdS encourage en particulier une attitude responsable envers la nature et les ressources naturelles et contribue à la réalisation des objectifs de développement durable". Comme évoqué plus tôt dans le document, la préservation de l'environnement est un thème auquel les jeunes tiennent énormément. Fort de ce constat, l'encouragement est évidemment le bienvenu, mais comme pour le point 9, cela semble manquer de concret: au travers de quels moyens ? Quand le MSdS serait-il amené à se positionner ?

Il est ensuite (11) indiqué que le MSdS "reconnait les sujets et évolutions sociétaux actuels afin d'assumer sa responsabilité sociétale" ce qui est louable, mais comment cela est-il applicable ? Quels sont les points clés qui définissent quand la responsabilité sociétale est assumée de manière suffisante ?

Le point 12 fait un bel écho au point 8 quant à l'échange des membres à l'international.

Le dernier point de cette section (13) définit la position du MSdS au travers des Associations Internationales que sont l'AMGE et l'OMMS. Celle-ci laisse transparaître une vraie cohérence avec sa stratégie et ses

valeurs.

9.3. Le scoutisme au niveau fédéral

La dernière section de cette stratégie met en exergue la stratégie de financement de l'association, les différentes prestations que propose le MSdS aux associations cantonales ainsi que les devoirs qui lui incombent.

9.3.1 Remarques

Le premier point de cette section (14) fait état de plusieurs piliers de financement pour pérenniser l'association. Ceux-ci sont détaillés (comme indiqué en bas de la stratégie) dans le document de "Planification des tâches et des finances" (PTF)¹. Cela semble cohérent avec la stratégie et permet de se faire une bonne idée des investissements de l'association. Cependant, ce qui est dommage c'est que pour chaque domaine d'activité opérationnel il manque un lien avec les différents points de la stratégie. Pour certains points cela est clair, mais pour d'autres il est moins évident de savoir à quoi ils se rapportent.

Le point 15 fait à nouveau écho aux points 4,5 et 6 en exprimant le souhait de mettre en avant le bénévolat pour en faire une force pour les membres qui s'engagent et pour les participants qui en récoltent le fruit.

Les points 16, 17, 18 et 19 parlent de l'engagement concret du MSdS auprès de ses membres et partenaires en termes de prestations. Les différents points restent larges, mais sont en cohérence avec le reste de la stratégie et le *Plan des tâches et des finances* permet de mieux comprendre en quoi consiste ces prestations.

1 - Planification des tâches et des finances. Consulté le 10.11.2021 https://pfadibewegung.sharepoint.com/:b:/s/Bundesebene/EQ9jYSXl1dtBkl9Do4hYYCcB4Ly3YadbdCdG0mu0KA_xMw?e=t1YJBp

10. Conclusion

Si l'on fait un pas en arrière pour observer la stratégie actuelle, on peut dire sans hésiter qu'elle se prête toujours bien à notre société qui pourtant évolue très rapidement (d'autant plus avec la pandémie). Le travail qui a été réalisé est de qualité et reflète les besoins des jeunes du Mouvement Scout de Suisse (détails dans le chapitre précédent).

Il semble néanmoins que des thématiques soient encore trop timidement mises en avant ou trop difficilement quantifiables (voir chapitre 9.2, «Le scoutisme - La société - Le monde»). Certaines sont de réelles opportunités et d'autres semblent pouvoir prendre plus de place dans notre mouvement.

À titre personnel, nous sortons vraiment grandis par un bel échange linguistique qui nous a permis de découvrir certains aspects du scoutisme qui diffèrent à travers la Suisse. La principale difficulté était évidemment de se comprendre entre le français et l'allemand. Dans l'ensemble cela a très bien fonctionné et a mené à de riches discussions.

Il convient encore de rappeler que le contenu de ce document reste une vue personnelle de la situation qui se base sur nos recherches ainsi que notre expérience académique est professionnelle.

11. Annexe

11.1. Mindmap des tendances sociétales

