

Institut de la gestion financière du Canada

PLAN STRATÉGIQUE 2018-2021

Table des matières

Exploration environnementale	4
Principales tendances externes	4
Enjeux	4
Priorités stratégiques, résultats et stratégies	5
fmi*igf - Résultats sur 3 ans	5
Orientation stratégique principale : Reconnaissance nationale	5
Résultat n° 1 : Engagement des bénévoles	6
Résultat n° 2 : Développement de l'offre des sections et du bureau national	7
Résultat n° 3 : Impact sur le secteur public	8

Préface

Le fmi*igf est une organisation nationale bénévole constituée d'un réseau de sections présentes dans toutes les provinces du Canada. Le Conseil national supervise l'orientation stratégique du fmi*igf et le Conseil avisier des sections le soutient en proposant des recommandations, une orientation stratégique et un point de vue régional. Les bénévoles nationaux sont soutenus par le bureau national qui gère les opérations et aide les sections locales.

Le fmi*igf offre ses services à plus de 1500 membres et organise des séminaires et des activités d'apprentissage pour les membres et les non-membres partout au Canada. Les séminaires traitent de questions d'actualité liées à la gestion financière des ressources du secteur public. Les membres et les participants proviennent des gouvernements fédéral, provinciaux et municipaux, et d'autres organisations intéressées par la gestion financière des ressources du secteur public.

Les bénévoles du fmi*igf organisent plusieurs activités locales axées sur les besoins et les intérêts particuliers des membres/participants locaux, ainsi qu'au moins deux événements d'apprentissage nationaux.

Vision :

Excellence dans la gestion financière du secteur public

Mission :

*Le fmi*igf est l'un des principaux fournisseurs au Canada de perfectionnement professionnel, qui explore les nouvelles tendances, les pratiques exemplaires et les questions d'actualité pour les intervenants en gestion financière du secteur public.*

Valeurs :

Axé sur les membres – Les membres/participants sont l'élément vital du fmi*igf. La planification et la prestation de tous les programmes et services impliquent une analyse approfondie et continue de leurs besoins.

Collaboratif – Le fmi*igf s'efforce de créer continuellement des occasions permettant à ses membres et aux autres intervenants du secteur public de partager leurs expériences, leurs connaissances et des pratiques exemplaires. Ce partage renforce le professionnalisme de ses membres qui, bien informés, compétents et engagés, contribuent à l'excellence de la gestion financière des ressources du secteur public.

Professionnel – Nous offrons une programmation et des services de la plus haute qualité. Dans tout ce que nous faisons, à partir du choix des articles dans le journal électronique du fmi*igf jusqu'à celui des conférenciers pour nos événements, le professionnalisme demeure l'élément essentiel de nos décisions et de notre vision.

Pertinent – Le fmi*igf offre des informations pertinentes sur les enjeux actuels et les pratiques exemplaires en matière de gestion financière du secteur public. La pertinence de la programmation est une considération primordiale dans le développement et la prestation des événements nationaux et locaux, afin de s'assurer que les membres sont bien informés sur les questions d'actualité.

Exploration environnementale

Les résultats des tendances externes et internes suivantes sont basés sur une analyse de risque effectuée en 2015 avec la participation de tous les membres du conseil et les présidents des sections. Les conclusions ont été présentées et examinées lors d'une séance de groupe de discussion des sections. Plusieurs sections et groupes régionaux ont fourni des commentaires et des recommandations supplémentaires au conseil avant la tenue de la séance de planification stratégique.

Principales tendances externes

L'environnement dans lequel le fmi*igf évolue continue de changer. Les gouvernements vont continuer à limiter les budgets alloués aux dépenses discrétionnaires comme la formation. L'évolution démographique va introduire une ère nouvelle de jeunes professionnels de la finance, alors que des bénévoles et des membres dévoués prennent leur retraite des rangs du fmi*igf. La concurrence sur le marché de la formation en gestion financière demeure féroce. Il faudra y faire face au moyen d'approches innovatrices et potentiellement élargir l'offre au-delà de la communauté traditionnelle des professionnels en gestion financière.

L'image de marque du fmi*igf est très forte et ses produits clés, tels que la semaine de PP et plusieurs activités des sections, sont très populaires. Toutefois, il est impératif que le fmi*igf améliore son agilité organisationnelle et soit capable de s'adapter à un environnement en pleine mutation. En raison d'une concurrence accrue pour l'obtention des sommes affectées au développement professionnel et à la formation du secteur public, ainsi que des budgets de plus en plus restreints pour les frais de déplacement et les indemnités, le fmi*igf va devoir diversifier ses offres et se démarquer nettement sur le marché.

Voici les principales tendances qui auront des répercussions sur le succès futur du fmi*igf :

- La réduction des dépenses gouvernementales pour la formation, les déplacements, etc.
- Une vérification accrue des heures de formation continue obligatoire et de la valeur de l'enseignement dispensé.
- L'adoption de services partagés, la réduction du personnel et l'augmentation de la charge de travail.
- Les attentes plus élevées de la prochaine génération d'agents financiers - ils s'attendent à et ont besoin d'être écoutés, et réclament des façons différentes de s'engager.
- Une forte concurrence dans le domaine de la formation (par exemple, CPA, IAPC, EFPC, syndicats, grandes entreprises, etc.), dont beaucoup d'activités gratuites.
- Des attentes plus importantes quant à l'utilisation des technologies pour la formation, mais les activités en personne sont toujours sollicitées.
- Une augmentation de la demande pour la formation axée sur les compétences générales.
- Un effort renouvelé pour établir des partenariats afin de renforcer l'avantage compétitif du fmi*igf. Cependant, nous devons préserver notre indépendance et notre identité.

Enjeux

Les trois plus grands enjeux auxquels le fmi*igf doit faire face sont :

- La capacité du Conseil national et des sections d'attirer suffisamment de bénévoles compétents et engagés.
- Le déclin de la pertinence du fmi*igf en comparaison à d'autres organisations de perfectionnement professionnel.
- La perte de contacts/champions avec des responsables de haut niveau (DPF, ADPF, DPV, etc.).

Priorités stratégiques, résultats et stratégies

Ce plan stratégique propose un cadre d'action pour le fmi*igf pour les trois prochaines années. Les données obtenues lors de l'exploration environnementale ont permis d'établir quatre priorités stratégiques qui guideront nos activités au cours des prochaines années et feront en sorte que nous demeurions concentrés sur l'essentiel. Pour chacune de ces priorités stratégiques, des démarches particulières seront élaborées, financées et évaluées comme autant de projets à mettre en œuvre au cours des trois prochaines années.

Un plan opérationnel annuel viendra appuyer le plan stratégique et définir les activités particulières qui devront être entreprises, afin d'assurer la réalisation des priorités et des résultats stratégiques à long terme. Ce plan stratégique s'étend sur une période de trois ans et l'on s'attend à ce que certaines stratégies prioritaires progressent chaque année afin que l'ensemble de la vision et des résultats attendus se réalisent au cours de la même période.

Orientation stratégique principale : Reconnaissance nationale

Au cours des dernières années, la notoriété du fmi*igf à titre d'organisation nationale s'est développée de façon notable auprès des intervenants. Les investissements dans la promotion de notre image de marque ont contribué à faire reconnaître la stature nationale de l'organisation. Il reste encore cependant beaucoup à faire pour promouvoir notre image de marque auprès d'un plus grand nombre de participants potentiels. La solution sera d'aller au-delà de notre clientèle traditionnelle de gestionnaires financiers. En effet, la gestion financière intéresse au plus haut point de nombreuses personnes, et pas seulement les professionnels de ce domaine.

Le fait de maintenir le contact avec des responsables de haut niveau est essentiel à la reconnaissance du fmi*igf. Il ne faut pas non plus se limiter seulement aux classifications FI du gouvernement fédéral. Le fmi*igf doit élargir sa gamme de produits et en créer qui s'adressent tout particulièrement au niveau de la direction. De plus, l'organisation doit repenser son approche, afin de répondre aux besoins particuliers de ce groupe très important. Beaucoup de personnes pensent en effet que l'image de marque actuelle du fmi*igf s'adresse uniquement aux classifications FI. Cela doit changer.

Reconnaissance accrue du fmi*igf en tant qu'organisme national.

Stratégie clé	Adopter une approche stratégique mieux structurée quant à la promotion de notre proposition de valeur et viser l'ensemble des disciplines ayant un intérêt pour la gestion financière.
----------------------	--

fmi*igf - Résultats sur 3 ans

1. **Engagement des bénévoles** —Le fmi*igf devra établir une proposition de valeur attrayante et évolutive pour son équipe diversifiée et compétente de bénévoles engagés à tous les niveaux.
2. **Développement de l'offre des sections et du bureau national** —Le fmi*igf devra se développer de façon durable grâce à la mise sur le marché de produits pertinents et de haute qualité qui stimuleront l'engagement et la participation.
3. **Impact sur le secteur public** —Le fmi*igf devra être au courant des enjeux et des tendances émergentes, et devra être reconnu comme une source de référence en matière de gestion financière dans le secteur public.

Engagement des bénévoles

Le fmi*igf est une organisation de bénévoles. Le risque le plus important à la durabilité de l'organisation est son incapacité à attirer suffisamment de bénévoles compétents et engagés pour le Conseil national et les sections. Les gens font du bénévolat pour différentes raisons et il est important que le fmi*igf comprenne bien quelles sont ces raisons. Si on ne porte pas attention aux besoins des bénévoles, leur nombre diminuera et il sera alors impossible de réaliser le mandat du Conseil national et des sections.

Il est donc essentiel de reconnaître la contribution importante des bénévoles à l'organisation et de les récompenser adéquatement. Un projet stratégique du fmi*igf sera d'identifier les attentes principales des bénévoles en considérant leurs services et leurs efforts, et de préparer une proposition de valeur qui répond à ces attentes. Il faudra également tenir compte des changements démographiques et de l'importance d'encourager les nouveaux bénévoles, tout en retenant ceux qui nous rendent de précieux services depuis des années.

Résultat n° 1

D'ici 2021, le fmi*igf devra établir une proposition de valeur attrayante et évolutive pour son équipe diversifiée et compétente de bénévoles engagés à tous les niveaux.

Stratégies clés	1.1 Consolider l'équipe de bénévoles grâce à une proposition de valeur améliorée (incitatifs) et faciliter la tâche des membres du conseil en augmentant le soutien du bureau national.
	1.2 Concevoir et mettre en place un programme de formation pour le Conseil national et les sections (c.-à-d. la gouvernance, la responsabilité, la planification de la relève, etc.).
	1.3 Offrir aux sections un forum et le soutien nécessaire pour partager les pratiques exemplaires afin d'assurer le succès de toutes les régions.

Développement de l'offre des sections et du bureau national

La mesure ultime du succès d'une organisation nationale comporte deux volets :

- 1— Des sections florissantes et financièrement rentables qui offrent des activités et une programmation de grande qualité, grâce à une équipe solide de bénévoles ; et
- 2 — Des événements nationaux populaires qui attirent de plus en plus de participants, et une offre de produits croissante.

Le bureau national (BN) a pour mandat l'expansion des produits et services à l'échelle nationale. Le BN doit également appuyer davantage la programmation des sections grâce à de nouveaux produits, et les aider à trouver des sujets et des conférenciers intéressants. La pertinence de la programmation est une considération primordiale dans le développement et la prestation des événements nationaux et locaux, afin de s'assurer que les participants sont bien informés sur les questions d'actualité.

Résultat n° 2

D'ici 2020, le fmi*igf devra se développer de façon durable grâce à la mise sur le marché de produits pertinents et de haute qualité qui stimuleront l'engagement et la participation.

Stratégies clés	2.1 Continuer à élargir la programmation afin d'attirer d'autres professions intéressées par la gestion financière (par ex., l'approvisionnement, l'immobilier) et couvrir des sujets qui touchent les professionnels de la gestion financière.
	2.2. Chercher activement des sujets et des experts pertinents et opportuns, et les intégrer aux programmes et services de PP, tout en visant des compétences particulières. Ceci inclut l'aide de conférenciers pour les sections.
	2.3 Offrir une gamme de produits de perfectionnement professionnel, y compris la formation en ligne, qui complémente les activités des sections.

Impact sur le secteur public

Afin d'être reconnu comme source de référence pour la gestion financière du secteur public, le fmi*igf doit offrir des produits et des services de haute qualité, pertinents et opportuns. Plusieurs stratégies ont été élaborées afin de réaliser cet objectif. La première consiste à améliorer notre capacité à contacter et intéresser des intervenants de haut niveau des divers paliers du gouvernement. Ceci s'applique également aux associations professionnelles et autres organisations avec lesquelles des relations mutuellement bénéfiques pourraient être établies afin de réaliser conjointement nos objectifs respectifs.

Comme le fmi*igf ne possède pas la capacité et ne tient pas à élaborer ou à rédiger des documents de recherche ou de discussion, il s'associera donc à d'autres organisations qui sont mieux à même de créer ce genre d'informations et pourra ensuite les partager avec la communauté.

Enfin, la promotion d'une image de marque uniforme du fmi*igf dans toutes les sections jouera un rôle clé dans la reconnaissance de l'organisation à titre de source de référence en matière de gestion financière dans le secteur public.

Résultat n° 3

D'ici 2020, le fmi*igf devra être au courant des enjeux et des tendances émergentes, et devra être reconnu comme une source de référence en matière de gestion financière dans le secteur public.

Stratégies clés	3.1 Collaborer avec des responsables de haut niveau de tous les paliers du gouvernement, afin de développer des produits qui répondent à leurs exigences particulières en matière de gestion du talent et de développement du leadership, et gagner leur appui quant à ces produits.
	3.2 Chercher activement des sujets et des experts pertinents et opportuns, et les incorporer dans nos produits et services de perfectionnement professionnel.
	3.3 Élargir la portée de nos partenariats actuels et chercher à profiter de nouvelles occasions, afin d'améliorer la programmation à tous les niveaux.