

FINANCIAL MANAGEMENT
INSTITUTE OF CANADA

fmi

INSTITUT DE LA GESTION
FINANCIÈRE DU CANADA



Institut de la gestion financière du Canada

Plan stratégique 2020-2021

(Approuvé : 28 mai 2020)



Table des matières

| | |
|--|----------|
| Préface | 3 |
| Analyse environnementale - Analyse FFPM | 5 |
| Stratégies et plans d'action | 7 |
| Priorité n° 1 : Gouvernance | 7 |
| Priorité n° 2 : Offres de produits | 8 |
| Priorité n° 3 : Développement des sections | 9 |
| Priorité n° 4 : Collaboration | 10 |

Préface

Le fmi*igf est une organisation nationale, dirigée par des bénévoles, qui gère un réseau de sections situées dans toutes les provinces du Canada. Un Conseil national supervise l'orientation stratégique du fmi*igf et est appuyé par trois comités permanents : le Conseil aviseur des sections (CAS), le Comité des finances et de la vérification (CFV) et le Comité sur la gouvernance et les nominations (CGN). Les bénévoles sont soutenus par l'équipe du bureau national, situé à Ottawa, qui gère les opérations et aide les sections locales.

Le fmi*igf offre des services à environ 10 000 participants à des événements dans tout le Canada. Ces événements se concentrent sur des sujets contemporains liés à la gestion financière des ressources du secteur public. Les membres (autoproclamés) et les participants aux événements proviennent des gouvernements fédéral, provinciaux et municipaux, ainsi que d'autres organismes qui s'intéressent à la gestion financière des ressources du secteur public.

Les bénévoles du fmi*igf organisent de nombreuses activités locales, axées sur les besoins et les intérêts particuliers des membres locaux et des participants aux événements. L'équipe du bureau national, en collaboration avec des comités directeurs ciblés, organise deux événements d'apprentissage nationaux (la Semaine de PP et l'AGSP) chaque année.

Vision :

L'excellence dans la gestion financière du secteur public à travers le Canada.

Mission :

*Le fmi*igf est une source renommée de perfectionnement professionnel pour l'ensemble de la communauté financière du secteur public, dont les membres bénéficient d'une valeur ajoutée grâce à des opportunités d'apprentissage et de réseautage.*

Valeurs :

Axé sur les membres – Les membres, les bénévoles et les participants aux événements sont les éléments vitaux du fmi*igf. La planification et la prestation de tous nos 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 ses autres partenaires du secteur public de partager leurs expériences, leurs connaissances et des pratiques exemplaires. Cette collaboration 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 – Le fmi*igf offre un programme et des services de la plus haute qualité. Des informations fournies à nos membres par le biais de plusieurs voies de communication, jusqu’au choix des conférenciers lors de nos événements, le professionnalisme demeure l’élément moteur de nos décisions et de notre évolution.

Pertinent – Le fmi*igf offre des points de vue opportuns sur les enjeux actuels et les pratiques exemplaires en matière de gestion financière du secteur public. La pertinence de son programme 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 des questions d’actualité.

Analyse environnementale – Analyse FFPM

Un résumé des récentes tendances internes (forces et faiblesses) et externes (possibilités et menaces) se base sur un sondage effectué en avril 2020, avec la participation des membres du Conseil national, du Conseil aviseur des sections, du Comité de la Semaine de PP, du Comité de l'AGSP et du personnel du bureau national. Les conclusions ont été présentées et analysées au cours d'une séance de planification stratégique de deux jours du Conseil national.

À l'avenir, nous devons continuellement examiner nos stratégies afin de nous assurer que nos actions sont conformes à notre vision et à notre mission.

Forces

La proposition de valeur du fmi*igf, ou ce qui nous distingue des autres organisations offrant un contenu similaire, peut être associée aux attributs suivants :

- 1) nous représentons des membres (tant financiers que non financiers) dans l'ensemble du Canada, ainsi que dans les trois paliers du gouvernement ;
- 2) nous avons le soutien et la reconnaissance de décideurs haut placés au gouvernement ;
- 3) nos événements offrent à la fois un contenu de qualité et une opportunité de réseautage ; et
- 4) en tant qu'organisme à but non lucratif, les tarifs de nos programmes représentent un rapport qualité-prix pour les participants aux événements, ainsi que pour les employeurs qui paient leurs dépenses.

Faiblesses

Les principaux éléments internes qui pourraient potentiellement avoir un impact sur le succès de notre organisation sont :

- 1) notre principale source de revenus provient d'un seul événement (la Semaine de PP) ;
- 2) un manque de clarté en ce qui concerne les rôles et les responsabilités des divers groupes qui constituent le fmi*igf (le Conseil national, le Conseil aviseur des sections, les sections locales et l'équipe du bureau national) ; et
- 3) des outils dépassés qui ne répondent pas entièrement aux besoins de nos bénévoles, nos membres et notre personnel (le système d'inscription et la base de données des membres).

Possibilités

Le fmi*igf doit considérer différentes manières d'opérer afin de pouvoir continuer à répondre aux besoins de nos membres, notamment :

- 1) en augmentant nos offres de produits (plus de produits en ligne) ;
- 2) en développant les opportunités de réseautage de nos membres et de nos partenaires commerciaux ; et
- 3) en intensifiant la collaboration avec nos divers partenaires de tous les paliers du gouvernement.

Menaces

Lors de la gestion de ses opérations, notre organisation doit être consciente des facteurs suivants qui pourraient avoir une incidence sur ses réussites :

- 1) la concurrence accrue d'organismes offrant des produits similaires ;
- 2) la réduction du financement public ; et
- 3) la pertinence des sujets de nos ateliers.

Stratégies et plans d'action

Ce plan stratégique recommande au fmi*igf un cadre d'action durant l'exercice financier 2020/2021. En se basant sur les données recueillies lors de l'analyse environnementale, les quatre priorités stratégiques suivantes orienteront nos activités dans l'année à venir afin de garantir que le fmi*igf se concentre sur ce qui est essentiel à sa réussite. Au sein de ces quatre domaines de priorités, des stratégies spécifiques seront créées, surveillées et présentées durant chaque réunion régulière du Conseil national.

Ce plan stratégique sera appuyé par un plan opérationnel qui définira les activités particulières que l'équipe du bureau national devra entreprendre pour soutenir la réalisation de ces priorités et résultats stratégiques.

Priorité n° 1 : Gouvernance

Le Conseil national continue à collaborer avec nos consultants externes afin de développer une approche visant à partager les pratiques exemplaires en matière de gouvernance avec les bénévoles des comités et des sections au sein de notre organisation.

Objectif : Améliorer la structure de gouvernance du fmi*igf afin d'augmenter la transparence, de formaliser les rôles et les responsabilités du conseil et des comités, et de développer une communication efficace avec les membres.

| Stratégie | Responsabilité | Échéance |
|--|---------------------|---------------|
| Formaliser un plan de communication du conseil | Conseil - Président | 30 juin 2020 |
| Mettre à jour les règlements | Conseil - CGN | 30 sept. 2020 |
| Mettre à jour les politiques | Conseil - CGN | 31 oct. 2020 |
| Mettre à jour les mandats de tous les comités | Conseil - CGN | 31 déc. 2020 |

Priorité n° 2 : Offres de produits

Le fmi*igf est reconnu pour son image de marque et la qualité de ses ateliers de formation. Toutefois, comme les temps et les conditions évoluent, nous devons nous assurer que nous sommes flexibles et capables d'adapter nos approches éducatives afin de garantir que nous restons pertinents et appréciés par nos membres.

Objectif : Élargir les offres de produits du fmi*igf en fournissant différents modes de prestation pour le perfectionnement professionnel et la formation à l'aide d'une approche souple et axée sur la demande.

| Stratégie | Responsabilité | Échéance |
|---|---|---------------|
| Développer des formations en ligne à court terme pour la période automne/hiver 2020. | Bureau national et Comité de la Semaine de PP | 30 sept. 2020 |
| Développer une stratégie à long terme pour diversifier nos offres de produits (en ligne et en personne) | Bureau national et sections | 30 juin 2021 |

Priorité n° 3 : Développement des sections

Les bénévoles sont au cœur de notre organisation. Nous devons donc développer les outils et les processus nécessaires pour leur permettre de mener à bien notre mandat. Nous devons également nous concentrer sur la façon dont nous attirons de nouveaux bénévoles, ainsi que sur la façon dont nous les impliquons, afin qu'ils deviennent des ambassadeurs de notre organisation.

Objectif : Améliorer le soutien aux bénévoles afin d'assurer une approche uniforme dans tout le pays.

| Stratégie | Responsabilité | Échéance |
|--|-----------------|--------------|
| Identifier un point de contact unique au sein du personnel du bureau national pour soutenir les sections. | Bureau national | 30 juin 2020 |
| Mettre à niveau le système d'inscription/la base de données des membres à temps pour l'AGSP 2021 | Bureau national | 31 mars 2021 |
| Mettre à jour les documents d'orientation des bénévoles | Conseil - CGN | 30 juin 2021 |
| Développer un document sur les rôles et les relations entre les directeurs régionaux (DR) et le Conseil aviseur des sections (CAS) | Conseil - DR | 30 juin 2021 |

Priorité n° 4 : Collaboration

Alors que la communauté financière devient de plus en plus complexe, nous avons besoin d'être ouverts à de nouveaux modèles de prestation de services. Une partie de cette approche impliquera une analyse des relations que nous avons avec les différents intervenants au sein de notre modèle de service.

Objectif : Communiquer avec nos principaux commanditaires et partenaires financiers du secteur public afin d'améliorer ces relations et de créer des programmes pertinents de perfectionnement professionnel en gestion financière.

| Stratégie | Responsabilité | Échéance |
|--|-----------------|---------------|
| Formaliser un plan de sensibilisation auprès d'organismes décisionnels fédéraux (p. ex., le BCG et les DPF) | Bureau national | 30 sept. 2020 |
| Formaliser un plan de sensibilisation auprès de partenaires clés de prestation de perfectionnement professionnel (p. ex., le CPA, l'ACAF et l'École de la fonction publique du Canada) | Bureau national | 30 sept. 2020 |
| Formaliser un plan de sensibilisation auprès de partenaires financiers dans d'autres circonscriptions/marchés (p. ex., le Conseil canadien des contrôleurs et les associations des agents financiers municipaux) | Bureau national | 30 sept. 2020 |
| Formaliser une stratégie pour négocier avec les commanditaires et les présentateurs entre le bureau national et les sections | Conseil - DR | 30 sept. 2020 |