

**Institut de la gestion financière du Canada**

# **Plan stratégique de 2022- 2023**

(Approuvé : le 10 mars 2022)



## Table des matières

---

Préface	3
Analyse environnementale - Analyse des FFPM	5
<b>Stratégies et plans d'action</b>	<b>8</b>
Priorité n° 1 : atteindre l'excellence en matière de gouvernance	8
Priorité n° 2 : diversifier nos offres de produits	9
Priorité n° 3 : harmoniser les offres des sections avec les offres nationales	10

## Préface

---

Fondé en 1962, 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 adviseur des sections (CAS), le Comité des finances et de la vérification (CFV) et le Comité sur la gouvernance et les nominations (CGN). L'équipe du bureau national à Ottawa gère les opérations nationales et apporte son soutien aux sections, aux membres et aux bénévoles.

Le fmi\*igf offre des services aux participants du secteur public de tous les paliers du gouvernement à travers le Canada. L'apprentissage et le perfectionnement sont axés sur des thèmes contemporains liés à la gestion financière des ressources du secteur public. Ses membres (autoproclamés) et ses participants proviennent des gouvernements fédéral, provinciaux, municipaux et des Premières Nations, ainsi que d'autres organismes qui s'intéressent à la gestion financière des ressources du secteur public.

Les bénévoles du fmi\*igf coordonnent les événements locaux axés sur les besoins et intérêts particuliers des membres et participants locaux. L'équipe du bureau national, en collaboration avec des comités directeurs ciblés, organise chaque année deux événements d'apprentissage nationaux (la Semaine de PP dans la région de la capitale nationale et l'AGSP dans l'une des régions du fmi\*igf).

### **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 nos programmes et services impliquent une analyse approfondie et continue de leurs besoins.

**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.

**Collaboratif** : le fmi\*igf crée 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.

En février 2022, le conseil national a organisé une séance virtuelle de planification stratégique de deux jours à laquelle ont participé les présidents des comités susmentionnés, ainsi que le personnel de direction du bureau national.

## Analyse environnementale – Analyse FFPM

---

Un résumé des tendances internes (forces et faiblesses) et externes (possibilités et menaces) a été établi à la suite d'un sondage mené en février 2022. Des contributions ont été sollicitées auprès des membres du conseil national, des membres du Conseil aviseur des sections, des membres du Comité de la Semaine de PP, des membres du Comité de l'AGSP, des membres du Comité des finances et de la vérification et du personnel du bureau national.

### Forces

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

- 1) le fmi\*igf a une forte présence nationale avec des membres et des participants (financiers et non financiers) des quatre coins du Canada et de tous les paliers du gouvernement ;
- 2) le fmi\*igf a un fort engagement de la haute direction et un accès à des décideurs du gouvernement ;
- 3) ses événements offrent un contenu de qualité et des opportunités de réseautage ;
- 4) les tarifs de son programme offrent un bon rapport qualité-prix ;
- 5) le fmi\*igf est une marque reconnue.

## Faiblesses

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

- 1) un déséquilibre entre l'offre en personne et l'offre en ligne/à la demande ;
- 2) un manque de clarté sur les rôles et les responsabilités entre les sections et le bureau national ;
- 3) un besoin de standardisation et d'harmonisation de l'offre/la marque dans les 15 points de prestation ;
- 4) une limitation de la capacité de prestation des services en français au sein de l'équipe du bureau national ;
- 5) une gestion inadéquate de l'information, y compris une duplication des bases de données et un manque d'organes de conservation de l'information ;
- 6) des pressions liées à la charge de travail.

## Possibilités

Une analyse environnementale permet d'identifier de nouveaux marchés ou produits qui pourraient profiter à l'organisation à long terme. En reconnaissant ses forces et ses possibilités, l'organisation peut changer d'orientation et ajuster son offre pour s'assurer qu'elle reste pertinente dans les années à venir. Parmi les possibilités identifiées, citons :

- 1) atteindre de nouveaux marchés et ouvrir l'accès aux talents du Canada et du monde entier grâce à un environnement opérationnel de plus en plus virtuel ;
- 2) élargir notre offre de produits en proposant davantage d'offres à la demande/virtuelles, des balados et des événements ciblant d'autres groupes de fonctionnaires (notamment dans l'approvisionnement et les évaluations des programmes) et d'autres paliers de gouvernement que le palier fédéral ;

- 3) renforcer la collaboration avec nos différents partenaires ;
- 4) développer une microcertification ou une certification ;
- 5) créer une « présentation itinérante » reproductible pour proposer de manière plus rentable les offres du fmi\*igf aux marchés régionaux.

## Menaces

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

- 1) une augmentation de la concurrence sur le marché du secteur public avec des offres et des événements spécialisés similaires, ainsi qu'un nombre accru de concurrents en ligne ;
- 2) une réduction possible des budgets de formation et de déplacement du gouvernement après la pandémie ;
- 3) disposer des bons outils technologiques pour offrir son programme ;
- 4) cultiver le nombre nécessaire de bénévoles pour diriger notre organisation ;
- 5) rester efficace avec notre offre de produits et nos opportunités de réseautage, tout en profitant des outils et techniques disponibles ;
- 6) la fatigue virtuelle.

## Stratégies et plans d'action

Les résultats de l'analyse environnementale ont permis d'établir les priorités stratégiques suivantes pour l'année à venir. Ce plan stratégique sera appuyé par un plan opérationnel qui définira les activités précises que l'équipe du bureau national entreprendra pour soutenir la réalisation de ces priorités et résultats stratégiques.

### Priorité n° 1 : atteindre l'excellence en matière de gouvernance

Le Conseil du fmi\*igf reconnaît qu'une bonne gouvernance est essentielle pour s'assurer que chacun agit dans l'intérêt de l'organisation. Une bonne gouvernance influence la manière dont les objectifs opérationnels sont établis et atteints, les risques sont surveillés et évalués, et les performances internes sont optimisées.

**Objectif :** créer un environnement qui soutient « l'excellence en matière de gouvernance » dans l'ensemble de notre organisation en clarifiant les rôles et les responsabilités, et en assurant son harmonisation avec les règlements du fmi\*igf.

Stratégie	Responsabilité	Échéance
<b>Planification de la relève du PDG et du Conseil :</b>		
<ul style="list-style-type: none"><li>• créer un mandat et mettre en place un comité ;</li></ul>	CGN	Nov. 2022
<ul style="list-style-type: none"><li>• établir un échéancier et une stratégie.</li></ul>	Comité	Déc. 2022

Stratégie	Responsabilité	Échéance
Affiliation <b>des sections</b> :		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>examiner et solliciter l'engagement des présidents des sections ;</b></li> </ul>	PDG et DR	Avril 2022
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>revoir/mettre à jour l'entente d'affiliation des sections (EAS) et collaborer avec le CAS pour la standardisation ;</b></li> </ul>	V.-P., CGN et CAS	Juin 2022
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>présenter une version préliminaire de l'EAS aux présidents des sections pour examen ;</b></li> </ul>	CAS	Été 2022
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>approuver la version finale et signer la nouvelle entente.</b></li> </ul>	DR et V.-P.	Nov. 2022
Mettre à jour la politique sur les cadeaux et les frais de représentation :		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>finaliser les changements dans la politique ;</b></li> </ul>	Trésorier et CFV	Mai 2022
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>présenter la politique au CAS.</b></li> </ul>	DR et CGN	Juin 2022

## Priorité n° 2 : diversifier nos offres de produits

Le fmi\*igf est reconnu pour sa marque et la qualité de ses sessions d'apprentissage et de perfectionnement. Toutefois, comme les temps et les conditions évoluent, nous devons nous assurer d'être flexibles et capables d'adapter nos approches éducatives afin de rester pertinents et appréciés par nos membres.

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

Stratégie	Responsabilité	Échéance
<b>Diversification des produits :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• élaborer une analyse de rentabilité des options viables à prendre en considération. Inclure un échéancier, les frais et le travail requis.</li> <li>• présenter le dossier et les recommandations au Conseil pour examen.</li> </ul>	PDG	Nov. 2022
	PDG	Nov. 2022

### Priorité n° 3 : harmoniser les offres de la marque du fmi\*igf

Les sections sont le visage régional de l'organisation et, avec le bureau national, elles constituent les quinze points de prestation de la marque du fmi\*igf. Les offres de produits et les modèles commerciaux varient d'une section à l'autre et influencent directement la réputation globale de la marque. L'harmonisation de la marque n'a jamais été aussi importante dans l'histoire du fmi\*igf qu'elle ne l'est aujourd'hui, alors que l'organisation se trouve de plus en plus sur un marché virtuel sans frontières géographiques. L'harmonisation de la marque et des offres de produits permettra d'assurer que l'expérience du fmi\*igf sera cohérente dans l'ensemble du pays et simplifiera également les procédés opérationnels.

**Objectif :** rafraîchir la marque du fmi\*igf pour une meilleure cohérence sur le marché, demander aux 15 points de prestation d'utiliser la plateforme MPower, et exploiter au mieux la capacité de la GRC pour améliorer l'harmonisation de l'offre et l'expérience utilisateur des participants.

Stratégie	Responsabilité	Échéance
<p><b>Image de marque de l'organisation :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>examiner et solliciter l'engagement des présidents des sections ;</li> <li>créer un mandat, le présenter au CAS et demander l'avis des membres du comité ;</li> <li>donner une mise à jour sur les progrès ;</li> <li>présenter des recommandations.</li> </ul>	<p>PDG et DR</p> <p>CGN, PDG et CAS</p> <p>CAS et PDG</p> <p>CAS et PDG</p>	<p>Avril 2022</p> <p>Avril 2022</p> <p>Juin 2022</p> <p>Nov. 2022</p>
<p><b>Commandite d'entreprise :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>examiner et solliciter la contribution des présidents des sections ;</li> <li>créer un mandat, le présenter au CAS et demander l'avis des membres du comité ;</li> <li>donner une mise à jour sur les progrès ;</li> <li>présenter des recommandations.</li> </ul>	<p>PDG et DR</p> <p>CGN, PDG et CAS</p> <p>CAS et PDG</p> <p>CAS et PDG</p>	<p>Avril 2022</p> <p>Avril 2022</p> <p>Juin 2022</p> <p>Nov. 2022</p>
<p><b>Adoption de la plateforme MPower :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>poursuivre l'intégration des sections ;</li> <li>examiner et solliciter la contribution des présidents des sections ;</li> <li>élaborer une stratégie de gestion du changement pour les sections restantes en collaboration avec le CAS ;</li> <li>intégrer les sections restantes.</li> </ul>	<p>PDG</p> <p>PDG et DR</p> <p>PDG, DR et CAS</p> <p>PDG et DR</p>	<p>En cours</p> <p>Juin 2022</p> <p>Juillet 2022</p> <p>Juin 2023</p>