



**Institut de la gestion financière du Canada**

**Plan stratégique  
de 2023-2024 à 2025-2026**

**(Approuvé : juin 2023)**

## Table des matières

---

Préface	3
Analyse environnementale - Analyse FFPM	6
<b>Stratégies et plans d'action</b>	<b>9</b>
Priorité n° 1 : les finances	10
Priorité n° 2 : les clients	11
Priorité n° 3 : les processus opérationnels internes	12
Priorité n° 4 : l'apprentissage et le développement.....	13

## Préface

---

Fondé en 1962, le fmi\*igf est un organisme à but non lucratif national dirigé 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). L'équipe du bureau national à Ottawa gère les opérations et les événements nationaux 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 de 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 et de gestion de carrière 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 la communauté : les membres, les bénévoles et les participants sont au cœur du fmi\*igf. La planification et la prestation de tous 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 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 leurs 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.

## Analyse environnementale – Analyse FFPM

---

Un résumé des tendances internes (forces et faiblesses) et externes (possibilités et menaces) a été réalisé à la suite d'un sondage mené auprès des membres du conseil national, des présidents des sections et du personnel du bureau national.

En février 2023, le conseil national a organisé une séance virtuelle de planification stratégique de deux jours à laquelle ont participé des représentants des sections régionales, ainsi que le personnel de direction du bureau national.

En juin 2023, le conseil national et les présidents des sections ont examiné une dernière fois le plan stratégique et en ont approuvé la version finale.

### **Forces :**

La proposition de valeur du fmi\*igf, ou ce qui le différencie des autres organisations concurrentes, 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 de gouvernement ;
- 2) le fmi\*igf a un fort engagement de la haute direction et a accès à des décideurs du gouvernement (fédéral et provincial) ;
- 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 ; et
- 5) le fmi\*igf est une marque reconnue dans le secteur public.

## **Faiblesses :**

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

- 1) une reprise incohérente des opérations dans toutes les sections et un déséquilibre entre l'offre en personne et l'offre en ligne/à la demande ;
- 2) un manque de clarté sur les rôles, les responsabilités et les attentes des sections et du 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 des informations, y compris l'absence de protocoles de conservation des informations ; et
- 6) un stress lié à la charge de travail pour le personnel du bureau national et les bénévoles.

## **Possibilités :**

Une analyse environnementale permettrait 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 gamme de produits avec une approche équilibrée des offres à la demande/virtuelles, des webinaires et des événements ciblant d'autres groupes de fonctionnaires dans des domaines tels que la vérification, l'approvisionnement et l'évaluation de programme, et d'autres paliers de gouvernement que le palier fédéral ; et
- 3) renforcer la collaboration avec nos différents partenaires.

## **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 potentielle des budgets de formation et de déplacement du gouvernement après la pandémie ;
- 3) disposer des bons outils technologiques pour offrir notre programme ;
- 4) entretenir l'équipe nécessaire de bénévoles ;
- 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 ; et
- 7) la fatigue des bénévoles.

## Stratégies et plans d'action

---

Les résultats de l'analyse environnementale (risques émergents) 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.

Les objectifs de cette année se concentreront sur les éléments suivants :

- les finances,
- les clients,
- les processus opérationnels internes, et
- l'apprentissage et le développement.

Le plan stratégique de cette année adoptera une approche de tableau de bord prospectif en cherchant à établir un équilibre entre :

- les indicateurs financiers et non financiers,
- les parties prenantes internes et externes, et
- les indicateurs d'avance et de retard.

## **Priorité n° 1 : les finances**

Pour réussir financièrement, quelle image devrions-nous projeter à nos actionnaires ?

<b>Stratégie</b>	<b>Mesure de performance</b>
Établir un <b>budget</b> qui prévoit un niveau suffisant d'excédent annuel des revenus sur les dépenses, afin de maintenir un solde d'actif net suffisant pour couvrir les dépenses d'une année et demie.	Un solde d'actif net d'au moins 2 M\$ à la fin de l'exercice (le 30 juin).
Établir des <b>niveaux de prix</b> pour notre événement phare (la Semaine de PP) pour que notre offre de produits dépasse la proposition de valeur d'autres organismes de formation financière.	Les tarifs d'inscription à la Semaine de PP ont augmenté de moins de 5 % par rapport à l'année précédente <u>et</u> le coût de l'heure de formation est inférieur/comparable à celui de nos principaux concurrents.

## **Priorité n° 2 : les clients**

Pour réaliser notre vision, quelle image devrions-nous projeter à nos clients ?

<b>Stratégie</b>	<b>Mesure de performance</b>
Améliorer le <b>programme de formation régional</b> (en personne et virtuel) pour qu'il apporte de la valeur aux sections et au fmi*igf dans son ensemble.	Cette valeur est constituée d'une combinaison de : <ul style="list-style-type: none"><li>• une reconnaissance étendue de la marque du fmi*igf</li><li>• un succès financier</li><li>• une augmentation du nombre de participants et de bénévoles au niveau local</li><li>• une participation accrue des membres fédéraux et provinciaux (présentateurs et participants)</li></ul>
Organiser une Semaine de PP exceptionnelle qui réponde aux <b>attentes des participants</b> en termes de sujets pertinents (pour tous les paliers de gouvernement) et d'opportunités de réseautage.	La moyenne quotidienne des notes « satisfait et très satisfait » dépasse 70 % dans le sondage annuel mené auprès des participants de la Semaine de PP.

### **Priorité n° 3 : les processus opérationnels internes**

Pour satisfaire nos actionnaires et nos clients, dans quels processus opérationnels devons-nous exceller ?

<b>Stratégie</b>	<b>Mesure de performance</b>
Développer un <b>plan de RH</b> qui identifie une combinaison optimale de personnel et de consultants pour répondre à l'augmentation de la demande pour nos événements majeurs.	Le personnel du bureau national n'est pas tenu d'effectuer un nombre excessif d'heures supplémentaires.
Élaborer et mettre en œuvre des stratégies régionales afin d'assurer un accès durable à des <b>bénévoles</b> intéressés et qualifiés qui participeront aux activités et aux événements nationaux et régionaux.	Le comité de planification de la Semaine de PP et les conseils des sections régionales ont accès à un flux continu de nouveaux bénévoles.
Le bureau national fournira <b>des outils et des modèles</b> pour assurer la réussite des sections.	Lancement d'une stratégie d'image de marque d'ici janvier 2024 et adoption ultérieure par toutes les sections.

## **Priorité n° 4 : l'apprentissage et le développement**

Pour réaliser notre vision, comment pouvons-nous maintenir notre capacité de changement et d'amélioration ?

<b>Stratégie</b>	<b>Mesure de performance</b>
Élaborer un programme visant à offrir au <b>personnel du bureau national</b> des opportunités de perfectionnement personnel et d'évolution professionnelle.	Le personnel du bureau national dispose de suffisamment de temps en dehors des périodes de pointe pour suivre des cours de formation professionnelle dans le cadre de leur développement de carrière, pendant les heures de travail.
Développer un programme d'aide à l'orientation et au perfectionnement des <b>bénévoles</b> , tant au niveau national qu'au niveau des sections.	Élaborer un manuel d'orientation à l'intention des conseils d'administration des sections régionales. Tous les nouveaux présidents de section prendront le cours en ligne sur la gouvernance dans les trois mois qui suivent leur entrée en fonction. Tous les nouveaux présidents de section signeront l'entente d'affiliation des sections dans les trois mois qui suivent leur entrée en fonction.