

**Institut de la gestion financière du Canada**

**PLAN STRATÉGIQUE 2017-2019**

---

Ce rapport a été préparé par le bureau national de l'igf\*fmi en collaboration avec



300-205, rue Catherine  
Ottawa (Ontario) K2P 1C3  
Téléphone : 613 230-6424  
Télécopieur : 613 567-1504

# Table des matières

---

<b>Exploration environnementale .....</b>	<b>4</b>
Principales tendances externes.....	4
Enjeux .....	5
<b>Priorités stratégiques, résultats et stratégies .....</b>	<b>6</b>
igf*fmi – Résultats 3 ans.....	6
Résultat #1 : engagement des bénévoles.....	6
Résultats #2 : croissance de l'offre des Sections et du National.....	7
Résultat #3 : impact sur le secteur public .....	8
Résultat #4 : reconnaissance nationale.....	9

## Préface

L'igf\*fmi est une organisation nationale bénévole constituée d'un réseau de Sections présentes dans toutes les provinces canadiennes. Le Conseil d'administration national est chargé de l'orientation stratégique de l'igf\*fmi. Le Conseil aviseur des Sections soutient le conseil d'administration en lui fournissant conseils, orientation stratégique et point de vue régional développés en commun. Le bureau national s'occupe des affaires courantes et appuie les efforts du Conseil d'administration national ainsi que les Sections locales.

L'igf\*fmi regroupe plus de 1 500 membres et organise des séminaires et des activités d'apprentissage pour ses membres et non membres partout au pays. 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 de l'igf\*fmi organisent plusieurs activités locales axées sur les besoins et les intérêts particuliers des membres locaux. Au moins deux conférences ou activités nationales sont aussi organisées.

### Vision

*Excellence dans la gestion financière du secteur public*

### Mission

*L'igf\*fmi est la principale source au Canada de perfectionnement professionnel pour tous ceux et celles qui s'intéressent à la gestion financière du secteur public — les tendances nouvelles et émergentes, pratiques exemplaires et enjeux particuliers.*

### Valeurs

*Axé sur ses membres* — les membres et les participants sont la pierre angulaire de l'igf\*fmi. La connaissance approfondie et à jour de leurs besoins est au cœur de la planification et de la prestation de tous les programmes et services.

*Partage* — l'igf\*fmi s'efforce d'organiser en continu des activités permettant à ses membres et aux autres intéressés du secteur public de partager leur expérience, leurs connaissances et les pratiques exemplaires. Ce partage renforce le professionnalisme de ses membres qui, bien informés et engagés, contribuent à l'excellence de la gestion financière des ressources du secteur public.

*Qualité* — l'igf\*fmi offre à ses membres une programmation et des services de la plus haute qualité. Dans tout ce que nous faisons, allant du choix des articles pour le *journal igf\*fmi* à celui des conférenciers, la qualité demeure l'élément essentiel de nos décisions et de notre vision.

*Pertinence* — l'igf\*fmi tient à la pertinence des informations présentées sur les enjeux actuels et les pratiques exemplaires en matière de gestion financière du secteur public. La pertinence de la programmation est un élément essentiel de l'organisation et la prestation des activités nationales et locales, car notre but est de bien informer nos membres sur tous les enjeux d'intérêt.

## Exploration environnementale

---

L'analyse des tendances externes et internes qui suit est basée sur une analyse de risque effectuée en 2015 et à laquelle tous les membres du conseil d'administration et les présidents de Section ont contribué. Les résultats ont été présentés et discutés lors d'une séance de groupe de discussion des Sections. Plusieurs Sections et groupes régionaux ont fourni commentaires et recommandations supplémentaires au conseil d'administration avant la tenue de la séance de planification stratégique.

### Principales tendances externes

L'environnement dans lequel l'igf\*fmi évolue continue de changer. On s'attend à ce que les gouvernements continuent à comprimer les dépenses discrétionnaires comme la formation et les conférences. Graduellement, une nouvelle génération de jeunes professionnels financiers se joint à l'igf\*fmi à titre de bénévoles alors que d'autres prennent leur retraite. La concurrence sur le marché de la formation en gestion financière demeure féroce. Il faudra y faire face au moyen d'approches de formation innovatrices et possiblement élargir l'offre au-delà de la collectivité traditionnelle des professionnels en gestion financière.

L'image de marque de l'igf\*fmi est très solide et ses principaux produits, tels que la Semaine de PP et plusieurs des activités des Sections, sont très populaires. Toutefois, il est impératif que l'igf\*fmi accroisse son agilité organisationnelle et soit capable de s'adapter rapidement à un environnement en pleine mutation. En raison de la concurrence accrue pour l'obtention des sommes affectées aux conférences et activités de formation dans le secteur public et de la diminution constante des budgets qui y sont consacrés, il est impératif que l'igf\*fmi diversifie son offre et se démarque nettement sur le marché.

Voici les principales tendances qui auront des répercussions sur le succès futur de l'igf\*fmi :

- La réduction des dépenses gouvernementales pour la formation, les voyages, les conférences, etc.
- Une vérification accrue des heures de formation continue obligatoire et de la valeur de la formation dispensée.
- 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, IFPC, EFPC, syndicats, grandes entreprises, etc.), dont beaucoup d'activités gratuites.
- Attentes accrues quant à l'utilisation des technologies pour la formation, tout en continuant à offrir des activités en personne.
- Augmentation possible de la demande pour la formation axée sur les compétences générales.
- Renforcement de l'avantage compétitif de l'igf\*fmi en maximisant les avantages de nos partenariats ; cependant, il faut préserver notre indépendance et notre identité.

## Enjeux

Les trois plus grands enjeux auxquels l'igf\*fmi doit faire face sont :

- La capacité d'attirer des bénévoles capables, engagés et en nombre suffisant pour les conseils d'administration national et des Sections.
- Le déclin de la pertinence de l'igf\*fmi en comparaison des autres organisations de perfectionnement professionnel.
- La perte de contact avec les décideurs de haut niveau (DPF, DPFA, DPV, etc.).

## Priorités stratégiques, résultats et stratégies

Ce plan stratégique propose un cadre d'action pour les trois prochaines années. Les données obtenues lors de l'exploration environnementale ont permis d'établir quatre priorités stratégiques. Elles guideront nos activités au cours des prochaines années et feront en sorte que nous demeurerions concentrés sur ce qui est essentiel. Pour chacune des priorités stratégiques, des stratégies particulières seront élaborées, financées et évaluées comme autant de projets stratégiques 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 doivent 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 les stratégies prioritaires progressent chaque année afin que l'ensemble de la vision et les résultats attendus se réalisent au cours de la même période.

### igf\*fmi — Résultats 3 ans

1. **Engagement les bénévoles** — l'igf\*fmi a mis sur pied une proposition de valeur attrayante et adaptée à sa base diversifiée et compétente de bénévoles engagés à tous les niveaux.
2. **Croissance de l'offre des Sections et du National** — l'igf\*fmi se développe de façon dynamique et durable grâce à la mise en marché de produits pertinents et de haute qualité qui stimulent l'engagement et la participation.
3. **Impact sur le secteur public** — l'igf\*fmi est au courant de tous les enjeux et tendances émergentes et est reconnu comme la première source d'information en matière de gestion financière dans le secteur public.
4. **Reconnaissance nationale** — l'igf\*fmi est de plus en plus reconnu comme une organisation nationale par tous les intervenants clés actuels et futurs.

### Résultat 1 : engagement des bénévoles

L'igf\*fmi est une organisation de bénévoles. Le risque le plus important à la durabilité de l'organisation est son incapacité à attirer continuellement des bénévoles capables, engagés et en nombre suffisant pour les conseils d'administration national et des Sections. Les gens s'engagent bénévolement pour différentes raisons et il est important que l'igf\*fmi comprenne bien quelles sont ces raisons. Si on ne porte pas attention aux besoins des bénévoles, le nombre en diminuera et il sera alors impossible de réaliser le mandat des conseils d'administration national et des Sections.

Il est essentiel de reconnaître la contribution importante des bénévoles à l'organisation et de les récompenser adéquatement. Un projet stratégique de l'igf\*fmi sera d'identifier les attentes principales des bénévoles en regard de leurs services et de leurs efforts et de préparer une proposition de valeur qui répond à ces attentes. Il faudra 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 plusieurs années.

## Résultat 1

**D'ici 2019, l'igf\*fmi aura mis en œuvre une proposition de valeur attrayante et adaptée à sa base diversifiée et compétente de bénévoles engagés à tous les niveaux.**

<b>Stratégies clés</b>	1.1 Consolider l'équipe des bénévoles grâce à une proposition de valeur bonifiée (incitatifs) et faciliter la tâche des membres du c.a. en accentuant le soutien du bureau national (BN).
	1.2 Concevoir et mettre en place un programme de formation pour les conseils d'administration national et des Sections (c.-à-d., gouvernance, responsabilisation, planification de la relève, etc.).
	1.3 Établir et mettre en place les liens et mécanismes de transition appropriés afin d'intégrer le RNL aux activités de l'igf*fmi et appuyer sa croissance en région.

## Résultats 2 : croissance de l'offre des Sections et du National

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

- 1- Un réseau de Sections dynamiques, financièrement viables, qui offrent des activités et une programmation de grande qualité grâce à un solide groupe de bénévoles.
- 2- L'organisation d'activités nationales populaires qui attirent de plus en plus de participants tout en accroissant notre offre de produits.

Le bureau national (BN) a pour mandat la croissance des produits et services à l'échelle nationale. Le BN doit aussi appuyer la programmation des Sections grâce à de nouveaux produits et en les aidant à trouver des sujets et des conférenciers d'intérêt. La pertinence de la programmation est un élément essentiel de l'organisation et de la prestation des activités nationales et locales, car elle garantit que les participants sont bien informés sur les enjeux d'actualité.

## Résultat 2

**D'ici 2019, l'igf\*fmi se développe de façon dynamique et durable grâce à la mise en marché de produits pertinents et de haute qualité qui stimulent l'engagement et la participation.**

<b>Stratégies clés</b>	2.1 Continuer à élargir la programmation afin d'attirer d'autres professionnels intéressés par la gestion financière (par ex., achats, immobilisations) et couvrir les sujets qui intéressent les professionnels de la gestion financière.
	2.2. Chercher activement des sujets et des experts pertinents et opportuns. Les intégrer aux programmes et services de PP tout en visant des



## Résultat 2

**D'ici 2019, l'igf\*fmi se développe de façon dynamique et durable grâce à la mise en marché de produits pertinents et de haute qualité qui stimulent l'engagement et la participation.**

	compétences particulières. Comprends l'aide aux Sections quant aux conférenciers.
	2.3 Offrir une gamme de produits de perfectionnement professionnel, incluant la formation en ligne, qui complémente les activités des Sections.

## Résultat 3 : impact sur le secteur public

Afin d'être reconnu comme la première source d'information en gestion financière du secteur public, l'igf\*fmi 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 est d'améliorer notre capacité à rejoindre et intéresser les cadres supérieurs clés des divers paliers de gouvernement. Ceci s'applique aussi aux associations professionnelles et aux autres organisations avec lesquelles des relations mutuellement profitables pourraient nous permettre de réaliser conjointement nos objectifs respectifs.

L'igf\*fmi ne possède pas la capacité et ne tient pas à élaborer ou à rédiger des documents de recherche ou de discussion. L'igf\*fmi s'associera donc à d'autres organisations qui sont mieux à même de créer ce genre d'informations. L'igf\*fmi pourra ensuite les communiquer à la collectivité.

Finalement, la promotion d'une image de marque cohérente de l'igf\*fmi dans toutes les Sections jouera un rôle clé dans la reconnaissance de l'organisation à titre de première source d'information en gestion financière dans le secteur public.

## Résultat 3

**D'ici 2019, l'igf\*fmi est au courant de tous les enjeux et les tendances émergentes et est reconnu comme la première source d'information en matière de gestion financière dans le secteur public.**

<b>Stratégies clés</b>	3.1 Collaborer avec des cadres supérieurs de tous les paliers de gouvernement afin de développer des produits qui répondent à leurs exigences particulières en matière de gestion du talent et de leadership et gagner leur appui quant à ces produits.
	3.2 Chercher activement des sujets et des experts pertinents et opportuns et s'en servir pour nos produits et services de perfectionnement professionnel.

	3.3 Accroître la portée des partenariats actuels et chercher à profiter de nouvelles occasions afin d'améliorer la programmation à tous les niveaux.
--	--

## Résultat 4 : reconnaissance nationale

Au cours des dernières années, la notoriété de l'IGF à titre d'organisation nationale s'est accrue de façon notable auprès des intervenants. Les investissements dans la promotion de l'image de marque ont aidé à faire reconnaître la stature nationale de l'organisation. Il reste encore cependant beaucoup à faire pour faire connaître notre image de marque auprès d'un plus grand nombre de participants potentiels. La clé sera d'aller au-delà de notre clientèle traditionnelle de gestionnaires financiers. La gestion financière intéresse au plus haut point de nombreuses personnes et groupes, non seulement les professionnels de la gestion financière.

Maintenir le contact avec les décideurs de haut niveau est essentiel à la reconnaissance de l'igf\*fmi. Il ne faut pas se limiter au seul groupe des FI fédéral. L'igf\*fmi doit élargir sa gamme de produits et en créer qui s'adressent tout particulièrement aux cadres. De plus, l'organisation doit repenser son approche afin de répondre aux besoins particuliers de ce groupe très important. Selon plusieurs, l'igf\*fmi ne s'adresse qu'au groupe FI. Cette image de marque doit changer.

### Résultat 4

**D'ici 2019, l'igf\*fmi est de plus en plus reconnu comme une organisation nationale par tous les intervenants clés actuels et futurs.**

<b>Stratégies clés</b>	4.1 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.
------------------------	--