

PROGRAMME D'AIDE AU FONCTIONNEMENT

POUR LES ORGANISMES DE REGROUPEMENT

è Version externe à l'usage du client/partenaire ☺

Secteur d'intervention : conseils régionaux de la culture

PLAN D'ACTION TRIENNAL 2007-2010
adopté par le conseil d'administration le 25 mai 2007

[Nom de l'organisme]	:	Conseil de la culture de la Gaspésie
Région – n° [] [Nom de la région]	:	01 Gaspésie
[Années financières]	:	2007-2010
An 1 :	:	2007-2008
An 2 :	:	2008-2009
An 3 :	:	2009-2010
[Date :]	:	JUIN 2007

n Introduction

Dans la nouvelle offre de services Diapason, fondée sur l'approche de la gestion axée sur les résultats, un plan d'action est maintenant requis pour tous les clients/partenaires déposant une demande d'aide financière au fonctionnement du ministère de la Culture et des Communications (MCC). **Le plan d'action constitue un outil de gestion permettant d'identifier les actions que le client/partenaire entend mener dans une durée définie pour atteindre ses objectifs.** Le plan d'action permet de voir le lien entre la mission de l'organisme et les objectifs poursuivis par le MCC. Il présente de façon claire et précise les indicateurs, les données à recueillir ainsi que les activités prévues, les objectifs de l'organisme et les objectifs poursuivis par le MCC.

Le plan d'action triennal peut être accompagné d'une aide financière triennale pour les clients/partenaires qui démontrent une gestion exemplaire, qui atteignent leurs objectifs et qui transmettent les informations requises en matière de reddition de comptes. Des outils seront disponibles à cet effet. À défaut, le plan d'action peut être annuel. Le plan d'action sera joint en annexe à la convention de résultats.

n Instructions pour produire le plan d'action

- § Veuillez prendre connaissance de toutes les pages du gabarit du plan d'action avant de le remplir.
- § Des sujets, liés aux objectifs que poursuit le client/partenaire pour réaliser sa mission, ont été préalablement définis. Pour en connaître les définitions, vous pouvez vous référer à l'annexe 1 du document.
- § Pour chaque sujet :
 - Û déterminez votre objectif ou vos objectifs;
 - Û déterminez obligatoirement un objectif pour les sujets en lien avec les objectifs du domaine du MCC et le sujet « L'administration »;
 - Û définissez les indicateurs et les données à recueillir relatifs à votre objectif;
 - Û inscrivez les activités annuelles que vous prévoyez réaliser pour chacun des objectifs définis;
 - Û utilisez une écriture concise et explicite pour remplir les diverses colonnes du plan d'action triennal.
- § **Pour bien libeller les objectifs et les indicateurs, consultez l'aide-mémoire à l'annexe 3 du document.**
- § **Pour toute demande d'accompagnement, consultez la personne responsable de la gestion du programme au MCC.**

Produisez le document sous forme **électronique**, transmettez-le par courriel, et envoyez une copie dûment signée en format papier, à la direction du MCC responsable du dossier. Si vous produisez le document en format papier, vous devez le signer et le dater avant de le poster à la direction du MCC.

JE CERTIFIE QUE LES RENSEIGNEMENTS CONTENUS DANS LE PRÉSENT DOCUMENT SONT, À MA CONNAISSANCE, EXACTS ET COMPLETS, ET QUE LEUR VÉRACITÉ EST CONFIRMÉE PAR L'ORGANISME QUE JE REPRÉSENTE.

SIGNATURE :

DATE :

n
Les objectifs poursuivis par le MCC

Le ministère de la Culture et des Communications aide financièrement les conseils régionaux de la culture dans le cadre de son programme d'aide au fonctionnement pour les organismes de regroupement. Ce programme poursuit deux objectifs précis dans divers secteurs d'intervention selon la nature de l'organisme qui sont :

Objectif 1. Maintenir la quantité et la qualité des activités et des services qu'ils offrent à leurs membres.

Objectif 2. Maintenir l'importance et la représentativité de leur effectif dans leurs secteurs ou sur leur territoire d'intervention, selon le cas.

Ces deux objectifs ministériels, accompagnés d'indicateurs et de données à recueillir, sont décrits à l'annexe 2 du présent document aux fins de la reddition de comptes du MCC à l'Assemblée nationale.

n
La mission des conseils régionaux de la culture

Les conseils régionaux de la culture ont comme mission de base d'appuyer le développement des arts et de la culture sur leur territoire. Pour ce faire, ils regroupent, concertent et représentent leurs membres. Ils assument une veille, défendent et font la promotion des arts et de la culture. Ils documentent les enjeux et les problématiques de leurs milieux respectifs, favorisent la circulation de l'information, la consultation, les échanges, la concertation et la mise en réseau. Ils contribuent à la reconnaissance publique des milieux et des intervenants de la culture et des communications.

n
Le plan d'action comprend sept sujets définis à l'annexe 1

LES SUJETS DE L'OBJECTIF 1

- SUJET 1 L'information et la promotion
- SUJET 2 La concertation
- SUJET 3 La représentation et le rôle-conseil
- SUJET 4 Le développement

LE SUJET DE L'OBJECTIF 2

- SUJET 5 Le regroupement et le rassemblement

LES AUTRES SUJETS

- SUJET 6 L'administration
- SUJET 7 Les autres activités

Objectif 1	Maintenir la quantité et la qualité des activités et des services qu'ils offrent à leurs membres.
-------------------	---

OBJECTIFS DE L'ORGANISME	INDICATEURS	DONNÉES À RECUEILLIR	ACTIVITÉS PRÉVUES EN LIEN AVEC L'OBJECTIF DE L'ORGANISME		
			AN 1 2007-2008	AN 2 2008-2009	AN 3 2009-2010
SUJET 1. L'information et la promotion					
Voir à la mise en œuvre du plan de communication du Conseil de la culture de la Gaspésie.	<p>1.1 Mieux faire connaître le CCG et les services aux membres pour susciter l'adhésion de la communauté.</p> <p>1.2 Offrir une visibilité aux membres afin d'augmenter le revenu des créateurs et sensibiliser les entreprises et les Gaspésiens à l'achat de produits artistiques.</p> <p>1.3 Positionner la culture comme priorité régionale auprès des partenaires locaux et régionaux.</p> <p>1.4 Sensibiliser les élu(e)s municipaux et scolaires à l'importance de la culture et à la réalité des créateurs afin de favoriser les investissements budgétaires¹. <i>Enjeu 3, orientation 2.</i></p> <p>1.5 Promouvoir les activités culturelles sur le site de la Zone culturelle (calendrier)¹. <i>Enjeu 1, orientation 4.</i></p> <p>1.6 Agir comme relayeur d'informations pour les membres.</p> <p>1.7 Évaluer l'opportunité de mettre sur pied un événement « reconnaissance » afin d'augmenter la visibilité de Prix.</p>	Fournir le plan de communication adopté par le conseil d'administration.	<p>Campagne de membership – mars à mai de chaque année;</p> <p>Mise à jour des outils de communication du service aux membres;</p> <p>Conférences et communiqués de presse;</p> <p>Offensive sur la visibilité des produits gaspésiens;</p> <p>Offensive lors des élections municipales;</p> <p>Journal des membres et groupes de distribution;</p> <p>Remise du Prix à la création artistique en région du CALQ.</p>	<p>Campagne de membership – mars à mai de chaque année;</p> <p>Diffusion des outils de communication du service aux membres;</p> <p>Conférences et communiqués de presse;</p> <p>Offensive sur la visibilité des produits gaspésiens;</p> <p>Mise à jour de la Zone culturelle en lien avec le plan de communication;</p> <p>Journal des membres et groupes de distribution;</p> <p>Événement « reconnaissance » s'il y a lieu et remise du Prix à la création artistique en région du CALQ.</p>	<p>Campagne de membership – mars à mai de chaque année;</p> <p>Diffusion des outils de communication du service aux membres;</p> <p>Conférences et communiqués de presse;</p> <p>Offensive sur la visibilité des produits gaspésiens;</p> <p>Journal des membres et groupes de distribution;</p> <p>Événement « reconnaissance » s'il y a lieu et remise du Prix à la création artistique en région du CALQ.</p>

SUJET 2. La concertation					
Consolider et susciter des rencontres de réflexions et d'échanges sur le développement culturel.	2.1 Constituer, au besoin, des comités sectoriels ou la tenue d'événement pour répondre à des problématiques particulières (ex. : comité ad hoc métiers d'art, forum, colloque, etc.).	Réaliser au moins une rencontre de comités sectoriels ou événements par année.	Rencontre(s) de comité(s) ad hoc ou événement(s) sur des problématiques particulières;	Rencontre(s) de comité(s) ad hoc ou événement(s) sur des problématiques particulières;	Rencontre(s) de comité(s) ad hoc ou événement(s) sur des problématiques particulières;
	2.2 Réaliser une tournée régionale des membres chaque automne.	Réaliser quatre rencontres par année.	Tournée régionale des membres à chaque automne;	Tournée régionale des membres à chaque automne;	Tournée régionale des membres à chaque automne;
	2.3 Participer, au besoin, aux rencontres des agents VVAP.	Participer à une rencontre par année en collaboration avec la direction régionale du MCC.	Rencontre annuelle des VVAP organisée par le MCC;	Rencontre annuelle des VVAP organisée par le MCC;	Rencontre annuelle des VVAP organisée par le MCC;
	2.4 Organiser des ateliers de réflexion annuels lors des assemblées générales annuelles.	Fournir des thématiques diversifiées chaque année.	Rencontre(s) sur des problématiques régionales selon les besoins; Atelier(s), conférence(s) ou séances(s) d'information lors de chaque AGA.	Rencontre(s) sur des problématiques régionales selon les besoins; Atelier(s), conférence(s) ou séances(s) d'information lors de chaque AGA.	Rencontre(s) sur des problématiques régionales selon les besoins; Atelier(s), conférence(s) ou séances(s) d'information lors de chaque AGA.

SUJET 3. La représentation et le rôle-conseil

<p>Représenter les organisations culturelles et les créateurs auprès des instances socio-économiques et associations nationales et assurer auprès de ceux-ci un accompagnement dans leurs projets culturels.</p>	<p>3.1 Assurer un soutien professionnel aux artistes dans le cadre de l'entente de coopération du CALQ et agir comme aide-conseil dans les projets culturels locaux et régionaux.</p> <p>3.2 Collaborer activement à l'organisation d'événements régionaux dans le secteur culturel (forum, rencontre culture-éducation, etc.).</p> <p>3.3 Collaborer auprès d'organismes jeunesse dans le développement culturel émergent (programme en art, lettres et médias, Place aux jeunes, Carrefour jeunesse emploi, etc.)¹. <i>Enjeu 3, orientation 4.</i></p> <p>3.4 Participer, au besoin, à l'élaboration d'études, de recherches, d'enquêtes en matière de culture et agir comme aide-conseil et expertise auprès des partenaires (MCC, EQ, CRÉ, etc.)¹. <i>Enjeu 2, orientation 1.</i></p> <p>3.5 Assurer une veille dans la couverture journalistique et la mission régionale des Sociétés d'État – médias, défendre et mobiliser le milieu culturel¹. <i>Enjeu 1, orientation 4.</i></p> <p>3.6 Favoriser les lieux d'échanges avec le secteur scolaire en étroite collaboration avec le MCC et les partenaires régionaux.</p> <p>3.7 Participer aux rencontres et représenter le milieu culturel auprès de la Conférence régionale des élu(e)s.</p> <p>3.8 Représenter le milieu culturel auprès des partenaires locaux, régionaux et nationaux et contribuer à susciter des rencontres d'échanges sur des problématiques particulières (ex. : emploi et formation, tourisme culturel).</p>	<p>Effectuer un suivi quantitatif du nombre de soutien offert aux organisations et professionnels tous les trois ans;</p> <p>Ajout aux divers formulaires d'évaluation un outil de mesure de la satisfaction de la clientèle.</p> <p>Réalisation du Portrait-Diagnostic des institutions muséales de la Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine.</p>	<p>Rencontre(s) individuelle(s) avec les artistes et organismes afin de les accompagner dans leurs projets;</p> <p>Soutenir, accompagner, appuyer, informer et référer;</p> <p>Événements régionaux ou jeunesse selon les besoins;</p> <p>Études de recherches ou d'enquêtes en culture proposées par le MCC ou autres partenaires;</p> <p>Actions de mobilisation de la communauté culturelle auprès des Sociétés d'État - médias;</p> <p>Événements et lieux d'échanges avec le milieu scolaire;</p> <p>Rencontre(s) de la Conférence régionale des élu(e)s par le mandataire-conseil « Culture-Gaspésie »;</p> <p>Rencontre(s) avec les partenaires locaux (MRC, CLD, SADC) régionaux (MAMR, MDEIE, MCC, CRÉ, EQ, etc.) et nationaux (CRC, CQRHC, CMAQ, MAL, etc.)</p>	<p>Rencontre(s) individuelle(s) avec les artistes et organismes afin de les accompagner dans leurs projets;</p> <p>Soutenir, accompagner, appuyer, informer et référer;</p> <p>Événements régionaux ou jeunesse selon les besoins;</p> <p>Études de recherches ou d'enquêtes en culture proposées par le MCC ou autres partenaires;</p> <p>Actions de mobilisation de la communauté culturelle auprès des Sociétés d'État - médias;</p> <p>Événements et lieux d'échanges avec le milieu scolaire;</p> <p>Rencontre(s) de la Conférence régionale des élu(e)s par le mandataire-conseil « Culture-Gaspésie »;</p> <p>Rencontre(s) avec les partenaires locaux (MRC, CLD, SADC) régionaux (MAMR, MDEIE, MCC, CRÉ, EQ, etc.) et nationaux (CRC, CQRHC, CMAQ, MAL, etc.)</p>	<p>Rencontre(s) individuelle(s) avec les artistes et organismes afin de les accompagner dans leurs projets;</p> <p>Soutenir, accompagner, appuyer, informer et référer;</p> <p>Événements régionaux ou jeunesse selon les besoins;</p> <p>Études de recherches ou d'enquêtes en culture proposées par le MCC ou autres partenaires;</p> <p>Actions de mobilisation de la communauté culturelle auprès des Sociétés d'État - médias;</p> <p>Événements et lieux d'échanges avec le milieu scolaire;</p> <p>Rencontre(s) de la Conférence régionale des élu(e)s par le mandataire-conseil « Culture-Gaspésie »;</p> <p>Rencontre(s) avec les partenaires locaux (MRC, CLD, SADC) régionaux (MAMR, MDEIE, MCC, CRÉ, EQ, etc.) et nationaux (CRC, CQRHC, CMAQ, MAL, etc.)</p>
--	--	--	---	---	---

SUJET 4. Le développement					
<p>Voir à la mise en œuvre du plan de développement en matière de tourisme culturel en fonction du financement disponible¹. <i>Enjeu 3, orientation 5.</i></p>	<p>4.1 Contribuer au développement et à la consolidation des institutions muséales en collaboration avec les partenaires régionaux¹. <i>Enjeu 2, orientation 1.</i></p> <p>4.2 Consolider et développer le Circuit des arts visuels et métiers d'art de la Gaspésie¹. <i>Enjeu 3, orientation 1.</i></p> <p>4.3 Mise en œuvre de la stratégie de mise en marché du tourisme culturel estival.</p> <p>4.4 Sensibiliser les milieux culturels et touristiques au tourisme culturel.</p> <p>4.5 Soutenir et informer les milieux culturels et touristiques sur la valeur ajoutée du tourisme culturel.</p>	<p>Fournir le rapport d'activités de ce projet annuellement;</p> <p>Fournir le calendrier d'activité annuel.</p>	<p>Activités à déterminer pour les institutions muséales;</p> <p>Réalisation du Circuit des arts visuels et des métiers d'art de la Gaspésie – réédition;</p> <p>Activités prévues au plan de développement triennal.</p>	<p>Activités à déterminer pour les institutions muséales;</p> <p>Activités prévues au plan de développement triennal.</p>	<p>Activités à déterminer pour les institutions muséales;</p> <p>Réalisation du Circuit des arts visuels et des métiers d'art de la Gaspésie – réédition;</p> <p>Activités prévues au plan de développement triennal.</p>
<p>OBJECTIF LIÉ AU POSTE DE COORDONNATEUR À LA FORMATION CONTINUE</p> <p>Réévaluer la Politique de formation continue, le plan d'action et le mode de fonctionnement en fonction du financement disponible¹. <i>Enjeu 3, orientation 3.</i></p>	<p>4.6 Susciter une rencontre par année avec les partenaires (Emploi-Québec, CRÉ, MCC, etc.) sur la formation continue et l'emploi.</p> <p>4.7 Évaluer, de façon annuelle, les besoins des travailleurs culturels afin de déterminer les priorités en formation continue.</p> <p>4.8 Organiser de deux à huit formations par année pour les travailleurs culturels.</p> <p>4.9 Évaluer la satisfaction des travailleurs culturels et des artistes en matière de formation continue.</p>	<p>Fournir le rapport d'activité de ce projet annuellement;</p> <p>Fournir la mise à jour de la Politique de formation continue ou du plan d'action;</p> <p>Fournir le tableau des formations incluant le nom des formations, le nom de participants ainsi que le taux de satisfaction.</p>	<p>Rencontre annuelle avec les partenaires;</p> <p>Rencontre(s) avec le Comité de formation continue;</p> <p>Activités de formation sélectionnées par le Comité;</p> <p>Évaluation annuelle.</p>	<p>Rencontre annuelle avec les partenaires;</p> <p>Rencontre(s) avec le Comité de formation continue;</p> <p>Activités de formation sélectionnées par le Comité;</p> <p>Évaluation annuelle.</p>	<p>Rencontre annuelle avec les partenaires;</p> <p>Rencontre(s) avec le Comité de formation continue;</p> <p>Activités de formation sélectionnées par le Comité;</p> <p>Évaluation annuelle.</p>

Objectif 2	Maintenir l'importance et la représentativité de leur effectif dans leurs secteurs ou sur leur territoire d'intervention, selon le cas.
-------------------	---

OBJECTIFS DE L'ORGANISME	INDICATEURS	DONNÉES À RECUEILLIR	ACTIVITÉS PRÉVUES EN LIEN AVEC L'OBJECTIF DE L'ORGANISME		
			AN 1 2007-2008	AN 2 2008-2009	AN 3 2009-2010
SUJET 5. Le regroupement et le rassemblement					
Regrouper les créateurs et les organismes culturels gaspésiens.	5.1 Maintenir le membership stable. 5.2 Mise en œuvre de la Politique des membres. 5.3 Mise à jour annuelle de la base de données des membres et assurer la poursuite de sa diffusion. 5.4 Poursuivre la représentation sectorielle et territoriale ainsi que la participation active des membres à la vie associative. 5.5 Continuer à s'assurer d'une bonne représentation d'artistes professionnels au sein du conseil d'administration.	Fournir le tableau des membres par MRC et par secteur; Fournir la liste du conseil d'administration par MRC et par secteur.	Activités régulières internes (contrôle et saisis des données); Élection dans le cadre de l'AGA.	Activités régulières internes (contrôle et saisis des données); Élection dans le cadre de l'AGA.	Activités régulières internes (contrôle et saisis des données); Élection dans le cadre de l'AGA.

OBJECTIFS DE L'ORGANISME	INDICATEURS	DONNÉES À RECUEILLIR	ACTIVITÉS PRÉVUES EN LIEN AVEC L'OBJECTIF DE L'ORGANISME		
			AN 1 2007-2008	AN 2 2008-2009	AN 3 2009-2010
SUJET 6. L'administration					
Assurer une saine gestion de l'organisation	Gestion des ressources financières	Fournir le rapport financier vérifié au 31 mars de chaque année.	Suivis internes en continu; Processus d'achat, de déménagement ou de réaménagement en juin 2008.	Suivis internes en continu.	Suivis internes en continu.
	6.1 Maintenir la présentation des états financiers de l'organisme (budget équilibré) accompagné de prévisions budgétaires.				
	Gestion des ressources humaines	Réaliser une formation par année;			
	6.2 Mettre en œuvre l'ensemble des politiques en matière de ressources humaines : § Politique salariale; § Plan de développement des ressources humaines; § Guide des conditions de travail.				
	6.3 Favoriser la participation et l'interaction entre le personnel et le conseil d'administration par une rencontre annuelle d'évaluation, de formation ou de planification.	Réaliser une rencontre par année.			
	Gestion des ressources matérielles				
	6.4 Étudier la faisabilité financière d'acquies un bâtiment ou s'assurer de l'amélioration des conditions actuelles.				

SUJET 7. Les autres activités					
	7.1 Aucun ajout.				

¹ Conférence régionale des élu(e)s Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine et ministère de la Culture et des Communications, Plan stratégique de développement du secteur de la culture et des communications; Vision, enjeux et orientations, décembre 2006

LA DÉFINITION DES SUJETS DU PLAN D'ACTION TRIENNAL

LE PLAN D'ACTION TRIENNAL

Le plan d'action triennal des organismes de regroupement comprend six sujets dont les définitions suivantes ont été retenues.

Les activités

Les activités se définissent comme étant l'ensemble des travaux réalisés par un organisme en vue de produire des biens et des services.

Les biens

Un bien est un objet tangible d'utilité économique qui sert à la production ou qui est destiné à la consommation, et qui satisfait un besoin. Malgré le fait qu'on ne fasse pas toujours la distinction entre bien au sens « d'objet concret » et service au sens de « bien non matériel », en langue spécialisée, le bien a une existence tangible et le service a une existence immatérielle, non physique.

Les services

Les services d'un organisme se définissent par ce qui est fait pour quelqu'un (membre individuel ou institutionnel ou autre) contre paiement, rémunération ou gratuitement (Service de reproduction, Service téléphonique, Service d'utilisation ou d'hébergement Internet, Service d'un centre de documentation, Service d'utilisation des locaux, Service de formation continue, Soutien technique, etc.).

SUJET 1 : L'INFORMATION ET LA PROMOTION

L'information

L'information signifie mettre quelqu'un ou un groupe au courant, l'avertir, l'aviser, l'instruire, lui donner des renseignements relativement à des événements d'un secteur, d'un domaine, d'une discipline et d'un territoire d'intervention donné.

La promotion

La promotion réfère aux activités visant la valorisation des produits et des services culturels ou de communication.

Les moyens d'information

Les moyens d'information sont les supports et les activités qui permettent de transmettre des renseignements (ex.: bulletins, journaux, sites web, courriels, bottins, inventaires, banques de données, études, colloques, forums). Les moyens d'information peuvent être regroupés par type (ex.: journal, radio, télévision, Internet, papier) et selon leur fréquence (hebdomadaire, mensuel, semestriel, annuel, biennal, etc.).

Les moyens de promotion

Les moyens de promotion visent à porter un produit ou un service à l'attention d'un client potentiel ou des utilisateurs habituels en le maintenant présent à leur esprit. Les moyens de promotion comprennent les publicités achetées ou gratuites, les dépliants, les brochures, les envois postaux ou par courriel, les contacts personnels, les mentions dans les médias, les activités de relations publiques qui visent à maintenir une image publique forte de l'organisme, etc.

SUJET 2 : LA CONCERTATION

La concertation se définit comme la mise en commun d'idées et l'échange d'informations de plusieurs acteurs qui s'entendent pour agir ensemble. La concertation porte à la fois sur les contenus et les stratégies adoptées pour l'atteinte de résultats dans un secteur, un domaine, une discipline et un territoire d'intervention donné. La concertation peut être interne (au sein de l'organisme) et externe (avec les acteurs sociaux économiques ou autres).

SUJET 3 : LA REPRÉSENTATION ET LE RÔLE CONSEIL

La représentation

La représentation regroupe des activités liées à la défense et au développement d'un secteur donné, d'un domaine, d'une discipline, d'un territoire et de leurs praticiens. L'organisme de regroupement agit comme porte-parole de ses membres auprès du secteur de la culture et des communications et d'autres secteurs d'activité (paliers politiques, administratifs, socio-économiques, médias, etc.).

Le rôle-conseil

Le rôle-conseil joué par un organisme de regroupement se définit comme une activité professionnelle consistant à mettre à la disposition de ceux qui en font la demande, y inclut les membres, les compétences et les connaissances d'experts ou de spécialistes d'un domaine particulier. Par ailleurs, le rôle-conseil de l'organisme de regroupement peut également s'exercer auprès des paliers politiques (municipalités, MRC, CRÉ, gouvernements provinciaux et fédéral, etc.), administratifs (directions régionales des ministères, des organismes gouvernementaux et des sociétés d'État), juridiques et judiciaires.

SUJET 4 : LE DÉVELOPPEMENT (spécifique au conseil régional de la culture)

Le développement

Le développement est lié aux projets, mandats et services offerts par l'organisme.

Le rôle vise à d'offrir de l'expertise-conseil, des services et d'effectuer des actions pertinentes et structurantes sur des dossiers d'intérêts communs.

SUJET 5 : LE REGROUPEMENT ET LE RASSEMBLEMENT

Le regroupement

Le regroupement est lié à l'effectif (individus et organismes) qui compose l'organisme.

Le rassemblement

Le rassemblement réfère à la vie démocratique de l'organisation (nombre d'instances consultatives : tables, comités ou groupes de travail, à leur fréquence de rencontre) et à la capacité de réunir des partenaires du secteur de la culture et des communications pour l'atteinte des objectifs de l'organisme.

SUJET 6 : L'ADMINISTRATION

L'administration se définit par la mise en œuvre de tous les moyens humains et matériels, qui comprend l'ensemble des fonctions administratives, la planification de l'organisation, la mise à exécution, le contrôle ou toute autre activité permettant d'atteindre le plus efficacement et économiquement possible les objectifs de l'organisme.

Exemples possibles :

L'attribution de responsabilités claires à chacune des personnes qui jouent un rôle dans le fonctionnement de l'organisme (membres du conseil d'administration, du conseil exécutif, du personnel, de la direction et bénévoles).

La planification et l'administration d'un budget réaliste en fonction des objectifs de l'organisme.

L'atteinte de l'équilibre budgétaire de l'organisme.

L'importance relative des revenus autonomes de l'organisme.

La capacité d'obtenir la participation financière de divers partenaires (entreprises privées, instances locales et régionales, palier fédéral, etc.).

L'élaboration et l'application de diverses politiques liées au secteur d'intervention (politique de conservation, d'acquisition d'œuvres d'art, d'animation, etc.) et des ressources humaines disponibles (embauche, rémunération, formation continue, etc.).

L'utilisation et l'entretien d'installations et d'équipements adéquats (bureautique, aménagements intérieurs et extérieurs, etc.).

L'accessibilité physique et virtuelle de l'organisme (heures d'ouverture, site Internet, tarification des services, etc.).

L'utilisation des données de gestion de l'organisme (statistiques pour l'élaboration des états de situation, des demandes d'aide financière, du plan d'action triennal, des rapports de suivi et de reddition de comptes aux membres et aux bailleurs de fonds, etc.).

SUJET 7 : LES AUTRES ACTIVITÉS

Les autres activités réfèrent à l'élaboration d'un ou de plusieurs objectifs sur lesquels l'organisme veut travailler pour développer des forces ou pour corriger des lacunes identifiées antérieurement. Ce sujet ne doit pas comprendre les demandes d'aide financière au programme d'Aide aux projets.

Note : Les définitions des sujets du Plan d'action sont largement inspirées des définitions du Grand dictionnaire terminologique de l'Office québécois de la langue française.

Cette annexe présente les deux objectifs ministériels, accompagnés d'indicateurs et de données à recueillir, aux fins de la reddition de comptes du MCC à l'Assemblée nationale. Adoptée en 2000, la Loi sur l'administration publique a instauré un cadre de gestion axée sur les résultats où le MCC est obligé de rendre compte de l'atteinte des objectifs qu'il s'est fixés pour ses programmes d'aide financière. De plus, le Plan de modernisation 2004-2007 du gouvernement prévoit une évaluation périodique de tous les programmes du MCC.

LA REDDITION DE COMPTES DU MCC À L'ASSEMBLÉE NATIONALE		
LES OBJECTIFS	LES INDICATEURS	LES DONNÉES NÉCESSAIRES À LA REDDITION DE COMPTES DU MCC
<p>1. Maintenir la quantité et la qualité des activités et des services qu'ils offrent à leurs membres</p> <p>Cible à atteindre :</p> <ul style="list-style-type: none"> ü Maintien au même niveau de 2006 à 2009 	<p><i>Indicateur principal</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Variation triennale du nombre d'activités et de services offerts par les organismes de regroupement <p><i>Indicateurs secondaires</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Variation triennale de la participation des membres aux activités offertes par leur regroupement • Variation triennale de l'utilisation par les membres des services offerts par leur regroupement 	<ul style="list-style-type: none"> • Nombre d'activités et de services offerts • Données sur la participation des membres aux activités offertes par leur regroupement • Données sur l'utilisation par les membres des services offerts par leur regroupement
<p>2. Maintenir l'importance et la représentativité de leur effectif dans leur secteur d'intervention ou sur leur territoire, selon le cas</p> <p>Cible à atteindre :</p> <ul style="list-style-type: none"> ü Maintien de 2006 à 2009 	<ul style="list-style-type: none"> • Variation du nombre de membres des organismes • Taux de représentativité des organismes dans leur domaine ou sur leur territoire 	<ul style="list-style-type: none"> • Nombre de membres des organismes de regroupement • Répartition des membres selon le type d'organisme de regroupement auquel ils appartiennent

QUELQUES CONCEPTS LIÉS À LA GESTION PAR RÉSULTATS – AIDE-MÉMOIRE

Les objectifs

Un objectif énonce clairement et précisément le résultat que l'on s'engage à avoir produit pour une période donnée.

Les caractéristiques d'un objectif « SMART »

Spécifique – c'est-à-dire précis, ce qui permet à tout le monde de comprendre la même chose.

Mesurable – c'est-à-dire quantifiable, exprimé en unités de mesure.

Atteignable – c'est-à-dire réalisable, compte tenu des moyens et du contexte du client/partenaire.

Résultats (orienté sur) – c'est-à-dire formulés de manière à exprimer les résultats dont le client/partenaire est responsable.

Temporel – c'est-à-dire délimité dans le temps.

Un bon énoncé d'objectif contient un verbe d'action, un chiffre, qui, quoi et quand.

Les résultats

Les résultats sont les réalisations constatées à la fin de la période visée. Ils comprennent les extrants, les impacts et les effets.

Les extrants sont les biens et services produits directement par le plan d'action. Ils sont les résultats directs sur lesquels les gestionnaires peuvent exercer un contrôle.

Les impacts ou effets sont les conséquences positives ou négatives, prévues ou non, des produits ou des services. Ils sont soumis à des influences externes.

Les indicateurs

Les indicateurs sont des instruments qui servent à apprécier les progrès accomplis à l'égard du plan d'action. Ultimement, ils servent à vérifier si les objectifs ont été atteints.

Pour exprimer un indicateur, on met en relation plus d'une donnée pour ne former qu'une seule information. Les indicateurs prennent donc souvent la forme de taux.

Les caractéristiques d'un bon indicateur

Pertinent – à la chose qu'il contribue à mesurer.

Valide – il mesure réellement ce qu'il doit mesurer.

Faisable – les données requises sont disponibles et leur traitement peut se faire à un coût raisonnable.

Convivial – simple, clair et facile à comprendre. **Fiable** – lorsqu'il mesure la même chose, d'une fois à l'autre, l'indicateur en donne une lecture constante.

Comparable – les définitions et méthodes de collecte sont stables et permettent une comparaison dans le temps, dans l'espace et entre les organismes.