

PLAN STRATÉGIQUE

2018-2021



Association québécoise
des retraité(e)s des secteurs
public et parapublic

À propos de nous

Notre mission

Promouvoir et défendre les droits et les intérêts économiques, financiers, culturels, intellectuels et sociaux de nos membres et de l'ensemble des aînés du Québec.

Notre vision

D'ici 2021, l'AQRP souhaite...
Être reconnue comme le chef de file des associations représentant les retraités et les aînés du Québec.

Nos valeurs

LA SOLIDARITÉ

s'illustre par le lien social d'engagement et de dépendance réciproques entre les membres de l'Association. Elle comprend, entre autres, le devoir moral envers les autres membres de l'Association.

L'ENGAGEMENT

s'illustre par le souci de chacun de se dépasser pour favoriser l'atteinte des objectifs. Cette volonté se traduit par une mobilisation collective assurant l'excellence des services offerts aux membres et aux aînés du Québec.

LE RESPECT

s'illustre par la considération de toutes les personnes avec qui nous sommes en relation. Il comprend, entre autres, les notions de courtoisie, de diligence, de confiance et de discrétion.

L'INTÉGRITÉ

s'illustre par l'honnêteté et la capacité de reconnaître les limites de ses compétences, d'être loyal envers l'Association, de diffuser de l'information exacte et pertinente. Cette valeur suppose d'agir de façon à préserver la confiance du public et de nos membres.



Mot du président

Depuis sa fondation en 1968, l'Association québécoise des retraité(e)s des secteurs public et parapublic (AQRQ) a connu un essor exceptionnel. Nos réalisations, en termes de développement de services, de croissance du membership, d'interventions dans l'espace public et d'impact sur les intérêts des retraités du Québec, s'avèrent des plus positives. En 50 ans, l'AQRQ a su se tailler une place unique au sein des associations qui représentent les retraités et les aînés du Québec.

En 2018, l'AQRQ célèbre son 50^e anniversaire et s'offre un nouveau plan stratégique. Élaboré à la suite d'une vaste consultation auprès des membres, du conseil d'administration et du personnel de la direction générale, le plan stratégique 2018-2021 se veut rassembleur et mobilisateur. C'est d'ailleurs dans cette optique que nous abordons les trois prochaines années.

Dans un monde en mutation, l'Association doit demeurer à l'affût de nouvelles réalités, répondre aux demandes de ses membres et relever les défis qui se présentent à elle, tout en demeurant fidèle à ses principes fondateurs.

Je vous invite à consulter le nouveau plan stratégique et je remercie toutes les personnes qui ont contribué de près ou de loin à l'élaboration de cet outil rassembleur. Contribuons, tous ensemble, à l'atteinte de ce nouveau plan stratégique.

A handwritten signature in blue ink, which appears to be 'Donald Tremblay'. The signature is fluid and stylized, with a long horizontal stroke at the beginning and a loop at the end.

Donald Tremblay, président

Ses atouts

Pour accomplir sa mission avec succès et en harmonie avec ses valeurs et sa vision, l'AQRP dispose de nombreux atouts.

L'AQRP aujourd'hui, c'est...

La principale
association
indépendante
de retraités
de l'État

De nombreux
partenariats
économiques

Des bénévoles
engagés

17 conseils
régionaux
structurés

Des
partenaires
d'affaires
importants

Une image
professionnelle

Des employés
dévoués

PLAN STRATÉGIQUE

2018-2021

Le plan stratégique 2018-2021 repose sur trois orientations, soit la défense des droits, l'expérience client* et le développement de l'organisation, qui permettront à l'AQRP de relever les défis qui s'annoncent au cours des prochaines années.

Ce plan stratégique entend fournir à tous les intervenants la possibilité de travailler ensemble dans le respect de nos valeurs pour générer des actions qui mèneront aux réalisations souhaitées.

Il contient, pour chacun des 11 objectifs stratégiques, un certain nombre d'indicateurs quantitatifs et qualitatifs permettant d'en mesurer l'avancement. Le suivi du plan sera assuré au moyen de divers outils (tableaux de bord, bilans) et d'une veille constante visant à évaluer le degré d'atteinte des objectifs et la pertinence d'y apporter des ajustements, si nécessaire.

Pour la mise en œuvre du plan, l'Association pourra compter sur l'ensemble de ses bénévoles, qui sont au cœur de la vie associative, mais également sur la compétence de l'équipe de la direction générale.

*L'expérience client désigne l'ensemble des émotions et sentiments ressentis par un client avant, pendant et après l'achat d'un produit ou encore d'un service. C'est le résultat de l'ensemble des interactions qu'un client peut avoir avec l'organisation.

Orientation 1 : Défense des droits

Objectifs	Indicateurs	Cibles annuelles
1 Créer des alliances stratégiques avec les intervenants dédiés aux aînés	1.1 Nombre de communications conjointes (communiqués de presse et lettres ouvertes)	▶ 5
	1.2 Nombre d'alliances (mémoires, colloques et événements)	▶ 5
	1.3 Nombre de rencontres avec des intervenants	▶ 5
2 Intensifier les actions auprès des médias et des décideurs régionaux	2.1 Nombre d'interventions publiques régionales	▶ 60
	2.2 Nombre de contacts auprès des décideurs régionaux ou locaux pour les orientations ciblées	▶ 25
	2.3 Nombre de participations aux rencontres des tables régionales de concertation	▶ 100 %
	2.4 Nombre de demandes d'assistance en affaires publiques par des CR	▶ 25
3 Élaborer et mettre en œuvre une stratégie afin de positionner l'AQRP comme experte en matière de retraite au Québec (régimes de retraite, indexation, santé)	3.1 Nombre de communications auprès des membres faisant valoir les gains en défense des droits	▶ 20
	3.2 Nombre de contacts et de rencontres (Observatoire de la retraite, chaires de recherche, forums, etc.)	▶ 100 %
	3.3 Nombre de demandes d'accès à l'information	▶ Dès que nécessaire
4 Accroître la notoriété de l'AQRP	4.1 Nombre de participations à des consultations officielles et commissions parlementaires sur les orientations ciblées	▶ 100 %
	4.2 Nombre de communiqués de presse	▶ 24
	4.3 Augmentation de la notoriété assistée et spontanée	▶ 2 % d'ici le 31 mars 2021
	4.4 Nombre de placements médiatiques provinciaux et régionaux	▶ 5

Orientation 2 : Expérience client

Objectifs	Indicateurs	Cibles annuelles
5 Accroître notre pouvoir d'attraction	5.1 Croissance annuelle du membership	▶ Atteinte de la cible de recrutement
	5.2 Nombre de nouveaux partenaires économiques	▶ 10
	5.3 Nombre de nouveaux partenaires d'affaires	▶ 1
	5.4 Taux de satisfaction du service à la clientèle (téléphonique)	▶ 96 %
	5.5 Augmentation du nombre de visiteurs sur le site Web	▶ 2 %
	5.6 Augmentation du nombre de J'AIME sur la page Facebook	▶ 5 %
6 Développer et mettre en œuvre des initiatives de diversification des sources de référencement de nouveaux membres	6.1 Augmentation du référencement de nouveaux membres par les partenaires d'affaires	▶ 2 %
	6.2 Nombre de nouvelles ententes avec des directions de ressources humaines	▶ 6
	6.3 Nombre de nouvelles ententes avec des associations partenaires	▶ 1
	6.4 Nombre d'activités de recrutement	▶ 20
	6.5 Augmentation du nombre de membres qui recrutent un membre	▶ 4 %
7 Renforcer la stratégie de rétention des membres	7.1 Taux de rétention	▶ 95 %
	7.2 La satisfaction et la fidélisation des clients (Net Promoter Score)	▶ + 50
	7.3 Nombre d'appels effectués lors de non-réponse	▶ 100 %
	7.4 Nombre d'adhésions des conjoints survivants possédant une assurance	▶ 75 %
	7.5 Nombre de réponses aux plaintes des membres	▶ 100 %
8 Maximiser l'offre de services, de programmes provinciaux et d'activités régionales	8.1 Augmentation du nombre d'activités régionales et provinciales	▶ 5 %
	8.2 Taux de satisfaction des participants aux activités régionales	▶ 80 %
	8.3 Augmentation du taux de participation aux activités régionales	▶ 2 %
	8.4 Augmentation du nombre d'interventions du service d'aide téléphonique en défense des droits	▶ 5 %
	8.5 Nombre de nouveaux programmes	▶ 1

Orientation 3 : Favoriser le développement de l'organisation

Objectifs	Indicateurs	Cibles annuelles
9 Soutenir l'implication bénévole (conseils régionaux et de secteurs)	9.1 Nombre de formations et de conférences	▶ 4
	9.2 Nombre de CR qui utilisent l'extranet	▶ 100 %
	9.3 Nombre de communications informatives (BOOMerang, etc.)	▶ 26
	9.4 Nombre d'interventions (gouvernance, marketing, informatif ou Web)	▶ 500
	9.5 Délai moyen de réponse aux demandes d'information	▶ 90 % dans un délai de 48 heures
10 Mobiliser les instances, le personnel et les membres pour la mise en œuvre des orientations	10.1 Amélioration du tableau de bord organisationnel	▶ 30 septembre 2018
	10.2 Diffusion du tableau de bord	▶ 4 fois
11 Viser l'équilibre budgétaire	11.1 Atteinte de l'équilibre budgétaire	▶ 31 mars 2019

Démarche d'élaboration du plan stratégique 2018-2021

Processus de consultation

1 Préparation de la démarche

Activités	Échéances
1.1 Planification de la démarche de réflexion stratégique	▶ Août 2017 (présentation au président)
1.2 Élaboration de la démarche de réflexion stratégique avec le comité exécutif	▶ 12 septembre 2017

2 Diagnostic stratégique

Activités	Échéances
2.1 Analyse des contextes externe et interne (FFOM) avec le conseil d'administration	▶ 28 septembre 2017
2.2 Réflexion sur la mission, la vision et les valeurs avec le conseil d'administration	▶ 28 septembre 2017
2.3 Montage du sondage et approbation par le conseil d'administration	▶ Octobre 2017
2.4 Cueillette d'informations auprès des membres	▶ Novembre 2017
2.5 Élaboration du diagnostic stratégique	▶ Novembre 2017

3 Plan stratégique 2018-2021

Activités	Échéances
3.1 Composition du plan stratégique (1 ^{er} jet) (Consultation auprès du CE et du CA)	▶ Décembre 2017
3.2 Élaboration d'un projet de plan stratégique 2018-2021 : <i>Orientations /</i> <i>Objectifs / Indicateurs / Cibles</i>	▶ Février 2018
3.3 Approbations par le CE et le CA du plan stratégique 2018-2021	▶ Mars 2018
3.4 Montage final du plan	▶ Mai 2018
3.5 Présentation du plan stratégique 2018-2021 aux membres	▶ AGA / Juin 2018



Association québécoise
des retraité(e)s des secteurs
public et parapublic

SUIVI DU PLAN STRATÉGIQUE 2018-2021

	Objectifs	Indicateurs	Cibles	Résultats au 31 mars 2019	
Orientation 1 Défense des droits	1 Créer des alliances stratégiques avec les intervenants dédiés aux aînés	1.1 Nombre de communications conjointes (communiqués de presse et lettres ouvertes) 1.2 Nombre d'alliances (mémoires, colloques et événements) 1.3 Nombre de rencontres avec des intervenants	▶ 5 ▶ 5 ▶ 5	▶ 2 ▶ 5 ▶ 6	✓
	2 Intensifier les actions auprès des médias et des décideurs régionaux	2.1 Nombre d'interventions publiques régionales 2.2 Nombre de contacts auprès des décideurs régionaux ou locaux pour les orientations ciblées 2.3 Nombre de participations aux rencontres des tables régionales de concertation 2.4 Nombre de demandes d'assistance en affaires publiques par des CR	▶ 60 ▶ 25 ▶ 100 % ▶ 25	▶ 32* ▶ 35* ▶ 100 % (plus de 100 rencontres)* ▶ 12*	✗
	3 Élaborer et mettre en oeuvre une stratégie afin de positionner l'AQRP comme experte en matière de retraite au Québec (régimes de retraite, indexation, santé)	3.1 Nombre de communications auprès des membres faisant valoir les gains en défense des droits 3.2 Nombre de contacts et de rencontres (Observatoire de la retraite, chaires de recherche, forums, etc.) 3.3 Nombre de demandes d'accès à l'information	▶ 20 ▶ 100 % ▶ Dès que nécessaire	▶ 26 ▶ 100 % ▶ 55 demandes	✓
	4 Accroître la notoriété de l'AQRP	4.1 Nombre de participations à des consultations officielles et commissions parlementaires sur les orientations ciblées 4.2 Nombre de communiqués de presse 4.3 Augmentation de la notoriété assistée et spontanée 4.4 Nombre de placements médiatiques provinciaux et régionaux	▶ 100 % ▶ 24 ▶ 2 % d'ici le 31 mars 2021 ▶ 5	▶ Aucune cette année ▶ 25 ▶ Résultats comptabilisés au 31-03-2021 ▶ 6	✓
Orientation 2 Expérience client	5 Accroître notre pouvoir d'attraction	5.1 Croissance annuelle du membership 5.2 Nombre de nouveaux partenaires économiques 5.3 Nombre de nouveaux partenaires d'affaires 5.4 Taux de satisfaction du service à la clientèle (téléphonique) 5.5 Augmentation du nombre de visiteurs sur le site Web 5.6 Augmentation du nombre de J'AIME sur la page Facebook	▶ 9 % - 2 490 nouveaux membres ▶ 10 ▶ 1 ▶ 96 % ▶ 2 % ▶ 5 %	▶ 9 % - 2 493 nouveaux membres ▶ 34 ▶ 2 ▶ 96 % ▶ 19 % ▶ 19 %	✓
	6 Développer et mettre en oeuvre des initiatives de diversification des sources de référencement de nouveaux membres	6.1 Augmentation du référencement de nouveaux membres par les partenaires d'affaires 6.2 Nombre de nouvelles ententes avec des directions de ressources humaines 6.3 Nombre de nouvelles ententes avec des associations partenaires 6.4 Nombre d'activités de recrutement 6.5 Augmentation du nombre de membres qui recrutent un membre	▶ 2 % ▶ 6 ▶ 1 ▶ 20 ▶ 4 %	▶ 9 % ▶ 11 ▶ 2 ▶ 41 ▶ -3 %	✓
	7 Renforcer la stratégie de rétention des membres	7.1 Taux de rétention 7.2 La satisfaction et la fidélisation des clients (Net Promoter Score) 7.3 Nombre d'appels effectués lors de non-réponse 7.4 Nombre d'adhésions des conjoints survivants possédant une assurance 7.5 Nombre de réponses aux plaintes des membres	▶ 95 % ▶ + 50 ▶ 100 % ▶ 75 % ▶ 100 %	▶ 96 % ▶ + 43,64 ▶ 100 % ▶ 90 % ▶ 100 %	✓
	8 Maximiser l'offre de services, de programmes provinciaux et d'activités régionales	8.1 Augmentation du nombre d'activités régionales et provinciales 8.2 Taux de satisfaction des participants aux activités régionales 8.3 Augmentation du taux de participation aux activités régionales 8.4 Augmentation du nombre d'interventions du service d'aide téléphonique en défense des droits 8.5 Nombre de nouveaux programmes	▶ 5 % ▶ 80 % ▶ 2 % ▶ 5 % ▶ 1	▶ 22 % ▶ 79 % ▶ 4 % ▶ 12 % ▶ 2	✓
Orientation 3 Favoriser le développement de l'organisation	9 Soutenir l'implication bénévole (conseils régionaux et de secteurs)	9.1 Nombre de formations et de conférences 9.2 Nombre de CR qui utilisent l'extranet 9.3 Nombre de communications informatives (BOOMerang, etc.) 9.4 Nombre d'interventions (gouvernance, marketing, informatif ou Web) 9.5 Délai moyen de réponse aux demandes d'information	▶ 4 ▶ 100 % ▶ 26 ▶ 500 ▶ 90 % dans un délai de 48 heures	▶ 8 ▶ 94 % ▶ 37 ▶ 915 ▶ 96 % dans un délai de 48 heures	✓
	10 Mobiliser les instances, le personnel et les membres pour la mise en oeuvre des orientations	10.1 Amélioration du tableau de bord organisationnel 10.2 Diffusion du tableau de bord	▶ 30 septembre 2018 ▶ 4 fois	▶ Cible atteinte ▶ 5 fois	✓
	11 Viser l'équilibre budgétaire	11.1 Atteinte de l'équilibre budgétaire	▶ 31 mars 2019	▶ Cible atteinte	✓

*Données comptabilisées de 10 régions sur 17