

| <b>Mission</b>   |   |
|--|---|
| Libellé actuel   | Nouveau libellé   |
| L'AQPAMM accompagne les familles et l'entourage d'une personne vivant avec un trouble de santé mentale. L'organisme offre information, référencement, et soutien. L'AQPAMM outille ses membres pour permettre une relation saine avec leur proche tout en prenant soin d'eux-mêmes. L'AQPAMM contribue à briser l'isolement des familles et de l'entourage, à sensibiliser le grand public et les décideurs pour vaincre les préjugés et à favoriser l'inclusion des personnes vivant avec une problématique de santé mentale. | L'AQPAMM offre de l'information, de la formation et de l'accompagnement pour améliorer le bien-être des membres de l'entourage dans les différents milieux de vie d'une personne vivant avec un problème de santé mentale. L'AQPAMM appuie, par différentes actions, la valorisation de l'entourage et contribue à lutter contre la stigmatisation liée à la santé mentale. |

| <b>Vision</b>   |  |
|---|--|
| Libellé actuel  | Nouveau libellé  |
| D'ici 2020, l'AQPAMM veut rejoindre le plus grand nombre possible de personnes en offrant soutien et accompagnement aux membres de l'entourage d'une personne vivant avec un problème de santé mentale. | Une société où les membres de l'entourage vivent du mieux-être et trouvent un équilibre dans leur relation avec une personne vivant avec un problème de santé mentale. |

| <b>Valeurs</b>  |   |
|---|---|
| Libellé actuel  | Nouveau libellé   |
| <b>L'accueil</b><br>L'AQPAMM prend le temps d'accueillir les familles et l'entourage avec empathie, compassion et bienveillance. Elle est à l'écoute des besoins et des attentes de ses membres.  | <b>Idem</b>   |
| <b>Le respect</b><br>L'AQPAMM accueille la personne telle qu'elle est, dans l'état dans lequel elle se trouve. Elle prend en compte ses besoins, ses croyances et son rythme dans la relation d'aide pour mieux l'accompagner dans son cheminement. L'AQPAMM respecte le savoir expérientiel des familles et de l'entourage ainsi que les droits de la personne vivant avec une problématique de santé mentale. | <b>Idem</b>   |
| <b>L'entraide</b><br>L'AQPAMM crée des alliances avec les membres, les partenaires du réseau de la santé et les services sociaux ainsi que les organismes communautaires pour mieux répondre à l'ensemble de leurs besoins.   | <b>Le partenariat</b><br>L'AQPAMM crée des alliances avec les membres et les différents acteurs de son écosystème (le réseau de la santé et des services sociaux, les organismes communautaires et les milieux de travail) pour mieux répondre à l'ensemble des besoins de l'entourage. |

|  |  |
|--|--|
| <p><b>Le professionnalisme</b><br/>         L'équipe de l'AQPAMM est composée de professionnels se formant de façon continue et garantissant éthique, transparence et authenticité vis-à-vis de la personne. L'AQPAMM assure la confidentialité de l'information.</p>  | <p><b>Le professionnalisme</b><br/>         L'équipe de l'AQPAMM est composée de professionnels bénéficiant de formation continue et garantissant éthique, transparence et authenticité vis-à-vis de la personne.</p>  |
| <p><b>L'innovation</b><br/>         L'AQPAMM développe des services afin de répondre aux besoins changeants de ses membres et de la communauté. Elle s'engage dans un processus d'amélioration continue et d'innovation sociale, facilitant ainsi le déploiement des meilleures pratiques et l'introduction de nouvelles approches, idées et procédures.</p> | <p><b>La qualité</b><br/>         L'AQPAMM développe des services adaptés afin de répondre aux besoins changeants de ses membres et de la communauté. Elle s'engage dans un processus d'amélioration continue et d'innovation sociale, facilitant ainsi le déploiement des meilleures pratiques et l'introduction de nouvelles approches, idées et procédures.</p> |

**AXE 1 : PROGRAMMES ET SERVICES**

**CHANGEMENT SOUHAITÉ :**  
**LE DÉPLOIEMENT D'UNE OFFRE DE SERVICES CONSOLIDÉE ET INCLUSIVE**

Il s'agit de répondre le mieux possible à la diversité des besoins de la clientèle en déployant une offre de services touchant des communautés que nous rejoignons moins, tout en consolidant et développant notre offre de services globale. Pour ce faire, nous aspirons à nous rapprocher et à rendre plus accessibles nos services à la clientèle potentielle.

| Objectifs stratégiques  | Stratégies d'action                                   | Actions  | An 1 | An 2 | An 3 | An 4 | An 5 | Porteurs                       | Résultats attendus   | Indicateurs de progrès    |
|---|---|--|------|------|------|------|------|--------------------------------|--|---------------------------|
| <b>Adapter et consolider notre offre de services communautaires</b> | Préciser et circonscrire l'offre de services actuelle | Ajuster l'adéquation entre l'offre de services et le portrait de la clientèle              |      |      |      |      |      | DG, DGA, équipe d'intervention | L'offre de services de l'AQPAMM a un impact positif sur la clientèle | Sondage (détails à venir) |
|   |   | Préciser l'offre général pour éviter le cloisonnement entre les diverses clientèles cibles |      |      |      |      |      |                                |  |                           |
|   |   | Identifier nos domaines d'expertises   |      |      |      |      |      |                                |  |                           |

|  |  |  |  |  |  |  |  |                                |   |   |
|--|--|--|--|--|--|--|--|--------------------------------|---|---|
|  | Renforcer / Consolider les services à la clientèle jeunesse                                      | <p>Adapter les horaires</p> <p>Adapter les services à leur réalité</p> <p>Adapter nos moyens de communication</p>  |  |  |  |  |  | DG, DGA, équipe d'intervention | <p>Les jeunes ont une meilleure connaissance des enjeux liés à la santé mentale</p> <p>Les jeunes reçoivent du soutien adapté à leurs besoins</p> | <p>Sondage (détails à venir)</p> <p>Augmentation de la clientèle jeunesse</p>   |
|  | Renforcer la complémentarité entre les différentes interventions du continuum de services AQPAMM | <p>Aménager du temps de travail en commun, ainsi que des espaces de collaboration, entre les équipes Pairs-Aidants-Famille (PAF) et les intervenant.e.s</p> <p>Réaliser des activités communes (conférences, ateliers,...)</p> |  |  |  |  |  | DG, DGA, équipe d'intervention | <p>Meilleure collaboration entre les services PAF et les services généraux de l'AQPAMM</p>  | <p>Augmentation de référencement entre les différents services de l'AQPAMM</p> <p>Présence accrue des PAF à l'AQPAMM pour assurer une complémentarité de services</p> |
|  | Réviser et formaliser le cadre d'intervention  | Mettre à jour le cadre d'intervention (ex : le champ d'intervention des PAF, ou les services généraux)   |  |  |  |  |  |                                | Les intervenants offrent une  |   |

|  |  |   |  |  |  |  |                                       |   |  |
|--|--|---|--|--|--|--|---------------------------------------|---|--|
|  |  | <p>Mener une démarche d'appropriation du nouveau cadre d'intervention</p> <p>Déterminer une stratégie d'évaluation du cadre d'intervention</p>                          |  |  |  |  | DG, DGA, équipe d'intervention        | <p>pratique de qualité basée sur les normes établies</p> <p>Une évaluation est menée (an 3) sur le cadre d'intervention</p>   | <p>Délais de réponse respectés</p> <p>Objectifs d'intervention rencontrés</p>  |
| <p><b>Rejoindre plus largement les diverses communautés montréalaises, y compris les milieux de travail (voir axe 3)</b></p> | <p>Rendre nos services accessibles à un plus grand nombre de personnes</p> | <p>Évaluer la possibilité d'augmenter la flexibilité des horaires pour les clients (exemples potentiels : plus de services de soir, fin de semaine, ligne d'écoute)</p> |  |  |  |  | <p>DG, DGA, équipe d'intervention</p> | <p>L'offre de services au sein des établissements des CIUSSS Centre-Sud, Nord, Est et Centre-Ouest (lien fait avec l'Info-Sociale) est effective</p> <p>Une offre de services est accessible en ligne (incluant : services psychosociaux "de base",</p> | <p>L'AQPAMM assure une présence physique d'au moins 3 jours dans chaque CIUSSS</p> <p>L'offre de services en ligne est régulièrement alimentée</p> |
|  |  | <p>Évaluer nos besoins en termes d'ancrage physique et s'ajuster en fonction de l'évaluation</p>  |  |  |  |  |                                       |   |  |
|  |  | <p>Aller davantage vers la clientèle et les lieux où elle se trouve</p>   |  |  |  |  |                                       |   |  |

|  |   |  |  |  |  |  |  |   |  |                                      |
|--|---|--|--|--|--|--|--|---|--|--------------------------------------|
|  |   |  |  |  |  |  |  |   | services aux entreprises, ainsi que les services conçus pour être offerts en ligne : formations, chat,...) |                                      |
|  | Développer une offre de services plus inclusive | Définir l'inclusion à la hauteur de notre capacité et tenant compte de notre réalité           |  |  |  |  |  | DG, DGA, équipe d'intervention  | Plus de personnes issues des diverses communautés culturelles font partie de la clientèle de l'AQPAMM      | Base de données (question : origine) |
|  |   | Évaluer les besoins des communautés ciblées et adapter nos services en fonction de ces besoins |  |  |  |  |  |   |  |                                      |
|  |   | Former le personnel sur les approches interculturelles   |  |  |  |  |  |   |  |                                      |
|  |   | Établir des ponts avec des organismes dédiés à la diversité                                    |  |  |  |  |  |   |  |                                      |
| Assurer une meilleure représentation de la diversité culturelle au sein du personnel en fonction de la clientèle |   |  |  |  |  |  |  |   |  |                                      |
|  |   |  |  |  |  |  |  | L'AQPAMM est plus représentative de la diversité culturelle de MTL et de sa clientèle | Représentation adéquate de la diversité culturelle au sein de l'équipe de l'AQPAMM                         |                                      |

**AXE 2 : ÉCOSYSTÈME**

**CHANGEMENT SOUHAITÉ :**

**L'ACCROISSEMENT DE LA NOTORIÉTÉ ET DU RAYONNEMENT DE L'AQPAMM TANT AUPRÈS DES ACTEURS DU MILIEU QUE DE LA CLIENTÈLE**

Il s'agit d'accroître la visibilité de l'AQPAMM afin de faire connaître ses réalisations et mieux informer au sujet des clientèles auxquelles elle s'adresse. Une notoriété ainsi qu'un rayonnement accrus pourraient avoir des impacts positifs sur la capacité de l'AQPAMM à rejoindre la clientèle ciblée, améliorer son financement et favoriser le développement de partenariats stratégiques.

| Objectifs stratégiques                                       | Stratégies d'action  | Actions  | An 1 | An 2 | An 3 | An 4 | An 5 | Porteurs   | Résultats attendus                        | Indicateurs de progrès          |
|--|--|--|------|------|------|------|------|--|---|---------------------------------|
| <b>Avoir des liens de partenariats forts et stratégiques</b> | Renforcer les partenariats existants dans un but de les pérenniser | Revoir les lieux de concertation ou de représentation investis en fonction du plan stratégique                     |      |      |      |      |      | DG, DGA, Responsable de Ventes et partenariats, Cheffe d'équipe clinique | Nos liens de partenariats sont pérennisés | Nombre d'ententes partenariales |
|  |  | Consolider les liens avec les partenaires ciblés   |      |      |      |      |      |  |   |                                 |
|  |  | Convenir de nouvelles ententes partenariales avec les partenaires ciblés, incluant les CIUSSS de l'Île de Montréal |      |      |      |      |      |  |   |                                 |
|  | Cibler et établir de nouveaux partenariats stratégiques            | Analyser les possibilités de diversifier les partenariats dans notre écosystème                                    |      |      |      |      |      |  |   |                                 |
|  |  | Développer des liens avec les partenaires ciblés   |      |      |      |      |      |  |   |                                 |
|  |  | Investir les lieux de concertation ou de représentation en fonction de l'analyse                                   |      |      |      |      |      |  |   |                                 |
|  |  | Convenir de nouvelles ententes partenariales avec les partenaires ciblés, incluant les CIUSSS de l'Île de          |      |      |      |      |      |  |   |                                 |

|  |   |   |  |  |  |  |  |                                   |  |  |
|--|---|---|--|--|--|--|--|-----------------------------------|--|--|
|  |   | Montréal (en collaboration avec le Comité des membres, le cas échéant)  |  |  |  |  |  |                                   |  |  |
| <b>Préciser le rôle que nous souhaitons exercer au niveau provincial</b> | Analyser les avantages et inconvénients (risques) d'une présence accrue au niveau provincial et se positionner en conséquence | Réaliser une analyse multifactorielle : clientèles à rejoindre ; services à offrir ; incidence sur l'organisation et les relations avec les partenaires et bailleurs de fonds ; complémentarité avec d'autres acteurs nationaux ; risques |  |  |  |  |  | Conseil d'administration, DG, DGA | Prendre une décision éclairée sur le rôle que jouera l'AQPAMM au niveau provincial   | Résolution du CA                                 |
|  | Contribuer à diminuer la stigmatisation liée à la santé mentale et favoriser la reconnaissance du rôle des proches (aidants)  | Identifier en quoi et comment l'AQPAMM pourra être complémentaire des autres acteurs provinciaux concernant la stigmatisation liée à la santé mentale et la reconnaissance du rôle des proches (aidants)                                  |  |  |  |  |  | DG, DGA, CA, Comité des membres   | L'AQPAMM est reconnue comme acteur d'influence sur le plan provincial  | Participation aux instances provinciales ciblées |
|  |   | Définir les rôles respectifs qui seront joués par le comité des membres et l'équipe d'intervention  |  |  |  |  |  |                                   |  |  |
|  |   | Identifier et contribuer aux différentes instances provinciales (Réseau Avant de craquer, Tables ministérielles de la proche aide, etc. )   |  |  |  |  |  |                                   |  |  |
|  | Contribuer à la définition et structuration de la fonction de pair-aidant famille   | Développer une offre de formation pratique auprès des PAF, et ce, en complémentarité des formations communautaires et universitaires existantes   |  |  |  |  |  | DG, DGA                           | L'AQPAMM est reconnue comme acteur incontournable de la pratique de la PAF<br><br>Une formation (incluant stage) AQPAMM existe sur les pratiques | Nombre de personnes formées comme PAF            |

|   |   |   |  |  |  |  |  |  |  |
|---|---|---|--|--|--|--|--|--|--|
|   |   |   |  |  |  |  |  | à adopter<br>comme PAF   |  |
|   |   | Lancer et coordonner une communauté de pratiques de paire-aidance famille   |  |  |  |  | DG, DGA  | La communauté de pratiques est effective                             | Nombre annuel de rencontres<br><br>Nombre de participant.e.s               |
|   | Consolider et développer notre offre de services virtuelle / en ligne | Identifier les besoins auxquels les services de l'AQPAMM pourraient répondre sur le plan provincial   |  |  |  |  | DG, DGA, Responsable de Ventes et partenariats, Cheffe d'équipe clinique | L'offre de services virtuelle de l'AQPAMM est effective              | La clientèle virtuelle de l'AQPAMM provient de toute la province de Québec |
|   |   | Identifier les services qui pourraient avoir une portée provinciale   |  |  |  |  |  |  |  |
|   |   | Développer de nouveaux services, au besoin, afin de répondre aux besoins identifiés   |  |  |  |  |  |  |  |
| <b>Déployer une stratégie de visibilité</b> | Se doter d'une stratégie de communications                            | Trouver un nouveau nom pour l'organisation  |  |  |  |  | DG, DGA, Responsable des communications                                  | L'AQPAMM a un nouveau nom  | Plus de visites sur le site web et les médias sociaux                      |
|   |   | Recruter une firme experte en marketing-communication qui collaborera avec le Responsable des communications pour développer la stratégie de communications |  |  |  |  |  | L'AQPAMM a une stratégie de communications                           | Présence accrue dans les médias  |
|   |   | Analyser la possibilité d'avoir une personnalité publique comme porte-parole  |  |  |  |  |  | L'AQPAMM collabore avec une personnalité publique comme porte-parole |  |

**AXE 3 : ACROISSEMENT ET DIVERSIFICATION DES SOURCES DE FINANCEMENT**

**CHANGEMENT SOUHAITÉ :**  
**UN FINANCEMENT OPTIMAL PERMETTANT DE CONCRÉTISER LES ASPIRATIONS DE CONSOLIDATION ET DE DÉVELOPPEMENT**

Il s'agit de garantir la pérennité de l'organisation, de permettre de concrétiser les aspirations de l'AQPAMM en termes d'offre de services et de rendre l'organisme moins vulnérable aux fluctuations de financement ou d'orientation de ses bailleurs de fonds principaux.

| Objectifs stratégiques  | Stratégies d'action                           | Actions   | An 1 | An 2 | An 3 | An 4 | An 5 | Porteurs  | Résultats attendus   | Indicateurs de progrès                     |  |   |
|---|---|---|------|------|------|------|------|---|--|--|--|---|
| <b>Développer le volet corporatif (services aux entreprises et aux organismes communautaires) comme source de revenu stable</b> | Optimiser le modèle d'affaires de l'organisme | Amener nos produits à maturité:<br>- Kit de formateur et cahier de participants<br>- Procédures de réalisation de mandat (organisation interne: rapport de diagnostic client, présentation mandat, objectifs visés) |      |      |      |      |      | DG, DGA, Responsable de ventes et partenariats stratégiques | L'AQPAMM poursuit sa croissance tout en maintenant la qualité des services | Augmentation du volume de services offerts |  |   |
|   |   | Consolider et recruter, au besoin, une équipe capable de livrer des services de qualité auprès des clients  |      |      |      |      |      |   |  |  | Haut niveau de satisfaction-client   |   |
|   |   | Mettre en place un processus qualité garantissant la satisfaction des clients et une image de marque professionnelle  |      |      |      |      |      |   |  |  | Les documents utilisés et fournis au client renforcent notre image de marque | Augmentation de la capacité de livraison des services (évolution de la capacité opérationnelle) |
|   |   | Réfléchir à un plan de réinjection des profits générés, notamment les aspects légaux  |      |      |      |      |      |   |  |  |  |   |
|   |   | Clarifier les différents aspects (légaux, financiers, offre de services, RH...) des deux volets corporatif et communautaire   |      |      |      |      |      | Tout nouveau formateur est formé sur la méthode             |  |  |  |   |

|  |  |   |  |  |  |  |  |  |   |   |
|--|--|---|--|--|--|--|--|--|---|---|
|  |  | <p>S'assurer de communiquer clairement les informations relatives aux deux volets et à l'articulation entre eux</p> |  |  |  |  |  |  | <p>d'intervention et a accès au matériel nécessaire pour exécuter le mandat selon les standards AQPAMM</p> <p>Le client est satisfait (ou plus) du service offert et est prêt à donner suite : recommandation des services de l'AQPAMM, références d'autres clients, élargissement de mandat...</p> | <p>Mise sur pied d'un processus de formation et d'intégration de tout nouveau formateur</p> <p>Documentation du roadmap des activités de livraison de services et des documents/ procédures qui y sont rattachés. Ces derniers sont tous opérationnels.</p> <p>Augmentation du nombre de nouveaux clients référés et de mise en relation par des clients existants.</p> |
|--|--|---|--|--|--|--|--|--|---|---|

|  |   |   |  |  |  |  |  |  |   |   |
|--|---|---|--|--|--|--|--|--|---|---|
|  |   |   |  |  |  |  |  |  |   | Augmentation du nombre de témoignages                           |
|  | Développer un plan de commercialisation personnalisée | Développer les outils promotionnels adaptés à la cible de chaque offre (communautaire et entreprise)  |  |  |  |  |  | DG, DGA, Responsable de ventes et partenariats stratégiques    | Du matériel spécifique à chaque formation/ services offerts (one pagers, guides)  | Augmentation de nouveaux clients corporatifs                    |
|  |   | Créer un site web permettant de détailler les services aux entreprises et aux organismes communautaires tout en renforçant notre image de marque  |  |  |  |  |  |  | Site web complet (approche, objectifs, proposition de valeurs, services, etc...) et favorisant une image de marque en adéquation avec nos valeurs | Évolution du trafic sur les pages web de nos services marchands |
|  |   | Déployer des actions ciblées de commercialisation : <ul style="list-style-type: none"> <li>- Campagnes de visibilité web (LinkedIn, Ordre des CRHA, GES, etc...) personnalisées pour notre clientèle cible</li> <li>- Plan de communication à notre réseau communautaire sur nos nouveaux services aux organismes communautaires (appel au réseau existant)</li> <li>- Plan de mobilisation interne sur communication de nos nouveaux services (implication des membres et du CA, appel à leur réseau)</li> </ul> |  |  |  |  |  | Des outils et des actions visant à faire de la promotion et/ou | Source des nouveaux clients: nombre de clients obtenus via notre site web, référencement, infolettre, campagne de publicité, etc...               |   |
|  |   |   |  |  |  |  |  |  |   | Retours clients sur qualité du matériel promotionnel            |

|  |   |  |  |  |  |  |  |   |  |  |
|--|---|--|--|--|--|--|--|---|--|--|
|  |   |  |  |  |  |  |  |   | de la publicité<br>sont déployés   |  |
| Réussir la mise à l'échelle<br>des services de<br>l'AQPAMM | Développer des partenariats d'affaires permettant une<br>reentrée de contrats constants ou la signature d'un<br>contrat longue durée  |  |  |  |  |  |  | DG, DGA,<br>Responsable<br>de ventes et<br>partenariats<br>stratégiques | Le volet<br>corporatif de<br>l'AQPAMM est<br>rentable  | Investissement<br>des revenus dans<br>le volet social  |
|  | Développer des nouveaux réseaux de contacts<br>(domaine/ secteur/ industrie dans lesquels l'AQPAMM<br>n'a aucune relation actuellement)   |  |  |  |  |  |  |   | Les services<br>corporatifs de<br>l'AQPAMM sont<br>reconnus et<br>valorisés par<br>notre<br>écosystème. Les<br>gens se réfèrent<br>à nous et nous<br>voient comme<br>des experts | Augmentation<br>du nombre de<br>clients nous<br>référant à leur<br>réseau et/ou<br>élargissant le<br>mandat initial<br>(fidélisation<br>clientèle)   |
|  | Entourer le projet de ressources pertinentes et<br>disponibles sur une base occasionnelle afin de<br>s'assurer de la direction du projet:<br><ul style="list-style-type: none"> <li>- Comité aviseur</li> <li>- Coachs</li> <li>- Indicateurs de suivi &amp; objectifs</li> </ul> |  |  |  |  |  |  |   | Le réseau de<br>contacts de<br>l'AQPAMM est<br>davantage<br>conséquent et<br>regroupe une  | L'AQPAMM<br>conclut des<br>ententes de<br>partenariats avec<br>des acteurs clés<br>dans leur<br>domaine<br>(institution<br>publique,<br>regroupement |

|   |  |  |            |  |  |  |  |         |  |   |
|---|--|--|------------|--|--|--|--|---------|--|---|
|   |  |  |            |  |  |  |  |         | plus grande variété d'acteurs                            | sectoriel, organisme de renom, etc...)  |
| <b>Consolider et diversifier les sources de financement</b>                                       | Créer davantage des liens avec le milieu philanthropique | Explorer de nouvelles sources de financement provenant du milieu philanthropique   | En continu |  |  |  |  | DG, DGA | Diversification des sources de revenus philanthropiques  | Augmentation des revenus philanthropiques   |
|   |  | Explorer de nouvelles méthodes de philanthropie (bénévolat de compétences, financement des services aux organismes communautaires...)          |            |  |  |  |  |         |  | Augmentation du nombre de bénévoles de compétences et des occasions de s'investir au sein de l'AQPAMM |
|   |  | Consolider et développer des partenariats avec les acteurs clés de la philanthropie  |            |  |  |  |  |         |  | Augmentation de contrats concernant les services aux organismes communautaires                        |
|   | Optimiser nos revenus de sources gouvernementales        | Explorer les programmes de financement gouvernemental en lien avec notre offre de services consolidée et inclusive et en identifier les cibles | En continu |  |  |  |  | DG, DGA | Pérennisation des financements gouvernementaux existants | Nombre d'ententes partenariales   |
| Formaliser des ententes de financement de façons récurrentes avec les partenaires gouvernementaux |  |  |            |  |  |  |  |         |  |   |

|   |                                    |   |  |  |  |  |  |  |  |   |                                      |
|---|------------------------------------|---|--|--|--|--|--|--|--|---|--------------------------------------|
|   |                                    |   |  |  |  |  |  |  | Diversification des sources de revenus gouvernementaux   | Augmentation des revenus gouvernementaux                        |                                      |
|   | Accroître nos revenus auto-générés | Évaluer la pertinence d'investir dans des activités de levée de fonds, et advenant une évaluation positive, développer et mettre en œuvre des activités de levée de fonds |  |  |  |  |  |  | DG, DGA, CA  | Une stratégie de levée de fonds est développée et mise en œuvre | Augmentation de revenus auto-générés |
|   |                                    | Réviser la grille tarifaire de nos services et le système d'adhésion de façon générale (surtout en lien avec les nouveaux projets mis en œuvre dans les CIUSSS)           |  |  |  |  |  |  |  |   |                                      |
|   |                                    | Évaluer d'autres sources de revenu possibles  |  |  |  |  |  |  |  |   |                                      |
| Explorer la plus-value de la mise en place d'un comité de financement, et advenant une évaluation positive, mettre en place le comité |                                    |   |  |  |  |  |  |  |  |   |                                      |
|   |                                    |   |  |  |  |  |  |  | Les tarifs et le système d'adhésion de l'organisation sont ajustés en tenant compte de la réalité financière de nos membres et de nos partenariats institutionnels | Le nombre de membres augmente                                   |                                      |

**AXE 4 : STRUCTURE ORGANISATIONNELLE**

**CHANGEMENT SOUHAITÉ :**  
**UN FONCTIONNEMENT INTERNE ET DES PRATIQUES QUI PERMETTENT LA MISE EN OEUVRE DE L'OFFRE DE SERVICES**

Il s'agit de s'assurer que les professionnels de l'organisation reçoivent le soutien et la formation nécessaire à la dispensation des services, qu'ils sont en nombre suffisant pour répondre aux besoins et que l'organisation dispose d'une infrastructure physique répondant à ses besoins.

| Objectifs stratégiques  | Stratégies d'action   | Actions   | An 1 | An 2 | An 3 | An 4 | An 5 | Porteurs                                | Résultats attendus                               | Indicateurs de progrès  |
|---|---|---|------|------|------|------|------|---|--|---|
| <b>Mettre à jour la structure et le fonctionnement interne de l'organisation</b>  | Réviser l'organigramme et le fonctionnement interne de l'organisation | Procéder à une analyse de la structure et des rôles et des responsabilités et revoir l'organigramme en fonction des changements engendrés par les orientations stratégiques |      |      |      |      |      | DG, DGA, CA (comité RH-Fin), cabinet RH | Le fonctionnement de l'organisation est optimisé | Nouvel organigramme   |
|   |   | Assurer la mise à jour et le développement des outils de gestion et des procédures de l'organisation  |      |      |      |      |      |   |  | Présentation des grandes fonctions des postes-clés à l'AQPAMM |
| Déterminer les grandes fonctions des postes-clés au sein de l'organisation  | 2 workflows : 1 pour chaque volet de l'organisation                   |   |      |      |      |      |      |   |  |   |
| Créer une schématisation ("workflow") pour les deux volets communautaire et corporatif de l'organisation, incluant les rôles et responsabilités des acteurs clefs |   |   |      |      |      |      |      |   |  |   |
|   |   | Évaluer nos besoins d'infrastructure physique et s'ajuster en fonction de l'évaluation  |      |      |      |      |      | DG, DGA, Responsable                    | Les ressources matérielles et                    | L'AQPAMM dispose d'un   |

|                                    |   |   |  |  |  |  |        |   |  |  |
|------------------------------------|---|---|--|--|--|--|--------|---|--|--|
|                                    | Adapter notre infrastructure physique et technologique                                  | <p>Évaluer nos besoins technologiques et adapter notre matériel en fonction des besoins</p> <p>Assurer la formation de l'équipe quant à l'utilisation des outils informatiques mis en place par l'organisation (en continu)</p>   |  |  |  |  |        | de l'administration   | informatiques sont à jour et favorisent l'atteinte des objectifs (ex : offre de services virtuelle)  | <p>espace physique qui facilite le bien-être de l'équipe</p> <p>Parc informatique à jour</p> <p>Formations reçues annuellement par l'équipe sur l'utilisation des technologies</p> |
| <b>Être un employeur attractif</b> | Offrir des conditions de travail favorisant l'attractivité et la rétention du personnel | <p>Identifier, selon la situation financière, les pistes d'amélioration des conditions de travail</p> <p>Réviser la politique de GRH et la politique salariale</p> <p>Établir et maintenir un climat de travail sain et favorable à la collaboration, la communication et la consolidation des équipes de travail</p> <p>Renforcer la formation continue du personnel, l'accompagnement et l'offre de coaching (en continu)</p> <p>Assurer le suivi de la planification stratégique et des plans d'action annuels et diffuser l'information aux personnes concernées au sein de l'organisation (en continu)</p> |  |  |  |  | DG, CA | L'AQPAMM est capable de recruter et retenir du personnel de qualité | <p>Contribution financière de l'organisation à ces mesures</p> <p>Évaluation de la satisfaction au travail du personnel</p> <p>Moyenne du nombre d'années d'ancienneté</p> |  |

|   |   |   |  |  |  |  |  |                                 |  |   |
|---|---|---|--|--|--|--|--|---------------------------------|--|---|
| <b>Favoriser un fonctionnement démocratique et l'implication des membres de l'entourage dans la vie associative</b> | Clarifier et renforcer le rôle joué par le Comité des membres au sein de l'organisation       | Poursuivre le travail de structuration du Comité, ainsi que la clarification, la révision et le déploiement de son mandat<br><br>Identifier et prioriser, annuellement et sur la base de la planification stratégique, les actions clés à réaliser et/ou les messages clés à passer   |  |  |  |  |  | DG, DGA, CA, Comité des membres | De liens solides de collaboration existent entre l'équipe de l'AQPAMM et les membres du comité | Nombre de membres actifs au sein du comité des membres<br><br>Nombre d'actions menées par le comité en lien avec la mission de l'AQPAMM           |
|   | Soutenir le comité dans le déploiement d'actions qu'il mène auprès des membres et partenaires | Assurer un lien de communication et de collaboration ouvert entre le CA, le Comité et l'équipe de l'AQPAMM (en continu)<br><br>Élaborer un ordre de mission pour encadrer les actions de représentation du Comité des membres auprès des partenaires<br><br>Mettre à disposition du Comité des membres des ressources de l'AQPAMM pour faciliter le déploiement des actions choisies (en continu) |  |  |  |  |  |                                 | Le comité est actif et déploie régulièrement des actions                                       | Le comité des membres figure sur la trajectoire de services de l'AQPAMM et constitue une façon pour les membres de s'investir dans l'organisation |