



Association du Génie militaire canadien

Plan stratégique 2005 – 2010

Message du président

L'objectif de l'AGMC est *d'améliorer les capacités du Canada en matière d'ingénierie militaire et à assurer le bien-être des membres de la famille du Génie militaire canadien*. Pour ce faire, nous avons mis en œuvre différents moyens et réalisé certaines des activités suivantes :

- réécriture du livre *Coutumes et traditions du Génie militaire canadien*;
- collaboration avec le ministère des Anciens Combattants afin de s'assurer que le nom de tous les membres du Génie militaire est inclus dans le Septième Livre du Souvenir, placé dans la tour de la Paix située sur la Colline du Parlement;
- production d'un important ouvrage de référence sur les services de soutien afin d'aider les personnes qui tentent de venir en aide aux gens dans le besoin;
- remise annuelle de bourses aux membres de l'AGMC et à leurs personnes à charge afin que celles-ci puissent terminer leurs études post-secondaires;
- parrainage des Prix pour les meilleurs étudiants dans nos trois écoles;
- parrainage de compétitions/concours au sein des unités.



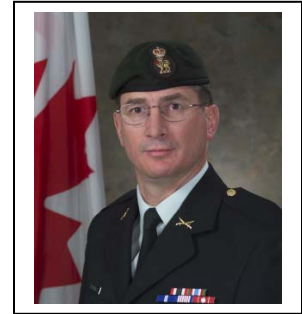
Après cinq ans d'existence, nous avons récemment examiné nos réussites et déterminé les orientations stratégiques que nous mettrons en œuvre au cours des cinq prochaines années. Le sondage réalisé auprès des membres nous a permis d'obtenir des renseignements précieux pour ce processus. C'est pourquoi je désire remercier tous les membres de l'AGMC qui ont fourni ces précieux renseignements dans le cadre de ce sondage. Je remercie tout particulièrement M. Dave Carney, qui nous a aidés dans le cadre du processus d'élaboration d'un nouveau plan stratégique. Les résultats présentés dans ce rapport constituent un excellent point de départ pour l'élaboration de plans d'activités nous permettant d'orienter nos efforts et nos priorités durant les cinq prochaines années.

Ken Holmes
Président
Association du Génie militaire canadien

Message du conseiller de la Branche du GMC

Le Génie militaire canadien est un groupe composé de divers professionnels qui s'efforcent d'agir sur les composantes physiques de l'espace de combat afin de répondre aux exigences du commandant. Pour ce faire, chacun d'entre nous doit adopter les concepts de devoir, d'intégrité, de loyauté, de courage et de travail d'équipe dans notre application qualifiée et disciplinée d'un ensemble systématisé de connaissances avancées nécessaires tant au combattant professionnel qu'à l'ingénieur. Personne d'entre nous ne peut à lui seul maîtriser tous les aspects de ces deux professions.

Toutefois, tous ensemble, nous pouvons y arriver. En fait, nous le devons. Le Canada ne s'attend à rien de moins. Grâce à nos efforts combinés, les membres du Génie militaire canadien servent notre pays et les FC. Durant notre premier siècle de service, nos prédécesseurs ont établi des repères pour les membres qui sont actuellement au service de notre pays et pour leurs successeurs. L'expérience de nos prédécesseurs qui, en temps de paix comme en temps de guerre, ont relevé ensemble des défis et des difficultés communes, fait partie intégrante de notre mémoire institutionnelle. La camaraderie dont ils ont fait preuve est maintenant la nôtre. En fait, l'esprit de corps qui unit les divers membres de notre Branche a été un élément clé de nos succès passés et actuels.



En 1995, le Conseil du GMC a reconnu la nécessité de mettre sur pied une association afin de favoriser la camaraderie entre les membres du Génie militaire canadien actuellement en service et les membres retraités, y compris les membres de l'Équipe de la Défense et nos familles. Ce sentiment d'appartenance à une équipe professionnelle est essentiel lorsque les membres du Génie militaire canadien en service doivent relever ensemble les défis qui s'imposent, en temps de guerre comme en temps de paix, ici et ailleurs. Ainsi, une seule association regroupant tous les membres du Génie, l'Association du Génie militaire canadien (AGMC), a été mise sur pied. Au cours de ses cinq premières années d'existence, l'AGMC a concentré ses efforts sur l'établissement de chapitres régionaux dans des régions clés, et ce, dans un seul but : « *améliorer les capacités du Canada en matière d'ingénierie militaire et à assurer le bien-être des membres de la famille du Génie militaire canadien* ».

Maintenant que l'Association s'est imposée, la direction de l'AGMC a élaboré une intention stratégique afin de miser sur les réussites et de remédier aux lacunes présentes au sein de l'Association. Le document qui en a découlé, soit le *Plan stratégique de l'AGMC 2005-2010*, a été présenté au Conseil du GMC en novembre 2005. En tant que président du conseil du GMC, il me fait plaisir de vous informer que le Conseil approuve avec enthousiasme ce plan.

J'encourage tous les membres de la famille du Génie militaire canadien à soutenir l'AGMC et à y jouer un rôle actif. Grâce à notre engagement, nous contribuons à l'essor de notre profession et au développement de notre nation. Chimo!

Colonel John Tattersall
Conseiller de la Branche du GMC

1. INTRODUCTION

L'Association du Génie militaire canadien vit une période de changement spectaculaire. Pour y survivre, elle se devra de conserver sa souplesse, sa grande pertinence et sa finesse politique, de demeurer proactive, et d'avoir une compréhension claire de son rôle en ce qui a trait au soutien des membres actifs ou à la retraite, militaires ou civils, de la grande famille du génie militaire. Cet objectif est conforme aux conclusions tirées à la suite de l'enquête menée auprès des membres de l'AGMC, résultats selon lesquels la volonté de changer et l'acceptation des changements constituaient des éléments essentiels au succès futur de l'organisation. L'AGMC doit favoriser et encourager une culture de communications actives, axée sur l'engagement des chefs de la Branche du GMC, à tous les échelons, des bénévoles, et des chapitres locaux.

L'élaboration d'un plan stratégique pour l'Association du génie militaire canadien constitue une étape essentielle de son positionnement, pour qu'elle puisse relever les défis à venir et répondre aux besoins de ses membres et de tous les Canadiens. En cette époque de restructuration des Forces armées et d'initiatives visant à soutenir les anciens combattants, l'AGMC doit faire face à ces nouveaux défis et répondre à ces nouveaux besoins. L'Association a redoublé ses efforts afin d'être mieux intégrée et de mieux correspondre aux priorités des membres et du GMC.

Le défi le plus grand qui attend l'AGMC est sans aucun doute de faire preuve de plus de pertinence pour ses membres, de tenter de répondre aux demandes de renseignements de ceux-ci, tout en établissant des chapitres locaux solides, afin de répondre aux besoins changeants de ses membres et de la population canadienne.

2. MISSION DE L'AGMC

« Rehausser l'efficacité de la capacité du Génie militaire du Canada et faciliter le bien-être de tous les membres du Génie militaire canadien. »

3. PRINCIPALES FONCTIONS DE L'AGMC

3.1. L'AGMC offre des services de coordination et établit la communication entre les membres actuellement en service et les membres retraités, ainsi qu'avec les organismes associés. Elle a pour objectif d'encourager une bonne communication et d'établir des liens étroits entre tous les membres actuels et les anciens membres du Génie militaire canadien, leurs prédécesseurs et les membres civils, et les organisations associés.

3.2. L'AGMC fait la promotion de l'excellence continue dans le développement du génie militaire, rehausse l'efficacité des capacités du Canada en matière de génie militaire, et crée un intérêt pour toutes les facettes du génie militaire.

- 3.3.** L'AGMC veut assurer le bien-être de tous les membres de l'Association et répondre rapidement et efficacement à toute demande provenant d'un membre ou de sa famille.
- 3.4.** L'AGMC veut préserver l'histoire des membres du Génie militaire canadien, honorer leurs coutumes, leurs traditions et leur héritage et commémorer leurs réalisations et sacrifices.
- 3.5.** L'AGMC veut offrir à ses membres de meilleures possibilités de carrière au sein des Forces canadiennes et dans la société en général. Elle a pour objectif de rehausser la position du GMC tant comme élément opérationnel que comme élément de soutien opérationnel des Forces canadiennes et, par conséquent, d'accroître les possibilités offertes aux membres du GMC, au sein des Forces canadiennes et dans la société canadienne en général.
- 3.6.** L'AGMC représente les intérêts du génie militaire auprès du gouvernement du Canada et d'autres organismes qui s'occupent de questions de sécurité nationale. Elle travaille en collaboration avec d'autres organisations qui voient aux intérêts du Canada en matière de sécurité stratégique et nationale, conseille le gouvernement du Canada, par l'entremise du ministre de la Défense nationale, sur des questions liées au génie militaire.

4. CLIENTS/PARTENAIRES DE L'AGMC

- 4.1.** À titre d'association de soutien pour une branche des Forces canadiennes, l'AGMC a comme principal partenaire la Branche du Génie militaire canadien. Sa clientèle est formée de toutes les personnes qui ont des liens avec cette Branche et ses rôles.
- 4.2.** L'Association compte environ 960 membres. De ce nombre, 80 % appartiennent à la Force régulière, 13 % sont des militaires à la retraite, 3 % des civils, 2 % des membres de la Réserve, et un autre 2 % des membres de la Réserve à la retraite.
- 4.3.** L'Association compte 18 chapitres régionaux, deux groupes d'intérêt particuliers représentant des cartographes et des pompiers, et un certain nombre de membres hors cadre. Les chapitres régionaux sont établis dans les villes suivantes :

Calgary Chilliwack Cold Lake Edmonton Esquimalt Gagetown	Kingston Lunenburg Moncton Ottawa Petawawa Québec	St John's Sydney Toronto Trail Trenton Winnipeg
---	--	--

4.4. L'AGMC compte également des membres de la Société historique de la BFC Chilliwack, des sapeurs retraités de l'Atlantique (Atlantic Retired Sappers) et de CanTechAide.

5. ENJEUX STRATÉGIQUES DE L'AGMC

5.1. À l'instar de bon nombre d'associations de soutien bénévoles du Canada, l'AGMC doit offrir quelque chose d'unique à ses membres, alors que diverses options s'offrent à eux. Nous sommes à l'ère de l'information et même si les frais d'adhésion à l'AGMC sont peu élevés, tous les membres veulent en avoir pour leur argent et obtenir des services de qualité. De même, les membres ont le choix quant aux groupes auxquels ils se joignent, avec qui ils partagent des intérêts et à qui ils donnent gracieusement de leur temps. Un certain nombre de grandes priorités forment la base de la réponse stratégique de l'AGMC et son plan à long terme.

5.2. Communications internes : L'AGMC a un rôle essentiel à jouer en matière de communications et à titre de principale voix de la famille du Génie militaire canadien, en tant qu'association « unique » pour tous. C'est là l'enjeu le plus important soulevé lors de l'enquête que l'AGMC a menée auprès de ses membres. Les communications sont essentielles à l'avenir de l'Association et permettront à cette dernière de répondre aux attentes de ses membres. Ce ne sont toutefois pas tous les membres qui ont accès à Internet et aux autres moyens modernes de communication, et il faudra par conséquent trouver d'autres façons de servir ces membres qui n'ont pas accès à ces modes de communication. Il faudra mettre en place un réseau solide afin d'établir des liens entre tous les membres, fournir à ces derniers des renseignements pertinents, et leur montrer qu'ils peuvent s'attendre à des bénéfices tangibles en retour des frais d'adhésion qu'ils versent. Plus important encore, il faudra bien préciser aux membres, et ce sera là le cœur de toute stratégie à long terme, que même si les frais d'adhésion qu'ils payent sont importants pour l'avenir de l'Association, ce sont leurs connaissances qui nous intéressent, et non leur argent.

5.3. Communications externes : Reconnue comme la voix du génie militaire au Canada, l'AGMC doit se faire connaître auprès du grand public et des autres associations de même nature qui partagent nos intérêts. Que ces moyens de communications externes soient axés sur des activités politiques venant appuyer le Génie militaire canadien, ou qu'ils servent à fournir de l'information pouvant intéresser le public en général, l'AGMC doit représenter tous les ingénieurs militaires dans l'ensemble de leurs activités.

5.4. Engagement de tous les chefs du GMC, à tous les échelons : Il sera essentiel au succès de l'AGMC au cours des cinq prochaines années de bien comprendre ce que les membres attendent d'une organisation de soutien, et d'obtenir une rétroaction constante sur les sujets qui les préoccupent. Les chefs, à tous les échelons, doivent être prêts à fournir cette rétroaction à l'AGMC, de manière qu'elle puisse concentrer ses efforts sur les besoins réels et actuels du GMC. La

récente enquête que l'AGMC a menée auprès de ses membres a constitué la première étape de cette démarche, et a permis d'obtenir d'importants renseignements pour le plan stratégique. Nous devons obtenir l'engagement des dirigeants du GMC à l'échelle locale, et les personnes nommées aux postes clés, comme le conseiller de la Branche du GMC, le colonel commandant, et l'adjudant chef de la Branche du GMC, doivent faire une promotion active de l'Association.

- 5.5. Rôle de l'Association et rôle de la Branche** : En tant qu'organisation qui prétend exister afin de soutenir un élément des forces armées d'une nation, l'Association doit trouver le juste équilibre entre ce qu'elle offre et ce que le GMC offre. Il faut atteindre un certain équilibre entre les deux organisations et que leur relation soit très claire. Même si l'AGMC connaît bien les responsabilités des FC à l'égard des personnes dans le besoin, responsabilités qu'elle définit dans son protocole sur les « Services aux membres », un dédoublement des efforts reste possible, surtout à l'échelle locale. La relation actuelle n'est pas claire et une certaine duplication demeure également dans certains outils de communication comme les CHIMO Communiqués. De plus, un bon nombre de services et de programmes sont offerts pour soutenir les membres en service, quelles que soient les circonstances, alors que d'autres programmes sont offerts par l'Association. Il faudra définir clairement ces services et les rôles de chacun pour mieux servir l'ensemble des membres.
- 5.6. Bénévolat** : Les associations sans but lucratif comme l'AGMC dépendent entièrement des bénévoles, des « gens d'action ». Sans ces gens d'action engagés, dévoués, et en constant renouvellement, dans toutes les régions du pays, l'Association ne pourrait remplir son mandat. De nombreux chapitres fonctionnent actuellement au ralenti en raison d'un manque de bénévoles prêts à prendre les rênes et à se partager la charge de travail. L'Association doit mettre au point une stratégie pour redresser la situation et s'assurer de la reconnaissance continue et de la participation de futurs bénévoles.
- 5.7. Membres** : Bien qu'elle compte près de 1 000 membres, l'AGMC doit trouver des moyens de recruter de nouveaux membres parmi toutes ces personnes qui s'intéressent au génie militaire au Canada, mais ne participent pas aux activités de l'Association. Nous devons mieux vendre l'AGMC, bien connaître nos membres, et s'assurer de leur appartenance à long terme.
- 5.8. Viabilité des chapitres** : Nous avons choisi comme modèle de gouvernance pour l'AGMC d'avoir une organisation régionale présente dans tout le Canada, avec des centres de masse près des unités de génie militaire existantes. Il faut s'éloigner de l'idée d'une association centrée sur Ottawa et d'un « club des anciens ingénieurs » pour concentrer nos efforts dans les chapitres régionaux s'adressant aux membres de tous horizons. Il faut créer de nouveaux chapitres, ramener à la vie les anciens chapitres, et planifier la viabilité à long terme de ces chapitres.

6. PLAN STRATÉGIQUE DE L'AGMC

Objectif stratégique 1 – Communications

- 6.1. Objectif 1.1** *Fournir aux membres des renseignements d'intérêt sur les Forces canadiennes.*
- 6.2. Stratégie de mise en œuvre 1.1.1** : Établir un réseau pour recueillir, examiner et diffuser des renseignements d'intérêt. De nombreuses sources sont disponibles pour connaître l'information publiée par les Forces armées. L'AGMC doit mettre au point une méthode pour naviguer parmi toute cette information et permettre à ses membres d'avoir accès aux renseignements qu'ils recherchent.
- 6.3. Stratégie de mise en œuvre 1.1.2** : Encourager chaque membre à s'exprimer. Tous les membres, qu'ils soient des civils, des militaires, des retraités ou des membres en service, doivent être encouragés à raconter aux autres ce qu'ils font et qui pourrait intéresser d'autres membres. L'AGMC doit jouer un rôle central dans l'obtention de ces renseignements auprès des membres et dans leur diffusion par la suite à tous les autres membres.
- 6.4. Objectif 1.2** *Fournir aux membres des renseignements d'intérêt sur le génie militaire canadien.*
- 6.5. Stratégie de mise en œuvre 1.2.1** : Obliger les membres de l'exécutif de l'AGMC à échanger avec les membres sur les sujets touchant leur domaine d'intérêt. Bon nombre des membres de l'exécutif travaillent au nom des membres de l'Association, sans que ces derniers soient mis au courant des détails de leurs activités. Il faudra mettre au point une méthode pour recueillir de l'information à ce sujet et la diffuser.
- 6.6. Stratégie de mise en œuvre 1.2.2** : Faire part des activités de l'AGMC dans les CHIMO Communiqués. De nombreuses activités se déroulent à tout moment. Ces activités doivent être connues et diffusées dans les CHIMO Communiqués de l'AGMC.
- 6.7. Stratégie de mise en œuvre 1.2.3** : Améliorer la distribution du CHIMO Communiqué. Bon nombre de membres ne savent pas comment avoir accès au Communiqué, et grand nombre d'entre eux n'ont peut-être pas les moyens d'accéder au Communiqué.
- 6.8. Objectif 1.3** *Améliorer les communications avec les membres.*
- 6.9. Stratégie de mise en œuvre 1.3.1** : Établir et maintenir un réseau pour joindre tous les membres. Il n'existe pas de méthode simple pour entrer en communication avec tous les membres de l'AGMC. Un réseau doit être mis sur pied afin de joindre tous les membres de différentes façons.
- 6.10. Stratégie de mise en œuvre 1.3.2** : Trouver des façons de communiquer avec les membres qui n'ont pas accès à Internet. Un certain coût est lié à cette stratégie, puisque les coûts d'impression et les tarifs postaux augmentent. Il existe

toutefois des options pour joindre les membres qui n'ont pas accès à Internet sans que cela coûte trop cher.

6.11. Objectif 1.4 *Améliorer les communications avec les chapitres en ce qui a trait aux événements locaux.*

6.12. Stratégie de mise en œuvre 1.4.1 : Encourager les chapitres à diffuser de l'information sur les événements locaux. Des activités se déroulant à un bout du pays peuvent intéresser des membres des autres régions, et encourager ces derniers à calquer les activités de leur chapitre sur celles des chapitres des autres régions.

6.13. Stratégie de mise en œuvre 1.4.2 : Aider les chapitres dans leurs activités de communication. Un soutien technique centralisé et à l'occasion du financement offert par l'AGMC pourraient grandement aider les chapitres dans leurs activités de communications.

7. Encourager le leadership au sein du GMC

Objectif stratégique 2 – Leadership

7.1. Objectif 2.1 *Encourager le leadership au sein du GMC.*

7.2. Stratégie de mise en œuvre 2.1.1 : Encourager les dirigeants de l'AGMC à chercher conseil auprès du GMC, à tous les échelons. Les chapitres locaux doivent savoir comment ils peuvent mieux répondre aux besoins des membres de leur région. L'établissement de liens étroits entre les deux groupes est nécessaire si l'on veut s'assurer que les chapitres tiennent des événements et fournissent des services qui reçoivent le plein appui des dirigeants locaux du GMC.

7.3. Stratégie de mise en œuvre 2.1.2 : Élaborer un protocole en vue de communications continues entre l'AGMC et le GMC. Il faudra mettre au point une méthode viable pour garantir le succès à long terme des activités des chapitres, et assurer un dialogue constant entre l'Association et les dirigeants du GMC.

7.4. Stratégie de mise en œuvre 2.1.3 : Accroître la présence de membres de l'AGMC au sein des fonctions officielles du GMC. La présence de membres de l'AGMC, et la reconnaissance de cette présence par les dirigeants du GMC, sont essentielles au maintien des efforts visant à souligner l'importance d'être membre de l'AGMC.

7.5. Stratégie de mise en œuvre 2.1.4 : Établir et maintenir des relations entre l'exécutif de l'AGMC et les postes clés du GMC, à tous les échelons. À l'échelle nationale et locale, une Association forte ne peut survivre que par des relations solides entre les dirigeants clés des deux organismes.

7.6. Stratégie de mise en œuvre 2.1.5 : S'assurer que les dirigeants du GMC démontrent publiquement leur appui à l'AGMC. Les dirigeants du GMC doivent soutenir leur association. Ils doivent le faire en public, et ils doivent le faire souvent.

7.7. Objectif 2.2 Clarifier la relation entre le GMC et l'AGMC.

7.8. Stratégie de mise en œuvre 2.2.1 : Inviter le GMC à examiner cette relation et à la renouveler. Une compréhension claire des attentes de la Branche est essentielle si l'on veut s'assurer que l'AGMC réponde aux besoins actuels du GMC.

7.9. Stratégie de mise en œuvre 2.2.2 : Inviter le GMC à confirmer et à clarifier le mandat des deux groupes. Une définition claire des rôles et responsabilités des deux groupes est essentielle au maintien d'une relation saine et solide.

7.10. Stratégie de mise en œuvre 2.2.3 : Déterminer le rôle de l'AGMC par rapport aux points de vue du GMC. L'AGMC doit répondre au mandat et aux responsabilités définis par le GMC par un examen de son propre mandat.

8. Bénévolat – Nous avons besoins de « gens d'action »

Objectif stratégique 3 – Bénévolat

8.1. Objectif 3.1 Augmenter l'action bénévole au sein de l'AGMC.

8.2. Stratégie de mise en œuvre 3.1.1 : Définir les besoins de l'AGMC, à tous les échelons, pour ce qui est des compétences des bénévoles, du nombre de bénévoles nécessaires, et d'un possible partage des tâches. Un énoncé national des besoins constitue la première étape en vue d'accroître l'action bénévole au sein de l'AGMC.

8.3. Stratégie de mise en œuvre 3.1.2 : Élaborer un plan à long terme pour recruter, soutenir, reconnaître et renouveler les bénévoles de toutes sortes. Il faut recruter des bénévoles qui représentent les nombreuses facettes des membres actuels de l'Association. Il faut par la suite les encourager à maintenir leur relation avec l'Association.

8.4. Stratégie de mise en œuvre 3.1.3 : Repérer les personnes en transition entre le GMC et la vie civile et cultiver des liens avec ces personnes. Il faut repérer d'éventuels nouveaux membres qui seraient en transition entre le service actif et la vie civile et porter à leur attention les avantages d'être membre de l'AGMC et de participer à ses activités.

9. Mise sur pied et exploitation de chapitres régionaux viables

Objectif stratégique 4 – Viabilité des chapitres

9.1. Objectif 4.1 Améliorer la viabilité des chapitres et accroître le nombre de membres.

9.2. Stratégie de mise en œuvre 4.1.1 : Accroître le nombre de chapitres en créant des « centres de masse » régionaux. Non seulement faut-il accroître le nombre de

membres au sein des 18 chapitres régionaux existants, mais il faut également mettre sur pied de nouveaux chapitres pour desservir tous ceux qui s'intéresseraient au génie militaire et qui habiteraient une région où l'Association n'est pas représentée.

- 9.3. Stratégie de mise en œuvre 4.1.2 :** Aider les chapitres en matière de recrutement. Les chapitres ont besoin, dans leurs efforts de recrutement, de l'aide de ceux des autres régions qui ont de l'expérience et des autres officiers nationaux.
- 9.4. Stratégie de mise en œuvre 4.1.3 :** Mettre au point une « boîte à outils » afin d'aider les chapitres dans leur fonctionnement. Le fait de mettre au point une boîte à outils afin d'aider les chapitres à fonctionner une fois formés permettra d'améliorer grandement la viabilité des nouveaux chapitres comme des anciens. Il existe au sein de l'AGMC des modèles qui ont réussi et qui pourraient former la base de cette boîte à outils et ainsi rendre les opérations quotidiennes des chapitres moins coûteuses. Tous sont pressés par le temps et cette boîte à outils pourrait transformer les opérations régulières des chapitres en fonctions de routine.

10. MESURE DU RENDEMENT

- 10.1.** L'AGMC a mis au point une série de mesures du rendement qui seront utilisées comme indicateurs de réussite pour rendre compte du taux de progression de l'Association au cours des cinq prochaines années relativement aux objectifs établis. Ces indicateurs de réussite formeront la base des plans et activités annuels de l'Association visant la mise en œuvre du présent plan stratégique.

Objectif de l'AGMC	Objectif de l'AGMC	Stratégie de mise en œuvre	Indicateurs de rendement
1. Communications	1.1 Fournir aux membres des renseignements d'intérêt sur les Forces canadiennes.	1.1.1 Établir un réseau pour recueillir, examiner et diffuser des renseignements d'intérêt. 1.1.2 Encourager chaque membre à s'exprimer.	1.1 Établissement d'un réseau. Hausse des activités de communication des membres.
	1.2 Fournir aux membres des renseignements d'intérêt sur le génie militaire canadien.	1.2.1 Obliger les membres de l'exécutif de l'AGMC à échanger avec les membres sur les sujets	1.2 Participation régulière de l'exécutif aux activités de communication. Hausse de la

Objectif de l'AGMC	Objectif de l'AGMC	Stratégie de mise en œuvre	Indicateurs de rendement
		<p>touchant leur domaine d'intérêt.</p> <p>1.2.2 Faire part des activités de l'AGMC dans les CHIMO Communiqués.</p> <p>1.2.3 Améliorer la distribution du CHIMO Communiqué.</p>	<p>participation de l'AGMC au CHIMO Communiqué. Meilleure distribution du Communiqué.</p>
	<p>1.3 Améliorer les communications avec les membres.</p>	<p>1.3.1 Établir et maintenir un réseau pour joindre tous les membres.</p> <p>1.3.2 Trouver des façons de communiquer avec les membres qui n'ont pas accès à Internet.</p>	<p>1.3 Établissement d'un réseau. Meilleures communications avec les membres.</p>
	<p>1.4 Améliorer les communications avec les chapitres en ce qui a trait aux événements locaux.</p>	<p>1.4.1 Encourager les chapitres à diffuser de l'information sur les événements locaux.</p> <p>1.4.2 Aider les chapitres dans leurs activités de communication.</p>	<p>1.4 Sondages qualitatifs auprès des chapitres afin de mesurer la réussite. Hausse de l'apport des chapitres sur le plan national.</p>
<p>2. Leadership</p>	<p>2.1 Encourager le leadership au sein du GMC.</p>	<p>2.1.1 Encourager les dirigeants de l'AGMC à chercher conseil auprès du GMC, à tous les</p>	<p>2.1 Rapports périodiques présentés par les chapitres et l'association</p>

Objectif de l'AGMC	Objectif de l'AGMC	Stratégie de mise en œuvre	Indicateurs de rendement
		échelons.	nationale.
		2.1.2 Élaborer un protocole en vue de communications continues entre l'AGMC et le GMC.	2.2 Élaboration et utilisation d'un protocole.
		2.1.3 Accroître la présence de membres de l'AGMC au sein des fonctions officielles du GMC.	2.3 Suivi de la présence de membres de l'AGMC.
		2.1.4 Établir et maintenir des relations entre l'exécutif de l'AGMC et les postes clés du GMC, à tous les échelons.	2.4 Existence de relations utiles.
		2.1.5 S'assurer que les dirigeants du GMC démontrent publiquement leur appui à l'AGMC.	2.5 Hausse du nombre de membres et des rapports provenant des chapitres.
	2.2 Clarifier la relation entre le GMC et l'AGMC.	2.2.1 Inviter le GMC à examiner cette relation et à la renouveler.	2.6 Réponse officielle du GMC.
		2.2.2 Inviter le GMC à confirmer et à clarifier le mandat des deux groupes.	2.7 Réponse officielle du GMC.
		2.2.3 Déterminer le	2.8 Réponse

Objectif de l'AGMC	Objectif de l'AGMC	Stratégie de mise en œuvre	Indicateurs de rendement
		rôle de l'AGMC par rapport aux points de vue du GMC.	officielle du GMC.
3. Bénévolat	3.1 Augmenter l'action bénévole au sein de l'AGMC.	3.1.1 Définir les besoins de l'AGMC, à tous les échelons, pour ce qui est des compétences des bénévoles, du nombre de bénévoles nécessaires, et d'un possible partage des tâches.	3.1 Document sur les besoins.
		3.1.2 Élaborer un plan à long terme pour recruter, soutenir, reconnaître et renouveler les bénévoles de toutes sortes.	3.2 Plan à long terme et hausse du bénévolat.
		3.1.3 Repérer les personnes en transition entre le GMC et la vie civile et cultiver les liens avec ces personnes.	3.3 Protocole pour les personnes en transition.
4. Viabilité des chapitres	4.1 Améliorer la viabilité des chapitres et accroître le nombre de membres.	4.1.1 Accroître le nombre de chapitres en créant les « centres de masse » régionaux.	4.1 Hausse du nombre de chapitres.
		4.1.2 Aider les chapitres en matière de recrutement.	4.2 Hausse du nombre de membres.
		4.1.3 Mettre au	4.3 La boîte à outils

Objectif de l'AGMC	Objectif de l'AGMC	Stratégie de mise en œuvre	Indicateurs de rendement
		point une « boîte à outils » afin d'aider les chapitres dans leur fonctionnement.	a-t-elle été remplie?

11. VISION DE L'AVENIR

Le plan stratégique de l'AGMC pour 2005-2010 servira de guide à l'Association et l'aidera à réaliser sa vision, soit d'être la voix des membres de la famille du génie militaire au Canada, en fournissant à ses membres des renseignements d'intérêt utiles et opportuns, en s'assurant l'engagement plein et entier des dirigeants du GMC, et en garantissant une base solide de bénévoles agissant au sein d'une association régionale avec des chapitres locaux solides. Pour réaliser cette vision, l'Association devra pouvoir compter sur des synergies et des partenariats, à l'interne comme à l'externe, et adopter un modèle élargi de leadership partagé avec la communauté du Génie militaire canadien. Grâce à des plans d'activités annuels, préparés selon un cycle de trois ans, les stratégies de mise en œuvre de l'AGMC se traduiront par des actions précises qui contribueront à l'obtention des résultats visés par l'Association et à la réalisation de sa vision globale.

À l'aube de ce XXI^e siècle, la promesse du génie militaire de soutenir les besoins de la nation et de contribuer au bien-être des Canadiens demeure essentielle. Avec l'aide de ses partenaires, l'Association du Génie militaire canadien pavera le chemin vers cet avenir.

Priorités stratégiques

- 1. Communications*
- 2. Leadership*
- 3. Bénévolat*
- 4. Viabilité des chapitres*