

PLAN D'ACTION 2015

Conseil d'administration

21 janvier 2015



POUVOIR NOURRIR
POUVOIR GRANDIR

LÉGENDE DES ORIENTATIONS STRATÉGIQUES



Offre de services

À partir des besoins de la clientèle, bonifier, développer et commercialiser **l'offre de service de la FUPAM**



Positionnement, communication et développement du milieu

À l'aide d'un **plan de communication adapté et du déploiement stratégique** de ses ressources, positionner solidement la FUPAM dans son milieu.



Valorisation de la profession

Valoriser la profession de façon novatrice et efficace



Vie démocratique, mobilisation et amélioration des processus

Maximiser la vie démocratique et améliorer les processus de fonctionnement de la FUPAM.



Solidarité entre pairs

Développer et améliorer les **réseaux d'entraide** entre les producteurs.

LÉGENDE DES PRIORITÉS



Prioritaire



Moyennement prioritaire



Non prioritaire



Nouvelle activité



Choix des élus

DOSSIERS INTERNES

Les activités de base

VIE DÉMOCRATIQUE

LES GRANDS INDICATEURS

1



- Tenir des assemblées syndicales et des rencontres d'information et de consultation CA /AGA/congrès (SL et SP).
- Produire le bulletin de la vie démocratique (CA FUPAM).

1



- Répondre aux questions et référencer les producteurs.
- Faciliter l'accès à l'information pour le personnel interne.

1



- Maintenir des liens avec la direction générale de l'Union, les fédérations spécialisées, la direction des communications et de la vie syndicale et les différents regroupement provinciaux.

- Ordre des procédures respecté.
- Débats constructifs.
- Information pertinente fournie.
- Personnel de la FUPAM reconnue pour leur expertise.
- Participer aux rencontres provinciales.
- Être à jour dans les dossiers provinciaux.
- Développement et partage d'expertise.
- Réseau de contacts actifs.



VIE DÉMOCRATIQUE




POUVOIR NOURRIR
POUVOIR GRANDIR

LES GRANDS INDICATEURS

1



- Soutenir la valorisation des produits régionaux (publicité et promotion). 

1



- Identifier les freins à la participation des producteurs aux activités de mise en marché.

- Diffusion d'une liste de producteurs (marché court).
- Promotion des activités en lien avec les produits régionaux.
- Participation active aux projets généraux du PDAAM (ex. logo identification des produits)

- Freins à la participation identifiés et solutions envisagées.



VIE DÉMOCRATIQUE




POUVOIR NOURRIR
POUVOIR GRANDIR

LES GRANDS INDICATEURS

1



- Être proactif dans l'accompagnement de la relève agricole et dans la mise en œuvre de nouvelles actions à l'établissement. 

1



- Concerter les dons des SL et SP pour une annonce publique avant Noël.

- Actions ou projets réalisés.
- Ressource interrégionale pour le SRAM et soutien financier de la FUPAM au SRAM.
- Participation active au Réseau d'action en établissement agricole de la Mauricie.

- Nouvelle participation des SL et participation concertée des SP.
- Importance de la couverture médiatique.



VIE DÉMOCRATIQUE



POUVOIR NOURRIR
POUVOIR GRANDIR

LES GRANDS INDICATEURS

1



- Réfléchir à une politique agricole à long terme. 👍

1



- Réfléchir à la participation des administrateurs et membres aux activités.

1



- Participer aux actions régionales agricoles et agroalimentaires.

- Réflexion amorcée (souveraineté alimentaire).
- Position régionale à acheminée à la CUPA.

- Causes identifiées, solutions envisagées et présentées aux instances.

- 90 % de participation.



VIE DÉMOCRATIQUE




POUVOIR NOURRIR
POUVOIR GRANDIR

LES GRANDS INDICATEURS

1



- Effectuer le suivi des résolutions (en continu). 

- Tableau des suivis mis à jour et diffusé régulièrement et prêt pour le congrès régional.

1



- Mettre à jour et améliorer le cartable des administrateurs (SL et FUPAM).

- Cartable mis à jour.
- Administrateurs FUPAM ont ou ont accès à leur cartable.

1



- Terminer la modernisation de l'UPA (bovin).

- Modernisation finalisée.



DIRECTION RÉGIONALE



POUVOIR NOURRIR
POUVOIR GRANDIR

LES GRANDS INDICATEURS

1



- Tenir des rencontres d'équipe (gestion et coordination).

1



- Donner des séances de formation et d'information ponctuelle sur divers sujets et dossiers chauds. 👍

1



- Développer les mécanismes de communication interne (*l'Info*, rencontre du personnel, blogue (dossiers provinciaux)).

1



- Optimiser le réseautage, le partenariat et les activités de relations publiques avec les organismes du milieu, les réseaux provinciaux et entre producteurs. 👍

- 15 rencontres annuelles (gestion) – 1 formation.
- 10 rencontres annuelles (coordination).
- 1 à 5 séances de formation données.
- 200 producteurs formés.
- Satisfaction quant à la circulation de l'information.
- Refonte de l'Info réalisée.
- 1 à 3 rencontre(s) annuelle(s) du personnel.
- Augmentation de la qualité et de la fréquence des représentations (direction, administrateurs, producteurs et personnel).



LES GRANDS INDICATEURS

1



- Assurer la gouvernance de la FUPAM (CA, AGA, congrès, etc.)

- Administrateurs satisfaits.
- Participation à 80%.

1



- Organiser et tenir les rencontres du comité de gouvernance.

- Participation à 80%.

1



- Tenir la journée « ménage » des bureaux de la FUPAM.

- Participation de tous les employés.

2



- Amélioration continue – recrutement à la FUPAM (ex : vidéos corporatives, structure d'accueil des nouveaux employés, etc.)

- Manuel de l'employé réalisé.
- Vidéos d'attraction réalisés.

2



- Offrir un processus de suivi pour les services de la FUPAM (sondage de satisfaction).

- Élaboration, distribution, compilation et diffusion d'un questionnaire.



COMMUNICATIONS



POUVOIR NOURRIR
POUVOIR GRANDIR

LES GRANDS INDICATEURS

1



- Assurer le service lié aux affaires réglementaires.
- Se tenir à l'affût des dossiers chauds.

1



- Assurer l'offre de service en communication à l'externe et organiser la promotion des services de la FUPAM. 👍

1



- Assurer la rédaction des textes pour la TCN en région.

1



- Assurer le dynamisme des outils de communication (site web, blogue, infolettre, journal interne, etc.)

- Règlements de dossiers mineurs.
- Producteurs référencés.
- Degré de satisfaction des producteurs.
- COM = 5 000 \$ facturable
- Budget engagé pour les services de la FUPAM.
- Participation de tous les employés.
- Tous les dossiers pertinents sont diffusés.
- Outils renouvelés.
- Mise à jour régulière du site web.
- 10 éditions de l'infolettre.

COMMUNICATIONS



POUVOIR NOURRIR
POUVOIR GRANDIR

LES GRANDS INDICATEURS

1



- Assurer la gestion médiatique et accompagner les élus et la direction dans leurs activités de relations publiques et médiatiques.


1



- Assurer l'organisation complète des journées *Portes ouvertes sur les fermes du Québec*.

1



- Dans les dossiers controversés, développer des mécanismes de communication clairs et réguliers qui expliquent les enjeux, les actions et les décisions prises. 

- Médias référencés.
- Revue de presse et vigie médiatique effectuées.
- Élus formés et *briefés*.
- Liste des porte-paroles tenue à jour.

- 8 fermes hôtes.
- Achalandage entre 8 000 et 10 000 visiteurs.
- Satisfaction des SL et de la FUPAM.

- Discours positifs sur le monde agricole véhiculés (analyse qualitative / discours positif versus négatif)



AGROENVIRONNEMENT



POUVOIR NOURRIR
POUVOIR GRANDIR

LES GRANDS INDICATEURS

1



- Assurer l'offre de services aux SL en matière d'aménagement du territoire et d'agroenvironnement.

1



- Coordonner des projets collectifs en agroenvironnement (matières résiduelles, efficacité énergétique, etc.)

1



- Assurer la coordination de la Table de concertation régionale en agroenvironnement de la Mauricie (TCRAM).

- 90 % d'avis émis à la Fédération.
- Participation aux comités consultatifs.
- Formation dispensée aux élus responsables.

- 30 entreprises participantes.
- Production d'un document synthèse.
- Satisfactions des parties prenantes.

- Minimum de 2 rencontres par année.
- Satisfaction des intervenants.



LES GRANDS INDICATEURS

2



- Collaborer à la mise sur pied d'une démarche efficace en matière d'entretien des cours d'eau.
- Synthétiser et faire circuler l'information sur les obligations de toutes les parties prenantes dans le dossier de l'entretien des bandes riveraines et le creusage des cours d'eau.

1

1



- Participer à l'élaboration et à la mise en œuvre des PDZA (Shawinigan, Trois-Rivières, Des Chenaux)

- Nombre de rencontres avec les parties prenantes.
- Documents produits / cibles rejointes.

- Collaboration à la mise en œuvre des plans d'action et suivis.



CENTRE D'EMPLOI AGRICOLE



POUVOIR NOURRIR
POUVOIR GRANDIR

NOS GRANDS INDICATEURS



- Assurer et promouvoir le service de recrutement local et des travailleurs étrangers.



- Produire les rapports d'activités auprès d'Emploi-Québec et AGRICarières.



- Assurer le service-conseil en gestion des ressources humaines, la Mutuelle de prévention et le Programme d'apprentissage en milieu de travail.

- 35 placements permanents.
- 10 placements saisonniers.
- 28 placements travailleurs étrangers.

- 4 rapports EQ pour le CEA.
- 4 « rapports de veille » à AGRICarières.

- 7 nouveaux clients en GRH.
- 5 clients avec services ponctuels en GRH.
- 18 inscription à la Mutuelle.
- 15 ententes PAMT.



COMPTABILITÉ- FISCALITÉ



POUVOIR NOURRIR
POUVOIR GRANDIR

NOS GRANDS INDICATEURS



- Assurer l'offre de services comptables, techniques et transactions fiscales.

- Impôts particuliers : 1220
- États financiers : 176 compagnies / 100 sociétés en nom collectif / 175 particuliers avec états financiers / 20 OSBL et syndicats
- Services de paies : 72 clients
- Tenue de livres : 60 clients
- Implantation: 10 à 15 clients
- Agri-stabilité : 211
- Agri-Investissement : 14
- Fiscalité : 10 à 15 clients



- Recruter des stagiaires afin de pourvoir aux besoins de ressources et maintenir la formation aux nouveaux employés.

- 1 à 2 stagiaire par an.



COMPTABILITÉ - FISCALITÉ



POUVOIR NOURRIR
POUVOIR GRANDIR

NOS GRANDS INDICATEURS

1



- Poursuivre la collaboration avec l'UPA Capitale-Nationale-Côte-Nord dans la réalisation d'audits d'entreprise.

2



- Valider les besoins de service d'aide technique à domicile.

2



- Concevoir un calendrier qui précise les dates importantes pour la gestion d'une entreprise agricole.

- 5 dossiers communs.
- Questionnaire acheminé à l'ensemble des clients.
- Si intérêt – service offert en juillet.
- Envoi de 500 calendriers.



GESTION

NOS GRANDS INDICATEURS



- Améliorer le logiciel de gestion (en continu).



- Offrir des services-conseils en matière de production de diagnostic global, plan d'affaires, plan de démarrage et de transfert, etc. (PADEA et SSAEA).



- Développer l'offre relative à la comptabilité par activité / coût de revient.



- Offrir le service d'accompagnement entrepreneurial.

- Commentaires positifs des clients internes et externes.

- 185 000 \$ en factures produites.

- Projet pilote de 1 à 5 client(s).

- 3 dossiers en suivi mensuel.
- 10 dossiers en suivi annuel.



DOSSIERS INTERNES



Les grandes nouveautés



POUVOIR NOURRIR
POUVOIR GRANDIR



Direction régionale

1



- Mettre en place un système de classification.

Vie démocratique

1



- Poursuivre l'initiative « À la rencontre des producteurs.

Communications

2



- Déploiement du projet « Je cultive ma citoyenneté »

1



- Effectuer un audit de communication interne.

NOS GRANDS INDICATEURS

- Classement optimisé et gain d'efficacité.
- 80 % des BDU signés.
- Deux projets réalisés (est et ouest).
- Satisfaction des employés quant à la circulation de l'information.





Agroenvironnement

1



- Tenir des activités de formation et d'information en efficacité énergétique.

1



- Proposer un projet dans le cadre de l'année internationale des sols.

SCF

1



- Finaliser la mise en place de la nouvelle structure juridique SCF Mauricie CPA inc.

1



- Poursuivre les démarches pour l'accréditation maître de stage.

NOS GRANDS INDICATEURS

- Nombre de participants.
- Satisfaction des participants.
- Projet accepté par les instances ou non.
- Structure viable et opérationnelle.
- Accréditation acquise.



DOSSIERS INTERNES

Les projets



CULTIVEZ L'ENTREPRENEUR EN VOUS ! (CEV2)



POUVOIR NOURRIR
POUVOIR GRANDIR

NOS GRANDS INDICATEURS

1



- Mettre sur pied des cellules entrepreneuriales.

- 4 cellules mises sur pied et en opération.
- Satisfaction des participants avec un note moyenne de 85 %.

1



- Réaliser le concours « Cultivez l'entrepreneur en vous! ».

- Qualité des candidatures (nombre).
- Visibilité médiatique.



CULTIVEZ L'ENTREPRENEUR EN VOUS ! (CEV2)



POUVOIR NOURRIR
POUVOIR GRANDIR

NOS GRANDS INDICATEURS

1



- Définir des profils de réussite entrepreneuriale en agriculture afin de doter les démarches d'accompagnement multidisciplinaire d'un outil-diagnostic de collecte d'information.

- Analyse comparative et profils de réussite effectués chez 18 producteurs.
- Outil-diagnostic développé et opérationnel.

1



- Développer un portail de collaboration et d'information informatique pour l'échange relatif aux interventions multidisciplinaires de services-conseils.

- Recherche de partenaires financiers (10 000 \$).
- Informatisation du cartable AGIR.

1



- Participer à l'organisation d'une journée d'information régionale sur la gestion et l'entrepreneuriat.

- 85 participants.
- Satisfaction élevée des participants.

CULTIVEZ L'ENTREPRENEUR EN VOUS!



STRATÉGIE DE VALORISATION EN AGROENVIRONNEMENT



POUVOIR NOURRIR
POUVOIR GRANDIR

NOS GRANDS INDICATEURS

1



- Mettre à la disposition de tous les partenaires de la TCAM le kiosque en agroenvironnement.

2



- Contribuer à la réalisation du réseau de fermes témoins.

1



- Activités de presse regroupées.

1



- Production d'un calendrier pour les articles de presse grand public.

- Utilisation du kiosque (4 à 5 sorties).
- 20 fermes identifiées.
- 1 à 2 activité(s) de presse annuellement.
- Diffusion d'articles de qualité (8 à 10 articles dans différents médias régionaux).



STRATÉGIE DE VALORISATION EN AGROENVIRONNEMENT



POUVOIR NOURRIR
POUVOIR GRANDIR

NOS GRANDS INDICATEURS

1



- Réaliser la campagne d'affichage dans les champs.

- 500 panneaux de bord de route.

1



- Tenir une activité agroenvironnementale dans le cadre des *Journées portes ouvertes sur les fermes du Québec*.

- Une ferme participante dans l'ouest.
- Qualité des activités proposées.

1



- Élaborer un outil de référencement avec fiches techniques.

- Utilisation de l'outil par les producteurs et intervenants (nombre).



L'UPA Mauricie c'est moi!



POUVOIR NOURRIR
POUVOIR GRANDIR

NOS GRANDS INDICATEURS

1



- Entamer l'année 3 :
 - publicité services directs;
 - capsules vidéos corporatives;
 - carte de Noël.

1



- Terminer la campagne : *Nos producteurs s'affichent!*

1



- Refaire une journée d'accueil et l'outil de bienvenue pour les nouveaux producteurs.

1



- Harmoniser l'image de marque de la FUPAM à la nouvelle image de l'Union.

- Activités réalisées.
- Satisfaction des syndicats affiliés.

- Réalisation de 38 affiches.

- Participation de 30% des nouveaux producteurs.
- Outil de bienvenue revampé.

- Image harmonisée.



Gala Gens de Terre & Saveurs



POUVOIR NOURRIR
POUVOIR GRANDIR

NOS GRANDS INDICATEURS



- Assurer une représentation à l'interne (un permanent).



- Mener à bien le volet organisationnel et logistique de l'événement (contrat externe).

- Garant du financement pour la répétition de l'événement.

