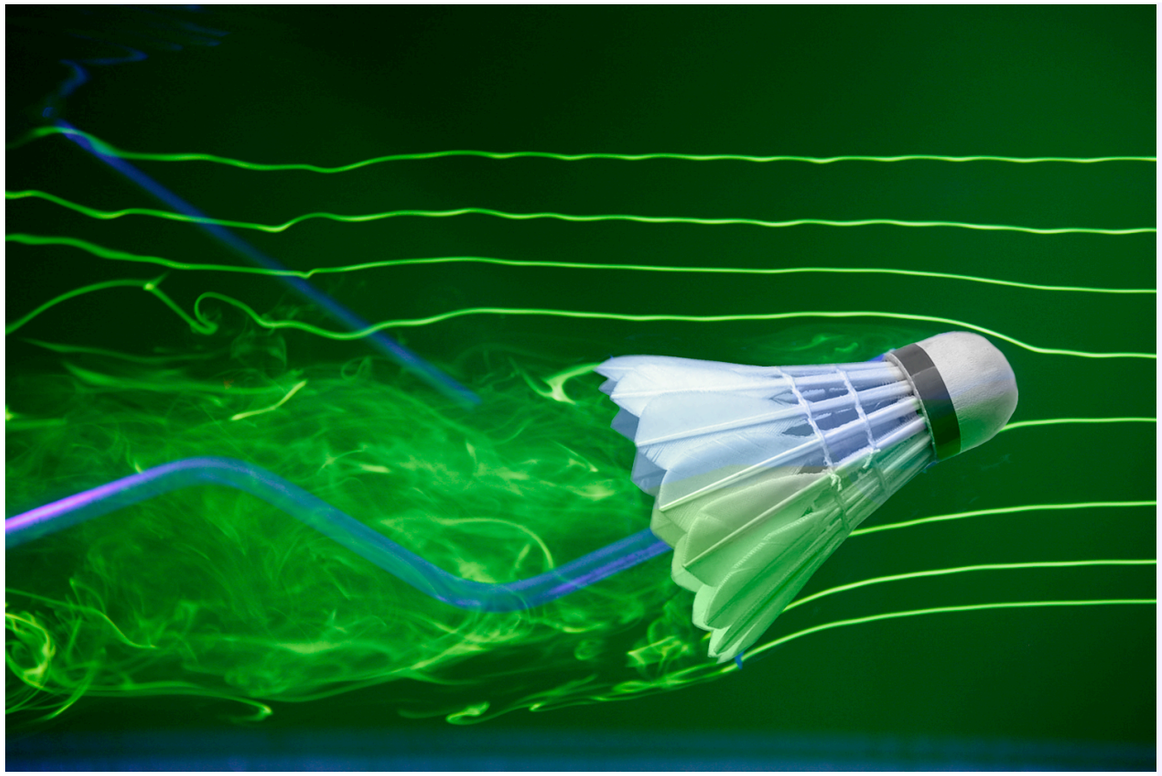
PLAN STRATÉGIQUE
2017-2022

BADMINTON QUÉBEC



PROPULSONS le BADMINTON

Table des matières

Introduction	3
Mission – Vision – Slogan	4
Valeurs	5
Acronymes	6
Orientations et objectifs stratégiques	7
Stratégie no 1 • Développer l'image de marque et promouvoir le badminton.	8
Stratégie no 2 • Identifier et recruter de nouvelles clientèles.	10
Stratégie no 3 • Soutenir les clubs, augmenter leur nombre et les promouvoir.	14
Stratégie no 4 • Améliorer l'expérience client.	18
Stratégie no 5 • Adopter les meilleures pratiques en matière de gouvernance et financement.	21

INTRODUCTION

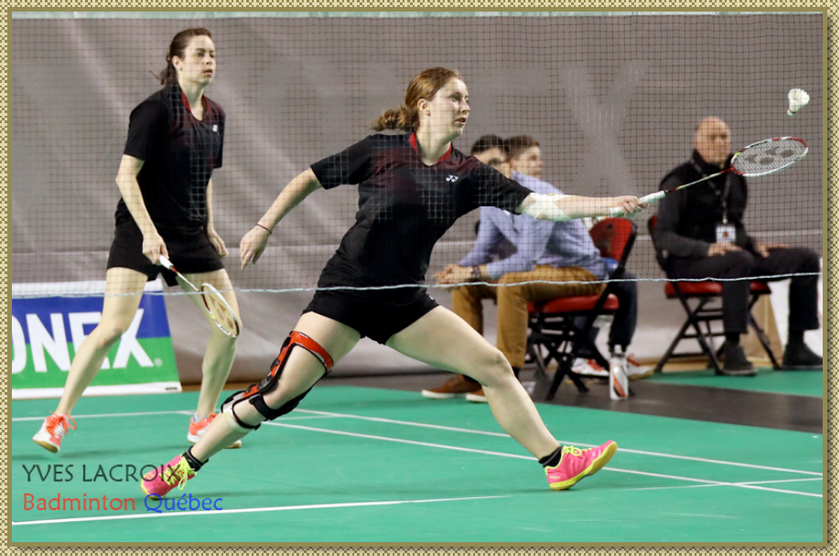
NOTRE plan 2017-2022 est le fruit d'une réflexion stratégique amorcée en janvier 2016 à laquelle l'ensemble des parties prenantes de notre organisation a contribué. Nos présidents de régions, les membres du comité de régie des compétitions, ceux du comité des officiels, des athlètes de l'Équipe du Québec et leurs entraineurs, de même que les administrateurs du conseil d'administration ont été invités à répondre à un sondage en ligne. Cette banque d'informations a guidée et inspirée les travaux du comité d'orientation stratégique.

Je suis particulièrement fière de la composition de ce comité dont les membres représentent, à la fois, les préoccupations des grands centres, des régions éloignées, et de tous les niveaux de la pratique sportive. En soutien à la réalisation des travaux du comité, Badminton Québec a retenu les services d'une conseillère en management. Je souhaite remercier chaleureusement tous les membres du comité, nommément, *Philippe Bourret*, *Étienne Couture*, *Gaston Girard*, *Pieric Langlais-Gagné*, *Fabien Maltais*, *Jean-Sébastien Roy*, *Claude Tessier*, mes collègues *Éric Dufour*, *Alexandre Grosleau*, *Christian* Guibourt, ainsi que notre conseillère *Martine Chanier*.

NOTRE plan se veut un outil vivant et évolutif qui orientera les décisions de notre organisation au cours du prochain cycle de 5 ans. **NOTRE vision** : rassembler tous les adeptes de notre sport et être reconnu comme une référence au Canada.

NOTRE plan se réalisera que si tous les acteurs y contribuent. Joueurs, entraineurs, officiels, bénévoles, administrateurs et l'équipe du personnel, ENSEMBLE, par nos actions concertées et la passion qui nous anime tous, **PROPULSONS LE BADMINTON !**

Chantal Brouillard
Directrice générale



MISSION – VISION – SLOGAN

La **MISSION** représente la raison d'être de l'organisation alors que la **VISION** est la représentation de ce que Badminton Québec veut devenir.

Conscients de nos forces, de nos défis et des opportunités de croissance de notre sport, la Fédération vous propose une vision inspirante qui guidera nos actions au cours des 5 prochaines saisons. Les mots clés qui résument les grandes orientations de notre plan sont :
RASSEMBLER – COMMUNIQUER – INSPIRER – DÉVELOPPER

NOTRE MISSION

Développer et promouvoir le badminton sur l'ensemble du territoire québécois et ce, à tous les niveaux de la pratique sportive, soit de l'initiation à l'excellence.

NOTRE VISION

Badminton Québec rassemble tous les adeptes de notre sport et est reconnu comme une référence au Canada. La force de cette grande communauté de passionnés du badminton stimule sa croissance. Nous communiquons les bienfaits du badminton qui se révèle un excellent outil de développement de la personne et d'éducation à la santé. Il inspire les Québécois de tout âge par sa vitesse, ainsi que par la puissance et l'intelligence qu'il mobilise chez le participant. Nous développons des programmes et services pour la pratique récréative, compétitive et la haute performance.

NOTRE SLOGAN

Propulsons le badminton

NOS VALEURS

Badminton Québec souhaite que ces cinq valeurs organisationnelles guident les actions et décisions des bénévoles et employés.

L'ENGAGEMENT

L'engagement est une attitude qui lie fortement les personnes qui sont en relation avec Badminton Québec. Cette valeur s'articule autour d'une passion pour le badminton, d'une implication pour le développement et la promotion de ce sport et d'un engagement moral auprès de Badminton Québec. La persévérance et les efforts soutenus dans l'engagement sont gage de réussite. Cette relation est mutuelle. Badminton Québec s'engage avec responsabilité dans ses décisions et ses actions envers ses membres et ses constituantes.

COLLABORATION

Une bonne collaboration valorise un bon fonctionnement et une cohésion entre les personnes. Ainsi les liens sociaux développés favorisent le bon climat de travail. La collaboration implique la compréhension et l'acceptation de son rôle dans la structure. Des valeurs sous-jacentes comme l'entraide, l'écoute, le partage d'information, l'encouragement, le respect des personnes sont reliées à la collaboration. La collaboration entre les parties prenantes, soit, les bénévoles, joueurs, entraineurs, officiels et partenaires est très importante pour la réalisation des objectifs de Badminton Québec.

ÉTHIQUE

L'éthique sportive part du principe que les considérations éthiques à l'origine du fair play ne sont pas un élément facultatif, mais quelque chose d'essentiel à toute activité sportive, aussi bien au niveau récréatif que compétitif. Badminton Québec offre à ses pratiquants un sport sain, propre et sécuritaire, ainsi qu'une communauté respectueuse de ses membres et de ses structures. Badminton Québec privilégie le respect des règlements avec responsabilité et conformément au code d'éthique sportive.

LEADERSHIP RASSEMBLEUR

Par son leadership rassembleur, Badminton Québec regroupe les parties prenantes de ce sport. Elle développe un climat relationnel et professionnel agréable. Elle rassemble tous les talents et les inclut. La Fédération fait preuve d'écoute et d'ouverture envers ses membres. Elle rallie chacun avec fierté, confiance et professionnalisme autour de ce sport.

INNOVATION

L'innovation est une valeur contemporaine dans un monde en changement. Pour travailler avec innovation, Badminton Québec est ouvert aux meilleures pratiques, au partage de bonnes expériences et de réussites, à la venue d'idées qui ajoutent une valeur réelle pour les membres, les partenaires et le sport.

ACRONYMES

ARB	Association régionale de badminton
CA	Conseil d'administration
CC	Coordonnateur des communications
CDO	Comité des officiels
CHP	Comité haute performance
CRDC	Comité de régie des compétitions
DG	Direction générale
DP	Direction des programmes
DT	Direction technique
FEEPEQ	Fédération des éducateurs et éducatrices physiques du Québec
FIB	Fédération internationale de badminton
PSDE	Programme de soutien au développement de l'excellence
PSFSQ	Programme de soutien aux fédérations sportives du Québec
RSEQ	Réseau du sport étudiant

ORIENTATIONS ET OBJECTIFS STRATÉGIQUES

Orientation stratégique 1 : Développer l'image de marque et promouvoir le badminton.

1.1 Identifier les bienfaits de la pratique du badminton que nous souhaitons promouvoir.
1.2 Concevoir l'image et le message à véhiculer.
1.3 Élaborer la stratégie de communication et de marketing afin de promouvoir le badminton.

Orientation stratégique 2 : Identifier et recruter de nouvelles clientèles.

2.1 Initier les jeunes d'âge primaire au badminton.
2.2 Recruter des athlètes de para badminton et développer l'offre de service.
2.3 Poursuivre le recrutement de la clientèle récréative et améliorer l'offre de service.
2.4 Rallier les joueurs compétitifs adultes.

Orientation stratégique 3 : Soutenir les clubs, augmenter leur nombre et les promouvoir.

3.1 Faciliter la gestion administrative.
3.2 Bonifier l'offre de service de Badminton Québec vers les clubs ou regroupements de joueurs.
3.3 Promouvoir les clubs.
3.4 Développer et augmenter le nombre de clubs et dynamiser les associations régionales.

Orientation stratégique 4 : Améliorer l'expérience client.

4.1 Créer une valeur ajoutée à nos activités destinées à notre clientèle actuelle de façon à améliorer l'expérience client.
4.2 Élaborer une stratégie de communication adaptée aux besoins de nos diverses clientèles.

Orientation stratégique 5 : Adopter les meilleures pratiques en matière de gouvernance et de financement.

5.1 Adopter les meilleures pratiques en matière de gouvernance.
5.2 Améliorer la structure de financement afin de disposer d'une capacité organisationnelle permettant la mise en œuvre du plan stratégique.

Orientation stratégique 1

Développer l'image de marque et promouvoir le badminton

1.1 Identifier les bienfaits et motivations de la pratique du badminton que nous souhaitons promouvoir.

1.1.1 Recruter un expert conseil.			
- Contracter les services d'une firme de consultants dans les domaines du marketing et communications pour la réalisation de l'ensemble des objectifs de l'orientation stratégique 1.		DG	15 déc. 2017
1.1.2 Définir l'image actuelle du badminton.			
- Concevoir un sondage permettant de recueillir la perception actuelle des bienfaits et motivations en lien avec la pratique du badminton;		CC	31 mars 2018
- Diffuser ce sondage auprès d'un échantillon représentatif de nos ARB, clubs, joueurs compétitifs, joueurs récréatifs, entraîneurs, officiels et bénévoles, ainsi qu'auprès de la population;		CC	30 avril 2018
- Analyser les réponses au sondage afin d'identifier les bienfaits et motivations;	✓ Le sondage nous a renseigné sur les bienfaits et motivations de la pratique du badminton.	CC	30 sept. 2018
- Dresser le portrait de l'image actuelle.		CC/DG	31 oct. 2018
1.1.3 Définir l'image recherchée que nous souhaitons promouvoir.			
- Dresser la liste des bienfaits et motivations recensés à l'aide du sondage;		CC	30 sept.2018
- Identifier les bienfaits et motivations que nous souhaitons mettre de l'avant dans l'image de marque recherchée et ce pour toutes nos clientèles.		CC/DG	31 oct.2018

Sous-objectifs et moyens d'action	Indicateurs de performance	Responsable	Échéancier

1.2 Concevoir l'image et le message à véhiculer.

1.2.1 Définir la nouvelle image de marque.			
- Évaluer le risque de ne pas développer la marque et les objectifs recherchés par la stratégie de marque;		CC/DG	31 oct. 2018
- Mettre de l'avant les objectifs recherchés;		CC/DG	31 oct. 2018
- Concevoir l'image et les messages associés.	✓ La nouvelle image de marque et les messages associés sont élaborés.	CC/DG	15 déc. 2018

1.3 Élaborer la stratégie de communication et de marketing afin de promouvoir le badminton.

1.3.1 Élaborer le plan de marketing.			
- Identifier les clientèles cibles;		CC/DG	15 fév. 2019
- Étudier les meilleures pratiques en matière de marketing dans notre secteur d'activités;		CC	15 déc. 2018
- Élaborer le plan marketing et le déployer;		CC	1 sept. 2019
- Évaluer l'efficacité de la stratégie marketing et y apporter des améliorations.		CC	31 août 2020
1.3.2 Élaborer le plan de communication.			
- Définir les objectifs visés par la communication de la nouvelle image de marque;		CC/DG	15 fév. 2019
- Identifier les moyens de diffusion et les clientèles visées;		CC/DG	15 fév. 2019
- Élaborer le plan d'action, l'échéancier et évaluer les coûts;		CC/DG	31 mai 2019
- Déployer la stratégie de communication;		CC	1 sept. 2019
- Mesurer le taux d'appréciation des membres envers la nouvelle image de marque et les messages associés;	✓ Au moins 70% des membres sondés apprécient la nouvelle image de marque et les messages associés.	CC	31 mars 2020
- Évaluer l'efficacité de la stratégie de communication et y apporter des améliorations.		CC/DG	31 août 2020

Orientation stratégique 2

Identifier et recruter de nouvelles clientèles

2.1 Initier les jeunes d'âge primaire au badminton.

2.1.1 Offrir des outils et services aux éducateurs physiques du primaire.			
- Promouvoir le guide pédagogique PR1MO auprès des écoles, de la FEEPEQ et du RSEQ;		DP	30 nov. 2017
- Concevoir un guide complémentaire à PR1MO présentant des situations d'apprentissage;		DP	30 avril 2020
- Promouvoir le guide complémentaire auprès des écoles, de la FEEPEQ et du RSEQ;	✓ Le guide complémentaire à PR1MO est rédigé et diffusé.	DP	30 oct. 2020
- Concevoir et promouvoir des ateliers de formation dans le cadre de journées pédagogiques et/ou de congrès à l'intention des éducateurs physiques du primaire;		DP	30 oct. 2017
- Évaluer l'impact des outils pédagogiques, des activités de formation et de la stratégie de communication afin d'y apporter des améliorations.	✓ 150 éducateurs physiques ont participé à l'atelier de formation.	DP	30 avril 2021
2.1.2 Offrir des outils et services aux intervenants du parascolaire en milieu primaire et de nos clubs.			
- Mettre sur pied un comité conseils pour identifier la clientèle cible et les apprentissages visés pour chaque groupe d'âge ciblé;	✓ Le comité conseils a identifié la clientèle cible.	DP	30 nov. 2017
- Évaluer le programme Shuttle Time de la FIB afin de déterminer s'il rencontre les apprentissages identifiés par le comité expert et s'il répond aux besoins des intervenants. Suivant l'évaluation, utiliser le programme Shuttle Time ou concevoir un programme d'initiation au badminton pour les jeunes d'âge primaire dans un cadre parascolaire;		DP	30 avril 2018
- Promouvoir le programme d'initiation auprès des écoles, de la FEEPEQ, du RSEQ ainsi que nos membres;	✓ Un programme d'initiation au badminton est diffusé auprès des intervenants du parascolaire au primaire.	DP	20 oct. 2018
- Concevoir un programme de formation des intervenants;		DP	31 août 2018
- Recruter dans diverses régions et former un groupe de titulaires accrédités à la formation des intervenants;	✓ L'atelier de formation est développé et 6 titulaires sont accrédités pour former les intervenants.	DP	31 août 2019

Sous-objectifs et moyens d'action	Indicateurs de performance	Responsable	Échéancier
- Promouvoir le programme de formation des intervenants auprès des écoles, de la FEEPEQ, du RSEQ ainsi que nos membres;		DP	30 oct. 2019
- Concevoir un modèle de mini compétition innovante et stimulante, rencontrant les besoins de la clientèle d'âge primaire;		DP	30 nov. 2017
- Recenser les écoles offrant un programme de badminton parascolaire, leur présenter le modèle de mini compétition et les soutenir dans la mise en place;		DP	30 avril 2018
- Concevoir la programmation d'un Festival du mini badminton à l'intention de nos clubs et associations régionales;		DP	30 avril 2019
- Évaluer l'impact du programme d'initiation, des activités de formation, du modèle de mini compétition et de la stratégie de communication afin d'y apporter des améliorations.	✓ 500 jeunes du primaire participent aux mini-compétitions.	DP	30 avril 2020
2.1.3 Établir des partenariats avec des organismes.			
- Rencontrer les représentants du RSEQ et de la FEEPEQ afin de déterminer leur capacité à collaborer au déploiement de nos actions visant l'initiation des jeunes d'âge primaire au badminton;		DG	30 avril 2018
- Rédiger des protocoles d'entente précisant les rôles et responsabilités des partenaires;	✓ Un protocole d'entente est signé avec le RSEQ. ✓ La FEEPEQ collabore à la promotion du programme.	DG	30 avril 2018
- Réaliser les engagements définis dans les ententes de partenariat;		DP/DG	30 juin 2020
- Évaluer les résultats et apporter les améliorations.		DG	30 avril 2021

2.2 Recruter des athlètes de para badminton et développer l'offre de service.

2.2.1 Promouvoir le para badminton auprès des organismes de regroupement et de services pour les personnes handicapées.			
- Poursuivre le recensement des organismes;		DT	30 sept. 2017
- Diffuser les outils promotionnels;		DT	15 oct. 2017
- Contacter les organismes afin qu'ils collaborent à nos efforts de recrutement d'athlètes.		DT	30 nov. 2017

Sous-objectifs et moyens d'action	Indicateurs de performance	Responsable	Échéancier
2.2.2 Identifier nos structures d'accueil.			
- Contacter nos clubs afin d'identifier ceux qui ont la capacité d'accueillir les athlètes de para badminton;		DT	31 oct. 2017
- Identifier les organismes pour personnes handicapées offrant la pratique du badminton;		DT	31 oct. 2017
- Promouvoir les clubs et organismes sur notre site et auprès de la clientèle cible.		DT	15 déc. 2017
2.2.3 Former les intervenants.			
- Offrir un atelier de perfectionnement pour les entraîneurs travaillant auprès de cette clientèle;		DP	15 déc. 2020
- Offrir un atelier de perfectionnement pour les officiels afin de connaître les règles de jeu particulières au para badminton.		DT	30 juin 2020
2.2.4 Tenir un championnat provincial annuel et augmenter l'offre de service au besoin.	✓ En 2020, dix athlètes participent au championnat provincial. ✓ En 2022, vingt athlètes participent au championnat provincial.	DT	31 déc. 2020
2.2.5 Rechercher les subventions disponibles et effectuer les demandes.		DG	30 juin 2019

2.3 Poursuivre le recrutement de la clientèle récréative et améliorer l'offre de service.

2.3.1 Évaluer la stratégie actuelle.			
- Identifier les enjeux et problématiques;		CC	31 oct. 2017
- Revisiter les besoins et attentes des joueurs récréatifs;		CC	15 déc. 2017
- Revisiter les tarifs;		DG/CA	30 avril 2018
- Déterminer la stratégie et les résultats attendus.		CC/DG	31 mars 2018
2.3.2 Bonifier les avantages associés à l'affiliation des joueurs.			
- Établir des partenariats avec des commanditaires offrant des rabais;		DG	30 juin 2019
- Maintenir l'assurance accident et la production de capsules vidéos;		CC/DP	31 oct. 2017

Sous-objectifs et moyens d'action	Indicateurs de performance	Responsable	Échéancier
- Concevoir une carte de membre électronique afin de soutenir la gestion des rabais pour le commanditaire.		CC	1 sept. 2017
2.3.3 Poursuivre la promotion du programme récréatif.			
- Poursuivre le recensement des lieux de pratique auprès des municipalités;		CC	30 nov. 2017
- Poursuivre la promotion du programme récréatif auprès des lieux de pratique recensés;		CC	15 déc. 2017
- Poursuivre les visites aux clubs récréatifs pour expliquer les avantages de l'affiliation des clubs et joueurs;		CC	31 mai 2018
- Solliciter la collaboration des clubs et associations régionales dans la réalisation des visites sur les lieux de pratique récréatifs.		CC	31 mai 2018
- Évaluer la stratégie et apporter les améliorations requises.	✓ En 2021/2022, plus de 1000 joueurs récréatifs sont affiliés. ✓ Au moins 70% des joueurs récréatifs sont satisfaits de l'offre de service.	CC/DG	31 mai 2020

2.4 Rallier les joueurs compétitifs adultes.

2.4.1 Définir la clientèle ciblée.			
- Identifier les joueurs compétitifs pour lesquels les circuits ABC et RSEQ ne répondent pas à leurs attentes.		DT/CRDC	31 janv. 2020
2.4.2 Développer des programmes et services à l'intention des joueurs compétitifs adultes.			
- Comprendre la réalité et les besoins de cette clientèle en consultant les joueurs et intervenants auprès de cette clientèle;		DT	30 avril 2020
- Concevoir des programmes et services recommandés suite à la consultation;		DT/CRDC	30 avril 2021
- Déployer les programmes et services;		DT	1 sept. 2021
- Évaluer le taux de satisfaction des participants et apporter les améliorations requises.	✓ En 2021/2022, plus de 150 joueurs compétitifs adultes sont affiliés à la fédération.	DT/CRDC	30 avril 2022

Orientation stratégique 3

Soutenir les clubs, augmenter leur nombre et les promouvoir

3.1 Faciliter la gestion administrative.

3.1.1 Créer des outils à l'intention des clubs afin de faciliter leurs opérations administratives.			
- Évaluer les outils actuels;		CC	15 déc. 2017
- Consulter les clubs afin d'identifier les outils à mettre en place pour faciliter leurs opérations administratives;		CC	1 mars 2018
- Créer les outils et les services identifiés;		CC	30 juin 2019
- Déployer les outils et les services;		CC	1 sept. 2019
- Évaluer le taux de satisfaction des clubs envers les outils et apporter les améliorations.	✓ Au moins 70% des clubs sont satisfaits des outils développés.	CC	30 avril 2020
3.1.2 Concevoir un guide de démarrage et de gestion d'un club.	✓ Un guide de démarrage et de gestion d'un club est élaboré et diffusé. Ce guide inclut des outils en matière d'éthique et de gestion du risque.	CC	30 juin 2018
3.1.3 Concevoir des outils à l'intention des clubs de manière à améliorer leur pratique en matière d'éthique et de gestion du risque.			
- Analyser les meilleures pratiques en la matière;		CC	30 juin 2019
- Développer les outils;		CC	30 juin 2020
- Diffuser les outils aux clubs.		CC	1 sept. 2020

Sous-objectifs et moyens d'action	Indicateurs de performance	Responsable	Échéancier

3.2 Bonifier l'offre de service de Badminton Québec vers les clubs ou regroupements de joueurs.

3.2.1 Offrir de nouveaux services à nos clubs.			
- Consulter les clubs afin d'identifier les services répondant à un besoin;		CC	31 mars 2018
- Développer et implanter les services retenus;	✓ De nouveaux services répondant à un besoin sont déployés.	CC	30 juin 2019
- Évaluer les services et apporter les améliorations.		CC	30 avril 2020
3.2.2 Offrir un soutien à l'organisation de compétitions locales et régionales.			
- Identifier la gamme de services offerts et les tarifs (inscription en ligne, confection de feuilles de tirage, confection d'horaire, classement, etc.);		DT/DG	30 avril 2019
- Promouvoir ce service auprès des clubs;	✓ Les clubs ont accès à une offre de services pour l'organisation de compétitions locales et régionales.	DT	31 oct. 2019
- Évaluer le service et apporter les améliorations.		DT	30 avril 2021
3.2.3 Développer des outils visant l'augmentation de la participation des filles.			
- Analyser les meilleures pratiques en la matière;		DP	30 oct. 2018
- Développer les outils;		DP	30 avril 2019
- Diffuser les outils aux clubs.	✓ Augmentation de 10% de la participation des filles dans notre circuit junior entre 2017 et 2022.	DP	30 oct. 2019

3.3 Promouvoir les clubs.

3.3.1 Accroitre la visibilité des clubs.			
- Reconnaitre les réalisations exceptionnelles du club de l'année dans le cadre de notre Gala annuel;		CC	30 juin 2018
- Améliorer l'outil de recherche de club sur notre site internet en s'inspirant des meilleures pratiques;		CC	30 juin 2021

Sous-objectifs et moyens d'action	Indicateurs de performance	Responsable	Échéancier
- Réviser l'information publiée sur notre site concernant les clubs afin de la rendre plus pertinente et conviviale;		CC	30 juin 2020
- Dédier un article, dans notre infolettre mensuelle, à la promotion des activités et services de nos clubs.	✓ La catégorie « club de l'année » est au programme de notre Gala annuel. Au moins 6 infolettre par année publie un article dédié aux activités et services de nos clubs.	CC	30 juin 2019
3.3.2 Développer des outils technologiques facilitant la visibilité des clubs.			
- Analyser les meilleures pratiques en la matière;		CC	30 juin 2020
- Développer les outils;		CC	30 avril 2021
- Diffuser les outils aux clubs.	✓ De nouveaux outils technologiques sont offerts aux clubs.	CC	1 sept. 2021

3.4 Développer et augmenter le nombre de clubs et dynamiser les associations régionales.

3.4.1 Revisiter le programme d'assistance financière régional.	✓ Le programme d'assistance financière régional est revisité.	DG	30 avril 2020
3.4.2 Élaborer un programme de certification des clubs.			
- Déterminer les niveaux de certification et les critères à rencontrer;		DP	30 avril 2020
- Déterminer les avantages associés aux niveaux de certification;		DP	30 avril 2020
- Publier annuellement la certification des clubs.	✓ Le programme de certification des clubs stimule leur développement.	DP	30 avril 2021
3.4.3 Favoriser le démarrage de clubs.			
- Analyser les meilleures pratiques en la matière;		DP	15 déc. 2018
- Identifier la stratégie à mettre en place pour favoriser le démarrage;		DP	30 avril 2019
- Effectuer un démarchage des individus désirant démarrer un club et les soutenir;		DP	30 avril 2020
- Évaluer l'impact de la stratégie et apporter les améliorations.	✓ Suivant la mise en place de la stratégie, démarrer 3 clubs par saison.	DP/DG	30 avril 2021

Sous-objectifs et moyens d'action	Indicateurs de performance	Responsable	Échéancier
3.4.4 Soutenir les associations régionales dans la réalisation de leur mandat.			
- Concevoir un guide de démarrage et de gestion des associations régionales;	✓ Le guide de démarrage et de gestion des associations régionales est conçu et diffusé.	CC	30 avril 2019
- Poursuivre la tenue de web réunion biennale avec les intervenants de chacune des ARB.		CC	31 mai 2018
- Poursuivre la tenue d'une rencontre annuelle des présidents de régions pour favoriser, entres autres, le partage des bonnes pratiques;	✓ Les web réunions biannuelles et la réunion annuelle sont réalisées.	CC	30 juin 2018
- Favoriser le démarrage de nouvelles associations régionales.		CC	31 janv. 2018

Orientation stratégique 4

Améliorer l'expérience client

4.1 Créer une valeur ajoutée à nos activités destinées à notre clientèle actuelle de façon à améliorer l'expérience client.

Sous-objectifs et moyens d'action	Indicateurs de performance	Responsable	Échéancier
4.1.1 Améliorer le processus d'affiliation et d'inscriptions aux activités.			
- Analyser le processus et dresser la liste des améliorations à apporter en s'inspirant des meilleures pratiques;		CC	30 nov. 2019
- Apporter les améliorations;		CC	30 avril 2020
- Évaluer le processus et apporter des améliorations.	✓ Augmentation du taux de satisfaction des membres.	CC	30 avril 2021
4.1.2 Réviser la structure des compétitions afin de favoriser la rétention des joueurs tout au long de leur cheminement.			
- Identifier les barrières qui freinent la poursuite du développement;		DT/CRDC	30 nov. 2018
- Identifier des pistes de solutions;		DT/CRDC	30 avril 2019
- Adapter nos circuits de compétitions en conséquence des pistes de solutions retenues;		DT/CRDC	1 sept. 2019
- Évaluer le taux de rétention et apporter les améliorations.	✓ Augmentation de 20% du taux de rétention des joueurs participant aux compétitions entre 2017 et 2022.	DT/CRDC	30 avril 2020
4.1.3 Rassembler tous les joueurs compétitifs via le Classement Québécois.			
- Développer une offre de service auprès du RSEQ pour inclure au classement québécois les résultats des compétitions des secteurs scolaire, collégial et universitaire;		DG	30 avril 2018
- Développer une offre de service auprès des associations régionales pour inclure au classement québécois les résultats des compétitions régionales;		DG	30 avril 2018
- Développer une offre de service auprès des réseaux satellites pour inclure les résultats de leurs compétitions au classement québécois;		DG	30 avril 2018

Sous-objectifs et moyens d'action	Indicateurs de performance	Responsable	Échéancier
- Harmoniser le calendrier des compétitions en collaboration avec les acteurs concernés, dans une démarche centrée sur les besoins des athlètes;		DT	30 avril 2018
- S'assurer de la crédibilité du classement en évaluant les valeurs attribuées et en apportant les améliorations.	✓ En 2022, le classement québécois inclue des résultats du RSEQ, des compétitions de nos ARB et des circuits satellites.	DT	30 avril 2018
4.1.4 Améliorer nos réseaux de compétitions.			
- Sonder les joueurs qui participent moins activement aux réseaux de compétitions afin de voir comment nous pouvons mieux les servir;		DT/CRDC	30 nov. 2018
- Identifier les améliorations à apporter, réviser les normes d'organisation et les mettre en vigueur;		DT/CRDC	30 avril 2019
- Améliorer la mise en marché de nos réseaux de compétitions;		DT/CC	1 sept. 2019
- Mesurer le taux de satisfaction et apporter des améliorations.	✓ Augmentation du taux de satisfaction des comités, joueurs et entraîneurs.	DT/CRDC	30 avril 2020
4.1.5 Concevoir un programme de haute performance dans le but de mieux soutenir le développement des athlètes et d'améliorer les performances du Québec sur la scène nationale.			
- Analyser les meilleures pratiques en matière de haute performance;		DP	30 nov. 2017
- Élaborer un plan d'action et le déployer;	✓ Le plan de la haute performance est élaboré et déployé.	DP/CHP	30 avril 2018
- Évaluer le plan et apporter des améliorations.		DP/CHP	30 avril 2020
4.1.6 Améliorer les programmes à l'intention des entraîneurs.			
- Poursuivre la formation des titulaires de stages de manière à avoir 3 titulaires pour le stage « régional» (ancien niveau 1), 2 titulaires pour le stage « provincial» (ancien niveau 2) et 2 titulaires pour le stage « national» (ancien niveau 3);		DP	31 août 2021
- Organiser une activité annuelle de perfectionnement;		DP	31 août 2018
- Améliorer le programme de mentorat;		DP	31 août 2019
- Poursuivre la production de la revue électronique « le Badmintonien »;		DP	31 août 2018
- Bien communiquer aux entraîneurs les exigences au plan du maintien de leur certification et diffuser les activités de perfectionnement offertes par nos partenaires;		DP	15 déc. 2017
- Mesurer le taux de satisfaction des entraîneurs envers l'activité de perfectionnement et le programme de mentorat puis apporter les améliorations.	✓ Amélioration de 20% du taux de rétention des entraîneurs affiliés entre 2017 et 2022.	DP	30 avril 2020

Sous-objectifs et moyens d'action	Indicateurs de performance	Responsable	Échéancier
4.1.7 Améliorer les programmes à l'intention des officiels.			
- Analyser les bonnes pratiques en matière de développement des officiels et les intégrer dans nos programmes;		DT/CDO	30 nov. 2017
- Réviser le programme de formation des arbitres de parties et définir des critères de maintien de la certification;		DT/CDO	30 avril 2020
- Réviser le programme de formation des arbitres en chef et définir des critères de maintien de la certification;		DT/CDO	30 avril 2018
- Poursuivre la production de la revue électronique « entre les lignes »;		DT	30 juin 2018
- Développer un programme de mentorat;		DT	30 avril 2021
- Mesurer le taux de satisfaction des stagiaires envers le programme de formation révisé puis apporter les améliorations.	✓ Amélioration de 20% du taux de rétention des officiels affiliés entre 2017 et 2022.	DT	30 avril 2021

4.2 Élaborer une stratégie de communication adaptée aux besoins de nos diverses clientèles.

4.2.1 Définir le portrait des diverses actions réalisées en matière de communication.			
- Dresser la liste des communications en précisant les clientèles visées, les moyens de communication, le sujet et la fréquence.		CC	30 nov. 2018
4.2.2 Élaborer le plan de communication.			
- Définir les objectifs de communication pour chaque clientèle;		CC/DG	15 fév. 2019
- Offrir l'opportunité aux membres de transmettre leurs commentaires;		CC	1 sept. 2017
- Identifier les moyens et la fréquence de diffusion pour chaque clientèle;		CC/DG	15 fév. 2019
- Analyser les meilleures pratiques dans le domaine;		CC	15 fév. 2019
- Élaborer le plan d'action de communication et le déployer;	✓ Le plan de communication est élaboré et déployé.	CC	1 sept. 2019
- Évaluer l'efficacité du plan de communication et y apporter des améliorations.	✓ Augmentation de 20% du nombre de visiteurs sur notre site entre 2017 et 2022.	CC/DG	31 août 2020

Orientation stratégique 5

Adopter les meilleures pratiques en matière de gouvernance et de financement

5.1 Adopter les meilleures pratiques en matière de gouvernance.

5.1.1 Évaluer nos pratiques en matière de gouvernance.			
- Analyser les meilleures pratiques en la matière dans notre secteur d'activités;		DG	15 déc. 2020
- Réaliser une auto-évaluation;		DG	15 déc. 2020
- Identifier les améliorations à apporter à nos pratiques en matière de gouvernance;		DG/CA	30 avril 2021
- Déterminer l'échéancier de réalisation de ces améliorations.	✓ Les améliorations à apporter à nos pratiques en matière de gouvernance sont identifiées et un échéancier est établi.	DG/CA	30 avril 2021
5.1.2 Compléter l'élaboration des règlements administratifs et des politiques organisationnelles.			
- Dresser la liste des règlements et politiques à élaborer;		DG	15 déc. 2017
- S'inspirer des meilleures pratiques en la matière;		DG	15 déc. 2017
- Rédiger les règlements et politiques;		DG	30 avril 2018
- Présenter les règlements et politiques pour adoption au conseil d'administration;	✓ Les nouveaux règlements administratifs et les politiques organisationnelles sont adoptés.	DG/CA	31 mai 2018
- Adopter un cycle de révision, aux cinq ans en alternance, pour les règlements administratifs, les politiques organisationnelles et les règlements généraux.		DG/CA	31 mai 2018
5.1.3 Améliorer l'efficience des comités.			
- Définir les mandats et les responsabilités de tous les comités de la fédération en précisant les niveaux décisionnels de chacun;		DG/CA	31 mai 2019
- S'inspirer des meilleures pratiques en matière de gestion efficiente de comité;		DG	15 déc. 2018
- Accompagner les ressources humaines en soutien aux comités.	✓ Taux de satisfaction des membres des comités.	DG	1 sept. 2019

Sous-objectifs et moyens d'action	Indicateurs de performance	Responsable	Échéancier
5.2 Améliorer la structure de financement afin de disposer d'une capacité organisationnelle permettant la mise en œuvre du plan stratégique.			
5.2.1 Maximiser les subventions provenant du gouvernement provincial.			
- Analyser les résultats obtenus au dernier cycle du PSFSQ et PSDE;		DG	15 déc. 2017
- Établir un plan d'action visant à améliorer notre rang au prochain cycle.	✓ Amélioration de notre classement au PSFSQ et PSDE.	DG	31 mars 2018
5.2.2 Augmenter les revenus générés par les programmes Placements Sports et Fonds Sports Québec.			
- Mettre sur pied un comité de philanthropie et de développement des affaires;		DG	30 mars 2018
- Élaborer un plan d'action visant à améliorer les revenus générés par ces deux programmes;		DG	15 déc. 2018
- Réaliser le plan d'action;		DG	31 déc. 2019
- Évaluer les résultats et apporter les améliorations au plan.	✓ Augmentation de 10% des revenus nets générés par ces deux programmes. En 2022, ces deux programmes génèrent 185 000$.	DG	30 avril 2020
5.2.3 Diversifier les sources de financement pour accroître les revenus.			
- Avec la collaboration du Comité de philanthropie et de développement des affaires, élaborer un plan d'action visant à obtenir de nouvelles sources de financement;		DG	15 déc. 2018
- Réaliser le plan d'action;		DG	15 déc. 2019
- Évaluer les résultats et apporter des améliorations.	✓ Croissance de 10% des revenus de commandites.	DG	30 avril 2020
5.2.4 Augmenter l'autofinancement.			
- Analyser les revenus et dépenses des divers programmes;		DG	15 déc. 2019
- Définir une stratégie permettant d'augmenter l'autofinancement;		DG	30 avril 2020
- Implanter la stratégie, évaluer les résultats et apporter des améliorations.	✓ Effectuer une gestion optimale des programmes afin d'augmenter l'autofinancement généré par ceux-ci, tout en améliorant l'expérience client.	DG	30 avril 2022