



Plan d'Affaires (2015-2020)

Société Canadienne des Éleveurs de
Moutons

20 mars 2015

TABLE DES MATIÈRES

| | |
|---|----|
| Vision | 2 |
| Mission | 2 |
| Objectifs | 3 |
| Actions 1 – Communication | 4 |
| Actions 2 –Développement des affaires | 5 |
| Actions 3 – Gestion financière | 7 |
| Actions 4 – Gestion de l’information | 8 |
| Actions 5 – Gestion des ressources humaines | 9 |
| Actions 6 – Éducation et formation | 10 |
| Actions 7 – Gouvernance | 11 |

VISION

Fournir la meilleure génétique ovine à l'industrie ovine canadienne et mondiale

MISSION

Représenter tous les éleveurs de moutons canadiens par un leadership visant à assurer l'intégrité et l'avancement génétique des moutons de race pure par le biais de collaborations avec tous les niveaux gouvernementaux et les organisations de l'industrie, tant à l'échelle domestique qu'internationale, pour améliorer la viabilité, la croissance et la prospérité de l'industrie ovine canadienne.

OBJECTIFS

Représenter:

- en présentant une voix unique pour les éleveurs de moutons de race pure visant la pérennité et la croissance de l’industrie ovine canadienne;
- l’industrie ovine de race pure en soutien à nos partenaires de l’industrie;
- en assurant un niveau de communication élevé au sein de l’industrie ovine canadienne de race pure.

Diriger:

- l’industrie ovine vers des changements proactifs;
- pour l’élevage, la sélection et l’approvisionnement en génétique ovine de race pure supérieure;
- en fournissant une structure de gouvernance claire, transparente et visible à l’industrie ovine canadienne de race pure.

Améliorer:

- en appliquant la stratégie de l’industrie pour la viabilité et la croissance;
- en soutenant les éleveurs de moutons de race pure pour rehausser le profil de l’industrie ovine canadienne, tant à l’échelle nationale que mondiale;
- par la promotion de l’industrie ovine canadienne pour l’accès aux marchés domestiques et internationaux.

ACTIONS 1 - COMMUNICATION

Objectif Stratégique:

Assurer des liens de communication et des activités avec les gens intéressés à la viabilité et la croissance de l'industrie ovine de race pure canadienne :

| Buts | Date cible | Indicateurs de performance |
|---|---|--|
| 1.1) <u>D</u> évelopper et maintenir le site web de la SCÉM : | <u>En cours</u> <u>En cours</u> | <ul style="list-style-type: none"> Mises à jour au besoin (minimum 2 fois par mois) Terminer la création du site (liens vers les partenaires de l'industrie: CLGA, ACIA, CCWG, FCM, CEPOQ et associations provinciales) Ajouter les politiques <u>Calendrier des formations sur GenOvis</u> <u>Liste des demandes d'exportation</u> |
| 1.2) <u>É</u> laborer une infolettre électronique pour la SCÉM : | <u>En cours</u> Mois suivant les appels conférence | <ul style="list-style-type: none"> Infolettre trimestrielle de la SCÉM (directeurs provinciaux fournissent des rapports au besoin) Intégrer de l'information aux infolettres provinciales (tirée de notre infolettre trimestrielle) Travailler avec la SCEA pour ajouter à son site web le lien vers l'infolettre |
| 1.3) <u>M</u> aintenir un contact régulier avec les partenaires provinciaux, nationaux et internationaux de l'industrie : | <u>En cours</u> | <ul style="list-style-type: none"> Réaliser des appels conférence avec la FCM, CCWG, CLGA, Tremblante Canada et le CEPOQ Maintenir des contacts réguliers avec le gouvernement : AAC- <u>A</u>griculture et <u>A</u>groalimentaire Canada, ACIA-<u>A</u>gence canadienne d'inspection des aliments, AÉCIC-<u>A</u>ffaires étrangères et <u>C</u>ommerce international Canada, SAM-Secrétariat à l'accès aux marchés, ministères provinciaux et fédéraux, etc. Maintenir des contacts réguliers avec les associations provinciales & producteurs et éleveurs individuels |
| 1.4) Promotion: | Complété | <ul style="list-style-type: none"> Annonces dans des magazines, journaux au besoin Dépliant ou feuille (similaire aux bannières) pour la promotion <u>Rédiger une lettre/dépliant de bienvenue (par l'entremise de la SCEA)</u> |

| | | |
|------------------|---|--|
| | <p><u>2015</u> <u>Complété</u></p> <p>Complété</p> <p><u>2015</u></p> <p><u>En cours</u></p> <p><u>En cours</u></p> | <ul style="list-style-type: none"> • <u>Imprimer des bannières déroulantes supplémentaires et les distribuer aux provinces</u> • <u>Stylos</u> • <u>Élaborer un concours annuel de photos</u> • <u>Appui aux expositions provinciales 4-H</u> • <u>Appui à la Royal Agricultural Winter Fair and Agribition</u> |
| 1.5) Bilinguisme | <p><u>En cours</u></p> | <ul style="list-style-type: none"> • Plan d'Affaires • Site web • Constitution • <u>Traduire les bannières déroulantes</u> • <u>Demande de bourse</u> |

ACTIONS 2 – DÉVELOPPEMENT DES AFFAIRES

Objectif Stratégique:

Assurer un leadership au sein de l'industrie ovine de race pure pour la promotion des opportunités de marché nationales et internationales:

| Buts | Date cible | Indicateurs de performance |
|---|-----------------|---|
| 2.1) Travailler avec les partenaires de l'industrie (Tremblante Canada et FCM) dans le lobbying pour l'ouverture des frontières d'autres pays : | <u>En cours</u> | <ul style="list-style-type: none"> • Progresser vers l'ouverture des frontières (nombre de pays pour lesquels nous avons des protocoles d'export/import... voir site web de l'ACIA) • Demandes pour la mise à jour du site web de l'ACIA • Soutien à CLGA et SAM • <u>Travailler avec la Fédération canadienne nationale de la chèvre</u> |

| | | |
|---|-----------------|---|
| | <u>En cours</u> | |
| | <u>En cours</u> | |
| 2.6) <u>D</u> évelopper un modèle d'affaires pour la Classique Canadienne : | <u>En cours</u> | <ul style="list-style-type: none">• Guide de planification (uniformité à chaque Classique)• <u>D</u>évelopper un modèle de Commanditaires/Publicité• <u>Ajouter un processus d'évaluation pour le comité d'organisation de chaque Classique</u> |

ACTIONS 3 – GESTION FINANCIÈRE

Objectif Stratégique:

Développer la capacité et des processus visant à attirer une large gamme de financement public et privé pour soutenir les initiatives de la SCÉM :

| Buts | Date cible | Indicateurs de performance |
|--|-------------------|--|
| 3.1) Mise en œuvre du Plan d'Affaires annuel de la SCÉM : | <u>En cours</u> | <ul style="list-style-type: none"> • Révision annuelle: ½ jour suivant une rencontre du CA (vendredi pm); présence de tous les directeurs |
| 3.2) Améliorer la performance de la SCÉM quant à la gestion des revenus et la recherche de financement : | <u>En cours</u> | <ul style="list-style-type: none"> • Budget et livres de comptes équilibrés • Trouver les meilleurs taux pour les CPG à terme et en informer le CA avant le <u>renouvellement du placement</u> |
| 3.3) Collaborer avec les affiliés de l'industrie pour l'identification de sources de financement possibles (publiques et privées): | <u>En cours</u> | <ul style="list-style-type: none"> • <u>Communication, fonctionnement et ententes de financement pour les projets (FCM, Tremblante Canada, <u>CEPOQ</u>, <u>CCWG</u>)</u> • <u>Fournir un soutien financier aux initiatives de recherche</u> |
| <u>3.4) Révision du budget et des états financiers (trimestriellement)</u> | <u>En cours</u> | <ul style="list-style-type: none"> • <u>Déclaration trimestrielle à ce jour à inclure aux documents de la conférence téléphonique (en comparaison aux 2 années précédentes)</u> |
| <u>3.5) Affecter des fonds à la recherche</u> | <u>En cours</u> | <ul style="list-style-type: none"> • <u>10 % du revenu net de la SCEA chaque année</u> |

ACTIONS 4 – GESTION DE L'INFORMATION

Objectif Stratégique:

Élaborer un processus pour recueillir, analyser et transmettre les informations pertinentes aux producteurs et aux gens ayant de l'intérêt sur les questions liées à la production et aux marchés :

| Buts | Date cible | Indicateurs de Performance |
|--|---|---|
| 4.1) Fournir des données des marchés pour la génétique ovine : | <u>En cours</u> | <ul style="list-style-type: none"> • Statistiques de la Classique (tous les indicateurs – ex : 2010) |
| 4.2) Développer des moyens récurrents pour recueillir les commentaires des producteurs et les intégrer dans la promotion des marchés : | <u>En cours</u> <u>En cours</u> | <ul style="list-style-type: none"> • Être présent aux ventes, rencontres et journées d'information • <u>Inscriptions en ligne à la Classique</u> • <u>Liste des participants de GenOvis sur le site Web</u> • <u>Processus national de remise de prix GenOvis</u> • <u>Témoignages à propos de GenOvis</u> |
| 4.3) Développer des outils pour une meilleure utilisation de la base de données ovines de la SCEA : | <u>En cours</u> <u>En cours</u> <u>En cours</u> | <ul style="list-style-type: none"> • Statistiques d'enregistrement et de transfert • Achats par les éleveurs, les producteurs, etc. • Liens <u>avec</u> GenOvis • Réviser les statistiques d'enregistrement/transfert par prix unitaire • Lien avec l'étude sur la consanguinité • Nombre d'enregistrements TE/IA |

ACTIONS 5 – GESTION DES RESSOURCES HUMAINES

Objectif Stratégique:

| Buts | Date cible | Indicateurs de performance |
|---|--|---|
| 5.1) Rédaction de la description de tâches pour le poste de directeur général de la SCÉM | <u>Examen périodique</u> | <ul style="list-style-type: none"> • Description de tâches complétée |
| 5.2) — Embaucher un directeur général | Complété | <ul style="list-style-type: none"> • Directeur général embauché |
| 5.6)5.2) <u>Embaucher des ressources Personnel hautement performant</u> | <u>En cours</u> <u>En cours</u> Annuellement | <ul style="list-style-type: none"> • <u>Préparer un manuel des procédures</u> <ul style="list-style-type: none"> ○ <u>Organisation de l'AGA</u> ○ <u>Organisation de la Classique</u> ○ <u>Élection du comité exécutif</u> • Mettre à jour <u>et diffuser</u> la description de tâches • <u>Évaluation du DG: Discussion sur le protocole avec le président</u> • <u>Envoi par courriel d'une mise à jour mensuelle aux administrateurs</u> |
| 5.3) <u>Traiter avec un fournisseur de service solide, rapide et durable pour les enregistrements</u> | <u>En cours</u> | <ul style="list-style-type: none"> • <u>Sondage auprès des membres</u> • <u>Élaboration du plan d'affaires à la SCEA</u> |

ACTIONS 6 – ÉDUCATION ET FORMATION

Objectif Stratégique:

Identifier et fournir sur une base continue les connaissances, les compétences et la motivation aux personnes ayant un intérêt direct dans le succès de l'industrie ovine pour rendre celle-ci viable :

| Buts | Date cible | Indicateurs de performance |
|--|---|---|
| 6.1) Développement de matériel d'information spécifique aux <u>racés pures</u> : | 2014 Complété-mis à jour au besoin | <ul style="list-style-type: none"> • <u>Revue du</u> matériel disponible dans les provinces et d'autres pays • Guide sur l'intervalle de reproduction des béliers • <u>Guide pour l'importation et la Reconnaissance Internationale</u> • <u>Dresser une liste des juges disponibles</u> • <u>Faire connaître les avantages de l'enregistrement</u> • <u>Analyse économique de la contribution du secteur des races pures</u> • <u>Témoignages (brève vidéo produite annuellement pour traiter de la rentabilité – éleveur commercial, abattoir)</u> |
| 6.2) <u>Coordonner les</u> programmes de formation et d'information visant l'amélioration des pratiques d'élevage dans l'industrie ovine : | 2015 <u>2015</u> | <ul style="list-style-type: none"> • <u>Produire une vidéo</u> sur la double identification, <u>le tatouage et l'ablation de la queue dans les règles</u> pour l'enregistrement (sites web SCEA et SCÉM) et instructions/coût de remplacement • <u>Lien vers les vidéos pertinentes du CEPOQ et l'Université Laval</u> |
| 6.3) Gérer un fonds et un programme de bourses : | Annuellement | <ul style="list-style-type: none"> • Sélectionner des candidats pour le semestre d'automne |
| 6.4) Représenter les membres concernant les questions de santé et de biosécurité: | <u>En cours</u> 2014 | <ul style="list-style-type: none"> • Collaborer et communiquer sur des forums appropriés (Tremblante Canada, groupe de travail sur les médicaments, Programme national sur la santé des troupeaux, etc.) • Normes relatives au testage du MV et son coût; explorer les tests de résistance disponibles aux ÉU • <u>Plan de biosécurité et de santé des troupeaux</u> • <u>Collaboration du MV pour aligner les programmes</u> |

| | | |
|---|---|--|
| | | <ul style="list-style-type: none"> • <u>Programme de certification d'exemption des troupeaux à l'égard de la tremblante</u> |
| 6.7) Guider <u>la promotion de GenOvis comme étant notre</u> programme d'évaluation génétique national: | <u>En cours</u> <u>En cours</u> 2015 <u>2013-2016</u> 2015 <u>En cours</u> 2015 | <ul style="list-style-type: none"> • Mise en <u>œuvre</u> de GenOvis Canada (contrôle et service standards à travers le pays) • <u>Éducation des membres</u> (Formulaire d'inscription à la Classique: ajuster les commentaires pour l'ajout d'un espace spécifique aux indices/commentaires pour fournir une validation, infolettre, sites web, implication des associations provinciales, échange avec CEPOQ/OSMA pour message cohérent, page dans le catalogue de la Classique) • <u>Informers les provinces de la disponibilité possible de fonds provinciaux, par le biais de Cultivons l'avenir, pour des programmes de formation sur GenOvis et sur les ultrasons (mesure du gras dorsal)</u> • Soutenir CEPOQ et OSMA • Communiquer avec les provinces concernant <u>le colloque</u> sur GenOvis <u>et les informer du coût</u> • <u>Former le sous-comité consultatif en génétique</u> • <u>Élaborer un lien entre FarmWorks et GenOvis</u> • <u>Favoriser l'accès équitable à GenOvis</u> • <u>Webinars et brèves vidéos en ligne sur GenOvis</u> |
| 6.8) Recherche | <u>En cours</u> | <ul style="list-style-type: none"> • <u>Soutenir les projets pertinents</u> • <u>Prioriser les domaines de recherche et communiquer avec les établissements appropriés</u> |

