



**CARREFOUR
BEAUSOLEIL**

Planification
2020-2025
stratégique

Table des matières

Sommaire du plan stratégique.....	3
Avant-propos	4
Situation actuelle.....	5
Structure organisationnelle.....	6
Contexte général.....	7
Analyse FFOM.....	8
Mission, vision, valeurs et orientations stratégiques.....	9
Mission.....	9
Vision	9
Valeurs.....	9
Orientations stratégiques.....	10
Orientation 1 – Développement communautaire.....	11
Orientation 2 – Mobilisation régionale	12
Orientation 3 – Jeunesse.....	13
Orientation 4 – Administration.....	14
Stratégie.....	15
Mise en œuvre et suivi du plan	20

Sommaire du plan stratégique

Plan stratégique 2020-2025 du Carrefour communautaire Beausoleil

<p>VISION</p> <p>Les communautés acadiennes et francophones contribuent à l'épanouissement et au rayonnement de leur langue et de leur culture.</p>			
<p>MISSION</p> <p>Promouvoir le développement et le rayonnement des communautés acadiennes et francophones de la région de Miramichi.</p>			
<p>VALEURS</p> <p>Fierté et appartenance communautaire · Engagement · Inclusivité · Initiative et innovation · Intégrité et imputabilité</p>			
<p>ORIENTATIONS STRATÉGIQUES</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Infrastructure : Offrir des espaces adéquats pour les besoins de la communauté 2. Mobilisation régionale : Développer le sentiment d'appartenance à la communauté acadienne et francophone de la région en contribuant à son développement 3. Développement communautaire : Diversifier l'offre de services pour la communauté francophone et acadienne de la région 4. Jeunesse : Offrir des services et des espaces adéquats à notre jeunesse afin d'en assurer la rétention 5. Administration : Faire rayonner le Carrefour communautaire Beausoleil tout en assurant la pérennité de l'organisme 			
<p>PILIER 1 Développement communautaire</p> <p>a) infrastructures et services b) programmation culturelle et communautaire c) partenariats et soutien aux organismes</p>	<p>PILIER 2 Mobilisation régionale</p> <p>a) francophonie b) croissance démographique c) développement économique</p>	<p>PILIER 3 Jeunesse</p> <p>a) petite enfance b) adolescence c) jeunes adultes</p>	<p>PILIER 4 Administration</p> <p>a) visibilité b) communication et promotion c) gestion interne</p>

Avant-propos

Le présent document propose les grandes orientations stratégiques de l'organisme, les objectifs reliés à ces orientations et les moyens pour les atteindre. Pendant les séances de travail et les sondages qui ont servi à recueillir de l'information, nous en avons profité pour revoir la mission, la vision et les valeurs de l'organisme. Cette planification a permis une réflexion profonde, permettant de projeter encore plus loin la notoriété, la crédibilité et l'essence même du Carrefour communautaire Beausoleil.

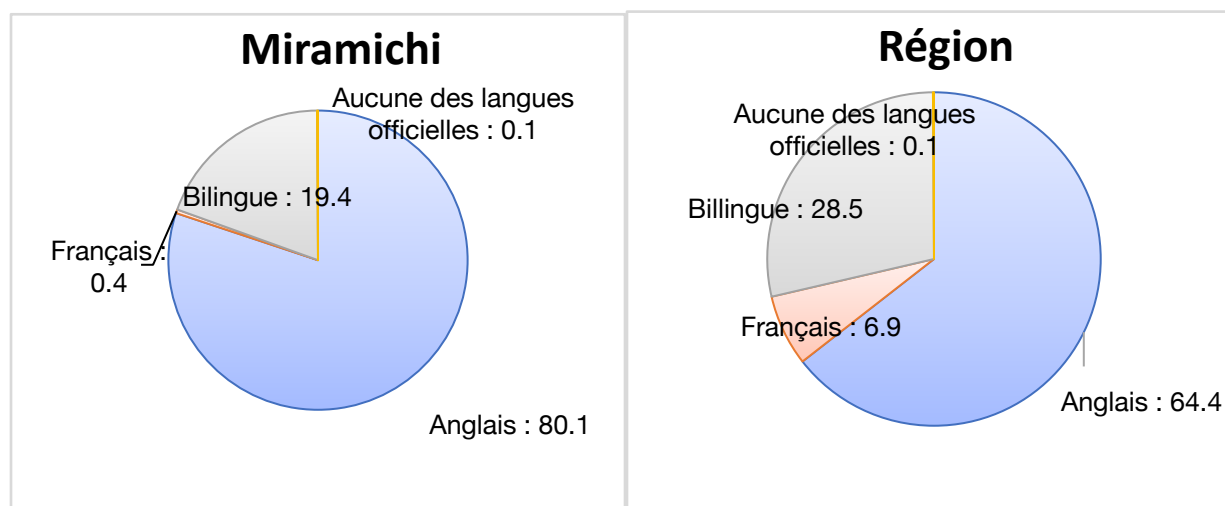
Pour réaliser sa mission, le Carrefour communautaire Beausoleil répond aux besoins de sa communauté selon trois grandes catégories : la petite enfance et la jeunesse, les services à la communauté et l'organisation et la vie communautaire. Cette implication favorise le développement et le rayonnement de la communauté acadienne et francophone de la région de Miramichi en offrant des infrastructures communautaires et scolaires.

Lors de la planification stratégique 2016-2019, le Carrefour communautaire Beausoleil avait établi des objectifs à long terme (soit jusqu'en 2025), ce qui correspond à la date de fin de ce présent plan. Ces objectifs ont été validés lors de sessions de travail et de sondages dans le but de confirmer que ceux établis en 2016 étaient toujours d'actualité et répondaient encore à l'ensemble des besoins de la communauté en 2020.

Situation actuelle

Le Carrefour communautaire Beausoleil (CCB) a vu le jour le 12 novembre 1985 et avait pour objectif de promouvoir le développement et le rayonnement des communautés acadiennes et francophones de la région de Miramichi. À ces 35 ans d'existence, avec une équipe de plus de 50 employés, le CCB est perçu comme un acteur important pour la vitalité de la francophonie dans la communauté. Depuis sa création, aucun investissement majeur n'a été effectué dans les installations, ce qui affecte la capacité du CCB à répondre aux nouveaux besoins de la communauté et à contribuer à l'épanouissement des personnes, des familles et de la jeunesse acadiennes et francophones de la région de Miramichi.

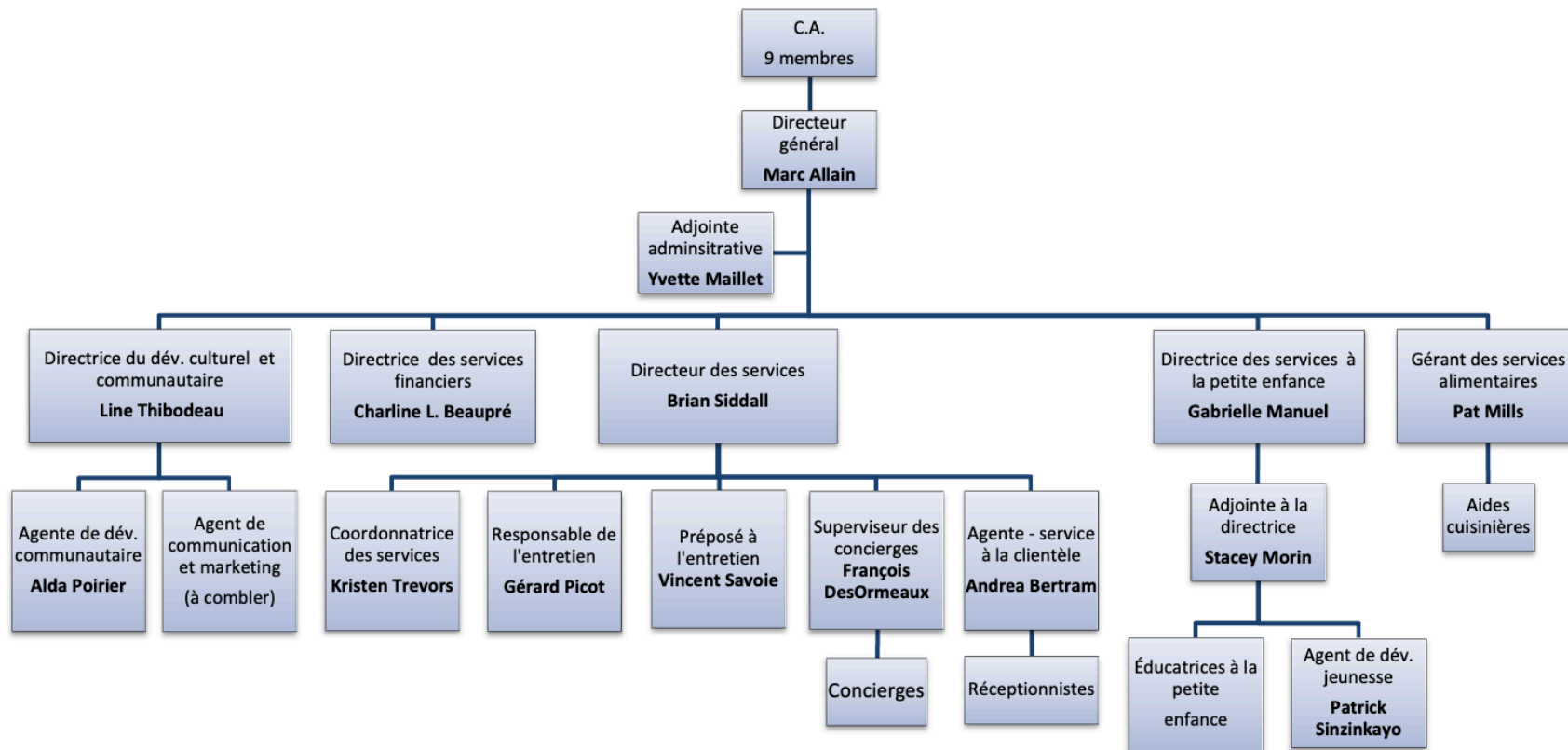
Parmi les données recueillies par Statistiques Canada¹, la population de la Ville de Miramichi est de 17 515 habitants avec un âge moyen de 48,7 ans. Parmi l'ensemble de ces habitants, 8 464 occupent un emploi. Néguauc compte 1 691 habitants, avec un âge moyen de 49,1, dont 802 occupent un emploi. Baie-Sainte-Anne compte 1 322 habitants, avec un âge moyen de 51,6, dont 718 occupent un emploi. Rogersville compte 2 264 habitants, avec un âge moyen de 55,0, dont 1 021 occupent un emploi. Sans surprise, la langue la plus parlée dans la région de Miramichi est l'anglais, mais il fut intéressant de faire la comparaison entre les langues officielles parlées dans la Ville de Miramichi et dans la région de Miramichi, Néguauc, Baie-Sainte-Anne et Rogersville, considérant que la Ville de Miramichi compose 77 % de la population.



¹ Statistique Canada. 2017. *Miramichi [Agglomération de recensement], Nouveau-Brunswick et Nouveau-Brunswick [Province] (tableau). Profil du recensement, Recensement de 2016, produit n° 98-316-X2016001 au catalogue de Statistique Canada. Ottawa. Diffusé le 29 novembre 2017.*
<https://www12.statcan.gc.ca/census-recensement/2016/dp-pd/prof/index.cfm?Lang=F> (site consulté le 8 mai 2020).

Structure organisationnelle

Actuellement, la structure organisationnelle du Carrefour communautaire Beausoleil est représentée sous l'organigramme suivant :



Contexte général

Au moment de la rédaction finale de ce plan stratégique, l'état d'urgence en réponse à la pandémie COVID-19 déclarée le 19 mars 2020 est toujours en cours. Les objectifs fixés tiennent compte de l'impact incertain de la reprise économique après la pandémie ainsi que du report de plusieurs enjeux extérieurs importants pour le CCB, notamment les élections municipales.

Une concertation publique, des groupes de travail et un sondage ont été effectués auprès du conseil d'administration, des employés et du grand public. Le sondage s'est assuré **d'avoir** une représentativité au niveau de la jeunesse et des parents ayant des enfants qui fréquentent les services de garde du CCB.

L'ensemble des questions posées lors de l'analyse de la situation avait comme objectif de comprendre les besoins des utilisateurs actuels et potentiels.

Sans grande surprise, l'augmentation du nombre de places au sein du service de la petite enfance et la rétention des jeunes fut les deux grandes priorités ressorties lors des consultations et du sondage. Parmi les activités/programmes/services que les gens aimeraient voir au CCB, un espace de jeux intérieur, une patinoire extérieure, la dégustation de produits locaux, un parc communautaire et un café/bistro sont les choix en ordre les plus mentionnés par les répondants. Une mention spéciale doit être faite pour l'amélioration du parc de jeux extérieur appartenant à l'école qui n'était pas dans les choix de réponses, mais qui est très souvent ressorti dans les commentaires.

Chez nos jeunes de 12 à 30 ans, les activités parascolaires qui les intéressent le plus sont les sports, les cours de cuisine et l'apprentissage d'un instrument de musique. Un sport mentionné par près de 100 % des répondants à cette catégorie est le volleyball. Pour les instruments de musique, la guitare fut couronnée championne. Lorsqu'ils ont répondu aux questions au sujet des trois éléments du CCB qu'ils préfèrent, la programmation culturelle, la galerie d'art et la cafétéria sont ressorties victorieuses. Un groupe de discussion avec ce groupe d'âge sera effectué pour approfondir les résultats reçus. Les services qu'ils aimeraient avoir sont un café/bistro, un jardin communautaire et un programme d'entraînement physique (ex aequo) et de l'aide pour les devoirs.

Chez les parents utilisant le service de garde, les activités qui les intéressent le plus sont un espace intérieur de divertissement, les cours d'activité physique, un parc extérieur, les sorties familiales et des cours de cuisine, tous parents-enfants. Une mention spéciale doit être faite aux services de garde lors des activités culturelles et communautaires en soirée et au service d'aide pour les devoirs qui suivaient de très près dans les réponses.

Quatre-vingts pour cent des répondants préfèrent être joints par courriel pour la promotion d'activité et de services.

Analyse FFOM

Forces

- Représente une fierté et une appartenance communautaire francophone
- Réalisation de la mission est perçue comme accomplie
- Majorité des services offerts connus par la clientèle cible
- Programmation culturelle

Faiblesses

- Faible taux de différenciation du CCB et de l'école
- Espace actuel trop petit pour répondre aux besoins de la clientèle visée
- Visibilité du Carrefour comme un lieu inclusif
- Valeurs du CCB non perçus par la communauté

Opportunités

- Modernisation de la Loi sur les langues officielles
- Immigration francophone liée au plan d'action et à la stratégie de croissance démographique de la province
- Collaboration régionale

Menaces

- Menace anti-francophone
- Contexte politique
- Impacts de la pandémie COVID-19
- Manque de services en français dans les services publics de Miramichi

Mission, vision, valeurs et orientations stratégiques

Mission

Après l'analyse de la mission actuelle du CCB, nous recommandons de conserver la même soit de promouvoir le développement et le rayonnement des communautés acadiennes et francophones de la région de Miramichi.

Vision

Après l'analyse de la vision actuelle du CCB, nous recommandons de conserver la même soit les communautés acadiennes et francophones contribuent à l'épanouissement et au rayonnement de leur langue et de leur culture.

Valeurs

Au moment de débiter ce plan stratégique, le CCB avait treize valeurs, soit la fierté et l'appartenance communautaire, l'engagement, l'inclusivité, l'esprit entrepreneurial, la transparence, la confidentialité, l'intégrité, le souci de la communauté, l'initiative et l'innovation, le développement communautaire, la pertinence des programmes, l'approche globale, holistique et visionnaire, l'imputabilité et les partenariats. Nous avons voulu tester la perception des gens face à l'application de ses valeurs. Les neuf premières ont donc été soumises au grand public et les résultats démontrent que la valeur la plus forte attribuée à l'organisation est la fierté et l'appartenance communautaire (80 %). L'intégrité, la confidentialité et la transparence ont eu les taux les plus faibles à 25, 19 et 14 % respectivement. L'ensemble des autres valeurs ont obtenu une note entre 40 et 50 %.

Bien que l'ensemble de ces valeurs représentent des priorités pour le CCB, nous avons choisi d'en retenir cinq principales afin de les faire rayonner dans nos messages, soit la fierté et l'appartenance communautaire, l'engagement, l'inclusivité, l'initiative et l'innovation ainsi que l'intégrité et l'imputabilité.

Orientations stratégiques

Il est proposé que les quatre axes suivants deviennent les actions prioritaires du Carrefour communautaire Beausoleil pour les cinq prochaines années :

- 1) Développement communautaire
 - a) Infrastructures et services
 - b) Programmation culturelle et communautaire
 - c) Partenariats et soutien aux organismes
- 2) Mobilisation régionale
 - a) Francophonie
 - b) Croissance démographique
 - c) Développement économique
- 3) Jeunesse
 - a) Petite enfance
 - b) Adolescence
 - c) Jeunes adultes
- 4) Administration
 - a) Visibilité
 - b) Communication et promotion
 - c) Gestion interne

L'ensemble des orientations stratégiques sera expliqué plus en détail au fil des pages ci-après.

Orientation 1 – Développement communautaire

Objectif

Que le Carrefour communautaire Beausoleil soit reconnu comme un centre culturel et communautaire ouvert à tous avec les espaces requis pour répondre aux besoins de ces utilisateurs.

Mise en œuvre

a) Infrastructures et services

- Gestion des infrastructures
- Développement de services
- Services alimentaires avec des produits locaux

b) Programmation culturelle et communautaire

- Programmation de spectacles
- Rayonnement du talent local
- Activités culturelles et communautaires

c) Partenariats et soutien aux organismes

- Soutien aux organismes francophones
- Partenariat avec des organismes économiques et communautaires
- Revendication collective des droits des francophones

Orientation 2 – Mobilisation régionale

Objectif

Que la grande région de Miramichi soit mobilisée afin de contribuer au développement de tous ceux qui y habitent, y travaillent, y font des affaires et s’y divertissent.

Mise en œuvre

a) Francophonie

- Fierté communautaire francophone
- Reconnaissance des besoins de la communauté francophone
- Renforcer la représentation francophone

b) Croissance démographique²

- Attraction
- Rétention
- Rapatriement

c) Développement économique

- Collaboration entre les organismes
- Démontrer la contribution économique de la communauté francophone dans la région
- Favoriser le développement de l’entreprise sociale

² La croissance démographique inclut le rapatriement des gens originaires de Miramichi ayant quitté la région, l’arrivée des gens de l’international, ainsi que ceux en provenance d’ailleurs au Canada.

Orientation 3 – Jeunesse

Objectif

Que la jeunesse prenne sa place dans la communauté afin de s’y épanouir et de s’y développer.

Mise en œuvre

- a) Petite enfance
 - Agrandissement du service de la petite enfance
 - Activités parents-enfants
 - Installations et espaces adéquats
- b) Adolescence
 - Activités parascolaires
 - Rétention des jeunes
 - Activités de socialisation inclusive
- c) Jeunes adultes
 - Activités de socialisation inclusive
 - Rétention des jeunes
 - Services orientés vers les jeunes adultes

Orientation 4 – Administration

Objectif

Que le Carrefour communautaire Beausoleil transmette son message aux personnes clés et effectue les tâches efficacement.

Mise en œuvre

a) Visibilité

- Distinction entre le CCB et l'ÉCB
- Reconnaissance de la marque
- Impact de la communauté francophone dans la région

b) Communication et promotion

- Interne
- Externe
- Partenariats

c) Gestion interne

- Gouvernance
- Ressources humaines
- Analyse des besoins et des tâches

Stratégie

Légende :

CT - Court terme - Moins d'un an

MT - Moyen terme - Plus d'un an, moins de trois ans

LT - Long terme - Plus de trois ans, moins de cinq ans

Orientation 1 – Développement communautaire			
Objectif		Que le Carrefour communautaire Beausoleil soit reconnu comme un centre culturel et communautaire ouvert à tous avec les espaces requis pour répondre aux besoins de ces utilisateurs.	
Échéancier		Action de portée stratégique	
CT	MT	LT	Début de la construction du bâtiment des services à la petite enfance ³
CT	MT	LT	Début des rénovations pour les nouveaux espaces communautaires ³
CT	MT	LT	Revendication du besoin de l'agrandissement scolaire (École Carrefour Beausoleil) et locaux partagés
CT	MT	LT	Continuation d'une programmation de spectacles pour tous les groupes d'âge
CT	MT	LT	Étude de faisabilité pour la création d'une fondation pour la communauté francophone de la région de Miramichi
CT	MT	LT	Analyse des besoins en matière de locaux pour les activités parascolaires et communautaires
CT	MT	LT	Établissement d'un plan des infrastructures pour le CCB
CT	MT	LT	Mise en œuvre du plan des infrastructures pour le CCB
CT	MT	LT	Activités multiculturelles
CT	MT	LT	Créations d'activités et de services mettant en vedette des produits locaux

³ Conditionnellement à l'obtention du financement nécessaire

CT	MT	LT	S'assurer de favoriser le talent local dans la programmation
CT	MT	LT	Continuation du développement de services francophones pour la communauté
CT	MT	LT	Soutien aux organismes francophones
CT	MT	LT	Partenariat avec des organismes économiques et communautaires
CT	MT	LT	Revendication collective des droits des francophones

Orientation 2 – Mobilisation régionale

Objectif	Que la communauté francophone de la grande région de Miramichi soit mobilisée afin de contribuer au développement de tous ceux qui y habitent, y travaillent, y font des affaires et s'y divertissent.		
Échéancier	Action de portée stratégique		
CT	MT	LT	Développer une stratégie de croissance démographique pour les francophones de la région de Miramichi avec des partenaires
CT	MT	LT	Mise en place de la stratégie de croissance démographique pour les francophones avec les partenaires
CT	MT	LT	Création d'un événement annuel pour célébrer la fierté communautaire des francophones
CT	MT	LT	Rencontre et établissement d'un plan d'action avec le Bureau des droits en français, afin d'obtenir plus de services pour les francophones dans la région
CT	MT	LT	Mise sur pied d'une campagne publicitaire afin de faire reconnaître la contribution économique et sociale de la communauté francophone de la région
CT	MT	LT	Instiguer un groupe de collaboration avec le milieu économique de la région de Miramichi afin de contribuer au développement durable de la région
CT	MT	LT	Promouvoir le CCB comme un expert en matière de francophonie et pour les causes francophones
CT	MT	LT	Effectuer des représentations dans les divers événements de la région afin de soutenir l'importance des besoins des francophones
CT	MT	LT	Établir un contact avec les autres écoles secondaires francophones de la région afin de créer des événements jeunesse et de faciliter la rétention des jeunes

Orientation 3 - Jeunesse			
Objectif		Que la jeunesse prenne sa place dans la communauté afin de s'y épanouir et de s'y développer.	
Échéancier		Action de portée stratégique	
CT	MT	LT	Mise sur pied et lancement d'un cours d'activité physique parent-enfant
CT	MT	LT	Augmenter le nombre de places à la garderie
CT	MT	LT	Augmenter les activités sportives accessibles aux jeunes de la communauté
CT	MT	LT	Tenue d'un groupe de discussion jeunesse pour définir leurs besoins
CT	MT	LT	Augmentation des activités parents-enfants (ex. : cuisine)
CT	MT	LT	Offrir du soutien parascolaire aux élèves
CT	MT	LT	Mise sur pied d'espaces communautaires adaptés à la jeunesse
CT	MT	LT	Intégration des jeunes adultes dans les activités du CCB
CT	MT	LT	Création d'activités « sortie familiale »
CT	MT	LT	Activités de socialisation pour les adolescents et les jeunes adultes
CT	MT	LT	Effectuer une analyse sociolinguistique et de développement de services scolaire/parascolaire pour les ados de la grande région de Miramichi
CT	MT	LT	Approfondir la programmation culturelle pour la petite enfance, les adolescents et les jeunes adultes

Orientation 4 - Administration

Objectif			Que le Carrefour communautaire Beausoleil transmette son message aux personnes clés et effectue les tâches efficacement.
Échéancier			Action de portée stratégique
CT	MT	LT	Intégrer sur le site web un espace d'inscription à une infolettre pour la diffusion des activités
CT	MT	LT	Révision des règlements administratifs du CCB
CT	MT	LT	Campagne publicitaire visant à faire connaître le CCB comme un élément distinctif de l'école
CT	MT	LT	Mise en place d'une stratégie de communication à tous les niveaux avec l'interne et l'externe de l'organisation
CT	MT	LT	Élaboration d'une stratégie de publicité et marketing
CT	MT	LT	Mise en place de la stratégie de publicité et marketing
CT	MT	LT	Mettre sur pied un conseil consultatif pour les jeunes adultes afin de guider les décisions et les orientations
CT	MT	LT	Évaluation des besoins en ressources humaines du CCB par un consultant externe
CT	MT	LT	Élaboration d'un plan exhaustif des ressources humaines
CT	MT	LT	Mise en place du plan des ressources humaines
CT	MT	LT	Plan de développement des infrastructures

Mise en œuvre et suivi du plan

La mise en œuvre, le suivi et la mise à jour de la planification stratégique s'inscriront dans le cycle annuel du Carrefour communautaire Beausoleil.

Le conseil d'administration établira avec la direction générale les priorités annuelles découlant du plan stratégique. Le plan d'action fait l'objet de mises à jour régulières en fonction des progrès accomplis.

Le conseil d'orientation et l'équipe du CCB seront mis à contribution pour la mise en œuvre, le suivi et la mise à jour de la planification stratégique.

Un plan annuel, préparé par l'équipe, traduira les orientations du plan stratégique en actions concrètes, mettant ainsi les ressources du CCB à contribution dans la mise en œuvre de la planification.

Le rapport annuel constituera l'outil privilégié pour communiquer les résultats obtenus et les développements en cours. Il sera présenté au conseil d'administration ainsi qu'à l'assemblée générale annuelle.