



**La Société canadienne
des Relations publiques, Inc.**

Plan stratégique 2007-2010

VUE D'ENSEMBLE DE LA SOCIÉTÉ

Les activités de notre Société ont vu le jour au milieu des années 1940 alors que des relationnistes montréalais croient qu'il devenait opportun de favoriser davantage les échanges sur leur pratique professionnelle. En 1948, la *Canadian Public Relations Society* est créée. Au Québec, le regroupement est strictement réservé aux relationnistes pratiquant dans les entreprises privées et en consultation alors qu'en Ontario, les praticiens du secteur public sont également admis tout comme ceux travaillant dans les entreprises privées et en consultation. En 1953, les deux organisations s'unissent pour former la Société canadienne des relations publiques inc. (SCRP). La Société canadienne fonctionne maintenant tel une fédération constituée de sociétés membres et dirigée par un conseil d'administration. La SCRP est un organisme sans but lucratif dont les membres pratiquent les relations publiques, assurent la gestion ou l'enseignement.

Le rayonnement de la SCRP

	Actuelle 2005/2006	Proposée 2006/2007
Sociétés membres	16	16
Membres à l'échelle nationale	1686	1719
Membres agréés	486	510
Fellows	53	57
Fellows honoraires	15	16
Budget de fonctionnement annuel	496 190 \$	496 707 \$

Membres du conseil d'administration 2006-2007 de la SCRP*

Colleen Killingsworth, ARP,	Présidente
Mark Hunter LaVigne, ARP	Vice-président/secrétaire
Blair Peberdy, ARP	Vice-président/trésorier
Kevin Boothroyd	Administrateur, Colombie-Britannique
Lucie-Anne Fabien, ARP	Administratrice, Québec
Dr. Terry Flynn, ARP	Administrateur, Ontario
Béatrice G. Pepper, ARP	Administratrice, Québec
Derrick Pieters, ARP, Fellow SCRCP	Administrateur, Alberta
Peter Spurway	Administrateur, Maritimes
Roderick Stanley, ARP	Administrateur, Maritimes
Adele Stevens-Beeston	Administratrice, Prairies
Anita Wasiuta, ARP	Administratrice, Colombie-Britannique
Karen Dalton, ARP	Directrice générale

* La composition du conseil d'administration reflète les six régions géographiques suivantes : Maritimes (Île-du-Prince-Édouard, Terre-Neuve et Labrador, Nouvelle-Écosse et Nouveau-Brunswick), Québec, Ontario, Prairies (Manitoba et Saskatchewan), Alberta et Colombie-Britannique.

La firme Philip Boyd et associés offre les services de gestion de la SCRP notamment en gestion financière et comptable, administration de la société, gestion des bénévoles, programmes de financement et de partenariat, communications avec les membres et liaison avec les sociétés membres.

La source de financement principale de la Société provient de la cotisation annuelle de ses membres, des frais au programme d'agrément, au concours des Prix ainsi que des revenus générés par la Conférence annuelle. Un deuxième niveau de financement comporte les revenus des commandites, en biens et services comme en argent.

CONTEXTE STRATÉGIQUE

Vision

Dans le cadre d'une enquête menée en 2004, les répondants devaient décrire leur vision de la SCRP. Le thème le plus souvent mentionné dans cette vision était le suivant :

« Être l'association par excellence des professionnels canadiens des relations publiques et des communications – laquelle voit à la défense d'une pratique exemplaire, valorise l'importance de communiquer de façon efficace, représente une valeur auprès de ses membres et accorde beaucoup d'importance à leur développement. »

Mission

La mission de la SCRP tient compte des buts et objectifs de la Société et de sa clientèle :

« En tant qu'association entièrement canadienne, la Société canadienne des relations publiques a pour mission de :

- regrouper tous les relationnistes au Canada et de faire valoir leurs intérêts professionnels;
- favoriser le développement et la reconnaissance professionnelle des relations publiques au Canada, en coopération avec les Sociétés membres et des associations similaires œuvrant dans d'autres pays;
- surveiller la pratique des relations publiques pour le bénéfice de la protection de l'intérêt public.

Valeurs

Les valeurs fondamentales n'ont pas encore été identifiées. Les prochains conseils d'administration pourront se pencher sur les valeurs centrales de la Société afin de reconnaître les valeurs comparables au sein d'organismes partenaires et commanditaires.

BUTS, OBJECTIFS ET STRATÉGIES

Le plan stratégique 2006-2009 est articulé autour des trois buts suivants : croissance, visibilité et fonctionnement de l'organisme. Les critères de réussite assureront la croissance et la vitalité de la Société et de ses membres.

Les buts, objectifs, stratégies et tactiques de la SCRP au cours des trois prochaines années sont décrits dans les pages qui suivent. Collectivement, ce plan assure la transparence de la Société nationale et offre une plus grande valeur ajoutée aux sociétés membres, par l'entremise de stratégies et de tactiques. Les groupes de travail et les comités approfondiront leurs plans d'action et leurs échéanciers respectifs.

But 1 Maximiser le nombre de membres au sein de la Société

But 2 Améliorer la visibilité de la SCRP

But 3 Renforcer la valeur de la Société

BUT 1 Maximiser le nombre de membres au sein de la Société

Maximiser l'utilisation efficiente des ressources afin de soutenir la croissance et la vitalité de la SCRP selon la demande actuelle et future.

OBJECTIF No. 1: Optimiser la croissance et le taux de rétention des membres nationaux.

Stratégie A : Augmenter le nombre de membres à l'échelle nationale

Stratégie B : Assurer le bilinguisme de l'organisme (communications de qualité en anglais et en français)

Stratégie C : Optimiser la croissance et la rétention des membres agréés (ARP)

Les tactiques suivantes sont tirées des plans d'action 2006/2007 des divers comités et conseils

No.	Tactique	Comité	Liaison
1	Diriger d'importantes recherches dans le secteur des relations publiques au Canada, notamment en ce qui a trait aux descriptions de poste et au niveau salarial.	Recherche et développement	Lucie-Anne / Kevin
2	Développer et réaliser un nouveau sondage auprès des membres, identifier des critères de référencement et identifier les motivations clés auprès des membres	Recrutement et rétention des membres	Derrick
3	S'assurer que les membres étudiants des sociétés locales deviennent membres nationaux	Conseil national sur l'éducation	Terry

OBJECTIF No. 2 : Agir comme chef de file en matière de formation continue

Stratégie A : Développer des programmes s'adressant aux diverses étapes de la carrière des membres : débutant, mi-carrière, direction

Stratégie B : Augmenter l'offre en développement professionnel visant à améliorer les connaissances et les compétences

Stratégie C : Agir comme chef de file en matière de développement par l'enseignement

No.	Tactique	Comité	Liaison
4	Coordonner l'image de marque nationale de l'agrément	Conseil sur l'agrément	Béatrice / Anita
5	Définir des normes nationales de formation en relations publiques au Canada	Conseil national sur l'éducation	Terry
6	Promouvoir et maintenir un projet pilote de réseau national de conférenciers pour la Société.	Développement professionnel	Rod / Anita

7	Définir un processus de lancement de séminaires virtuels ou à distance au contenu canadien ou international.	Développement professionnel	Rod / Anita
8	Augmenter le niveau de connaissance des membres envers la collection de la SCRP.	Bibliothèque de référence	Mark

BUT 2 Améliorer la visibilité de la SCRP

Maximiser la notoriété de la SCRP et de ses membres locaux et internationaux par l'entremise des médias, des gens d'affaires, des gouvernements, des ONG, etc.

OBJECTIF : Sensibiliser davantage le public à la profession.

Stratégie A : Définir et améliorer la sensibilisation aux connaissances, compétences et caractéristiques de la profession

Stratégie B : Améliorer le profil de la SCRP

Stratégie C : Avoir recours progrès technologiques afin de positionner la SCRP nationale et ses membres (p. ex., le Web)

No.	Tactique	Comité	Liaison
9	Développer, lancer et gérer le Service des conférenciers.	Fellows	Colleen
10	Développer et implanter un plan de marketing à l'intention de la Société.	Communications	Peter
11	Réviser, mettre à jour et maintenir un site Web de qualité exceptionnelle et des communications de qualité en anglais et en français).	Web	Peter
12	Produire des contenus éditoriaux destinés aux magazines professionnels	Communications	Peter
13	Afficher les offres d'emploi, appels de propositions et de services de consultation offerts aux membres sur le site Internet.	Affichage national des offres d'emploi	Adele
14	Assurer l'équité dans l'approvisionnement des services de relations publiques par le gouvernement fédéral.	Relations gouvernementales	Colleen
15	Améliorer la logistique du programme des Prix, leur présentation lors du Gala et la promotion des lauréats.	Prix	Béatrice
16	Réaliser des projets recherches nationales en responsabilité sociale pour la SCRP	Groupe de travail	Colleen
17	Revoir l'image de marque de la SCRP et préparer des recommandations afin de l'améliorer.	Groupe de travail	Kevin

BUT 3 Renforcer la valeur de la Société

Maintenir l'organisation stable et financièrement saine.

OBJECTIF : Renforcer la valeur du bureau national et du conseil d'administration de la SCRP

Stratégie A : Renforcer les liens entre la société nationale et les sociétés locales

Stratégie B : Renforcer les liens entre la société nationale et les membres

Stratégie C : Améliorer les liens entre les comités nationaux et les membres

No.	Tactique	Comité	Liaison
18	Mieux faire comprendre les responsabilités et leur partage entre le bureau national, le conseil d'administration national et les sociétés membres locales	Conseil d'administration	Colleen
19	S'assurer de créer des liens réciproques entre la Société nationale et les sociétés membres locales (constance dans la définition des catégories de membres, par exemple, membre étudiant, affilié; l'accès aux avantages locaux pour les membres nationaux)	Conseil d'administration / Bureau national	Colleen
20	Créer une structure nationale destinée aux membres de la SCRP dans le respect de normes élevées et constantes mesurables en ce qui a trait à la conduite professionnelle et éthique	Déontologie	Blair

MESURE DE LA RÉUSSITE

« **Ce qui se mesure, se réalise** »¹. Le conseil d'administration national a identifié six principaux indicateurs de performance afin d'assurer la croissance et la vitalité de l'organisation et de ses membres. Ces indicateurs seront revus à chaque année.

	Mesure	Valeur de référence en 2005/2006	BUT
1	Augmenter le nombre de nouveaux membres de 20 % à chaque année.	1686	1 / 2
2	Obtenir un niveau de rétention des membres à 85 %.		1 / 2
3	Obtenir un niveau de rétention des membres agréés (ARP) à 90 % à chaque année	486	1 / 2
4	D'ici 2011, 51 % des membres nationaux admissibles reçoivent le titre de membre agréé (ARP)		1 / 2
5	Les commandites atteignent 10 % du budget national.		3
6	Les comités, groupes de travail et conseils nationaux atteignent les objectifs fixés dans leurs plans d'action annuels à chaque année.		1 / 2 / 3

Société canadienne des relations publiques, inc.
 Suite 346, 4195, rue Dundas Ouest
 Toronto, Ontario, M8X 1Y4

Tél. : (416) 239-7034 Téléc. : (416) 239-1076
 Courriel : admin@cprs.ca
 www.cprs.ca

¹ **Fast Company The Rules of Business**

fin

ANNEXE A
Comités et groupes de travail de la SCRP

Comité / Groupe de travail	Président(e)	Liaison avec le conseil d'administration
Vérification et investissement	Derrick Pieters ARP, Fellow SCRP (Edmonton)	Blair Peberdy, ARP (Toronto)
Prix	Guy Litalien ARP / Pierre Pontbriand ARP (Québec / Ottawa)	Béatrice Pepper, ARP (Québec)
Statuts et règlements	Malcolm French, ARP (Saskatchewan)	Mark Hunter LaVigne, ARP (Toronto)
Collège des Fellows	Luc Beauregard, ARP, Fellow SCRP (Québec)	Colleen Killingsworth, ARP (Calgary)
Groupe de travail sur les relations gouvernementales	Luc Beauregard, ARP, Fellow SCRP (Québec)	Colleen Killingsworth, ARP (Calgary)
Déontologie	Sarah Jones, ARP (Toronto)	Blair Peberdy, ARP (Toronto)
Comité de mesure de la couverture médiatique	Pat McNamara, ARP, Fellow SCRP (Toronto)	Colleen Killingsworth, ARP (Calgary)
Recrutement et rétention des membres	Richard Truscott (Calgary)	Derrick Pieters ARP, Fellow SCRP (Edmonton)
Conseil national sur l'agrément (CNA)	Sharlene Smith ARP, Fellow SCRP (Île de Vancouver)	Béatrice Pepper ARP / Anita Wasiuta ARP (Québec / Île de Vancouver)
Groupe de travail sur l'étude de l'image de marque nationale	Kevin Boothroyd (Vancouver)	Kevin Boothroyd (Vancouver)
Comité organisateur de la conférence nationale	Monique Chenier (Calgary)	Anita Wasiuta, ARP (Île de Vancouver)
Conseil national de l'éducation	David Turnbull, ARP & Patrice Leroux (Toronto, Québec)	Terry Flynn ARP, (Hamilton)
Groupe de travail sur l'affichage national des offres d'emploi	Adele Stevens (Manitoba)	Adele Stevens (Manitoba)
Comité des nominations	Lisa Rushka, ARP (Calgary)	Colleen Killingsworth ARP (Calgary)
Relations publiques et communications	John Wildgust (Toronto)	Peter Spurway / Adele Stevens-Beeston (Nouvelle-Écosse/ Manitoba)
Développement professionnel	Christina Winsor (Nouveau-Brunswick)	Rod Stanley ARP / Anita Wasiuta ARP (PEI/ Île de Vancouver)
Groupe de travail sur la recherche et le développement	Lucie-Anne Fabien, ARP / Kevin Boothroyd (Québec / Vancouver)	Lucie-Anne Fabien, ARP / Kevin Boothroyd (Québec / Vancouver)
Bibliothèque de référence	Pam Bannister (Calgary)	Mark Hunter LaVigne, ARP (Toronto)

ANNEXE B

MESSAGES CLÉS DE LA SCRP

- La SCRP est l'association professionnelle de choix des relationnistes canadiens.
- La SCRP fait la promotion du statut professionnel des relations publiques.
- La SCRP veille à la pratique des relations publiques et au respect de son code de déontologie.
- La SCRP est bien gérée, bien gouvernée, financièrement viable et elle améliore sans cesse les services qu'elle offre à ses membres.
- La SCRP développe les jeunes relationnistes, améliore les professionnels à mi-carrière et rend hommage à ses vétérans.
- La SCRP fait progresser la pratique des relations publiques en offrant des outils avancés et en favorisant le partage de l'expertise.
- La SCRP contribue au développement de ses professionnels par l'entremise de l'agrément ARP et du développement professionnel pertinent.
- La SCRP contribue au progrès de la Société en demeurant à l'écoute et en répondant aux besoins de ses membres, en partageant ses ressources et grâce à une gouvernance saine et démocratique par les membres.
- Les relations publiques contribuent à la démocratie au Canada.
- Les relations publiques sont une fonction stratégique de gestion.
- Les relations publiques sont une discipline aux multiples facettes, à la fois proactive, positive, basée sur le travail d'équipe et holistique.
- Les relations publiques sont le ciment qui assure la cohésion des organisations modernes.
- La SCRP aspire à devenir l'association professionnelle de choix de l'ensemble des professionnels des relations publiques et des communications du Canada.
- La SCRP favorise les pratiques exemplaires et encourage la compréhension de la valeur d'une communication efficace, offre de la valeur à ses membres et se dévoue à leur développement.
- Les membres de la SCRP sont à l'œuvre dans les secteurs publics et privés, au sein d'organismes sans but lucratif et d'organismes communautaires.
- Les membres de la SCRP sont régis par un code de déontologie.
- La SCRP est membre de *Global Alliance*, un regroupement de plus de 63 pays membres consacré à l'avancement des relations publiques partout dans le monde et dont la devise est la suivante :
« Une profession - Une voix. »
- La SCRP offre à ses membres de l'ensemble du Canada des programmes et des activités de développement, dont le programme d'agrément professionnel qui évalue la profondeur et l'envergure des connaissances professionnelles, le programme des Prix d'excellence nationaux de la SCRP, une bibliothèque de référence nationale, le programme de Collège des Fellows, la conférence nationale des relations publiques et l'accès à la section réservée aux membres du site Web www.cprs.ca. Le fait d'appartenir à l'association permet également de faire partie d'un réseau pancanadien de relationnistes, ce qui représente une grande valeur pour les membres.
- La SCRP compte 16 sociétés membres locales, dirigées par des conseils d'administration locaux.
