

PLAN | 2020 STRATÉGIQUE | 2022



| ÊTRE PLUS PRÈS
DU MONDE

I TABLE DES MATIÈRES



Message du président du conseil d'administration.....	3
Message du directeur général.....	4
Mission.....	5
Vision.....	5
Valeurs.....	5
La Fondation en quelques chiffres.....	6
Contexte.....	7
<i>Axes du Plan stratégique 2020-2022.....</i>	<i>8</i>
<i>Orientations du Plan stratégique 2020-2022.....</i>	<i>9</i>
<i>Orientation 1</i> Devenir le chef de file rassembleur auprès des organismes œuvrant pour les personnes touchées par un cancer.....	10
<i>Orientation 2</i> Se rapprocher des personnes touchées par un cancer.....	11
<i>Orientation 3</i> Créer un sentiment de fierté autour de la mission de la Fondation.....	12
<i>Orientation 4</i> En complémentarité avec le réseau, offrir des services tenant compte des dimensions médicales...	13
<i>Orientation 5</i> Adapter l'offre de service à la réalité de la survivance.....	14
<i>Orientation 6</i> Soutenir les personnes atteintes d'un cancer dans toutes les facettes de la vie quotidienne.....	15
<i>Orientation 7</i> Accroître les revenus du réseau d'hôtelleries.....	16
<i>Orientation 8</i> Aligner les sources de financement sur les nouveaux besoins.....	17
Tableau synoptique.....	18

MESSAGE DU PRÉSIDENT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

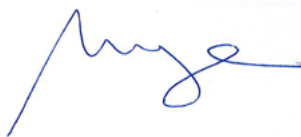
Le *Plan stratégique 2020-2022* de la Fondation québécoise du cancer, présenté ici, a été adopté à l'unanimité par le conseil d'administration, lequel a été impliqué tout au long de la démarche. Cette dernière a entraîné une réflexion globale sur l'avenir de la Fondation québécoise du cancer, en prenant en compte le contexte dans lequel elle évolue. Elle a aussi permis de définir une vision qui saura inspirer le dépassement et l'excellence.

Les membres du conseil d'administration croient fermement que la Fondation, forte d'un plan stratégique articulé autour d'une vision stimulante, poursuivra son développement harmonieux. Ils sont également convaincus que la participation active et l'engagement passionné du personnel, des gestionnaires, des bénévoles, des donateurs et des partenaires permettront à la Fondation québécoise

du cancer d'atteindre ses objectifs et de demeurer un acteur de premier plan dans le soutien et l'accompagnement des personnes touchées par un cancer.

Je tiens à remercier sincèrement tout le personnel de même que les membres du conseil d'administration qui ont collaboré à la réalisation de ce plan stratégique et à souligner leur grande implication dans cette importante démarche pour le futur de la Fondation.

Le président du conseil d'administration,



Michel L. Lesage, ing.



MESSAGE DU DIRECTEUR GÉNÉRAL

C'est avec fierté et enthousiasme que je vous présente le *Plan stratégique 2020-2022* de la Fondation québécoise du cancer. Il résulte d'une démarche de consultation élargie à laquelle ont étroitement participé les membres du conseil d'administration, les gestionnaires et les employés ainsi que de nombreux partenaires et collaborateurs de la Fondation. Cette consultation fut une belle occasion de confirmer l'importance et le bien-fondé de l'organisation.

Ce plan reflète fidèlement l'engagement de la Fondation québécoise du cancer à jouer son rôle de leader dans le soutien et l'accompagnement des personnes touchées par un cancer. Il a aussi été élaboré dans le but de favoriser la croissance de la Fondation, afin qu'elle continue de remplir pleinement sa mission. Il vient s'appuyer sur nos acquis et, tout en veillant à les maintenir, vise à faire en sorte que la Fondation déploie plus largement son expertise. Ainsi, tenant compte des changements en santé, la Fondation québécoise du cancer souhaite être une organisation capable d'adapter son offre de services rapidement et de saisir les occasions de développement et de positionnement de son expertise.

Les objectifs généraux présentés dans ce plan témoignent de notre volonté d'agir ensemble, pour être plus forts face au cancer.

La gestion efficiente des ressources demeure une priorité et nous incite à poursuivre nos efforts d'optimisation. Notre but est d'offrir à nos bénéficiaires des services de qualité, et à nos employés, un lieu de travail gratifiant où ils peuvent se réaliser pleinement.

Être plus près du monde, c'est aller au-delà de nos cinq centres de services et d'hébergement, là où se trouvent les personnes qui font face au cancer. Sur les étages des centres de cancérologie, avec notre nouveau programme de masso-oncologie sur fauteuil. Au Musée des beaux-arts de Montréal, avec notre programme d'art-thérapie pour les 15-39 ans. Et dans les régions où nous n'étions pas présents auparavant, grâce à de nouveaux partenariats.

Être plus près du monde, c'est aussi nous rapprocher des communautés culturelles, qui méconnaissent parfois nos services. Nous rapprocher des jeunes, qui ont une expérience tout autre avec le cancer. Et nous rapprocher des différents intervenants du milieu de la santé, qui sont les mieux placés pour référer nos services.

Car en faisant tout ça, que ce soit en sortant de nos milieux traditionnels, en bonifiant nos services ou en étant plus accessibles, non seulement nous sommes au cœur de la vie de chacune de ces personnes, mais nous évitons que le cancer ne prenne toute la place.

Être plus près du monde est donc un rendez-vous enthousiasmant avec le dépassement de notre volonté d'être la référence pour toutes les personnes touchées par un cancer en termes de soutien, d'accompagnement et de réconfort.

Le directeur général,



Marco Décelles, CPA, CMA



MISSION | VISION | VALEURS



NOTRE MISSION

La Fondation québécoise du cancer a pour mission de soutenir les personnes atteintes d'un cancer et leurs proches, ici au Québec, par des services axés sur leurs besoins et préoccupations quotidiennes. Nous sommes là, au cœur de l'épreuve, pour écouter, informer, réconforter, accompagner et héberger les Québécois que le cancer vient bouleverser. Pour y parvenir, la Fondation québécoise du cancer offre des services de :

- Hébergement
- Information
- Soutien psychologique
- Bien-être physique
- Soutien pour les 15 à 39 ans avec le Programme à Félix



NOTRE VISION

Être LA référence pour toutes les personnes touchées par un cancer en termes de soutien, d'accompagnement et de réconfort.



NOS VALEURS

Les pratiques de gestion et les actions de la Fondation québécoise du cancer s'articulent autour de quatre grandes valeurs qui concrétisent la culture de l'organisme et guident les employés et les gestionnaires dans toutes leurs relations avec les patients, les partenaires, les bénévoles et les collègues.



SOLIDARITÉ

Notre action repose sur la solidarité et le désir commun de contribuer de manière significative au bien-être des personnes que nous soutenons. Nous agissons de sorte à ce que chaque geste posé ait un impact concret et positif à l'égard de toutes les personnes avec qui nous interagissons, contribuant ainsi à leur qualité de vie et leur bien-être.

ENGAGEMENT

Nous nous engageons à contribuer activement à l'atteinte de notre mission en mettant les compétences et l'expertise de chacun au profit de l'organisation. Notre engagement se manifeste au quotidien dans nos relations avec les personnes que nous soutenons ainsi que par notre collaboration avec les équipes de soin et les autres acteurs de la communauté. Nous visons l'excellence dans tout ce que nous faisons; nous partageons tous cette volonté de sans cesse nous dépasser pour offrir le meilleur soutien au quotidien.

RESPECT

Nous sommes à l'écoute et manifestons le plus grand respect et professionnalisme à l'égard de toutes les personnes avec qui nous interagissons afin de créer un climat de confiance. Nous nous engageons à agir avec humanité, dans un esprit de respect mutuel en faisant preuve de considération, de tolérance, de courtoisie et de discrétion.

INTÉGRITÉ

Nous faisons preuve d'honnêteté et de transparence dans toutes les actions que nous entreprenons. Nous adoptons une conduite irréprochable, en toute conscience de la confiance qui nous a été témoignée et nous nous engageons à prendre des décisions qui reflètent notre conduite. Cette façon d'agir assure notre crédibilité, afin que jamais nos actions ne portent préjudice à la mission de la Fondation.

LA FONDATION EN QUELQUES CHIFFRES



Une présence à travers le **Québec**
grâce à **5** Centres régionaux

66
employés



4 infirmières
expérimentées
en oncologie

61 M\$
versés
depuis 2009



16
massothérapeutes



2
nutritionnistes

5
kinésiologues



2
psychologues



31 179
donateurs dont
2 813 contribuent
mensuellement

5
art-thérapeutes



2 documentalistes
expérimentées
en oncologie

3 701
interventions
via la Ligne
Info-cancer



40 ans
d'histoire

Près de
13 000
documents prêtés
ou distribués



10 417
heures
de bénévolat

PROGRAMME A
Félix
SOUTIEN CANCER 15-39

20 366
visiteurs sur le portail
cancer15-39.com



19 570 nuitées dans nos
4 centres d'hébergement



6 113
participations
à nos activités
et thérapies
complémentaires
comme la
massothérapie,
la kinésiologie et
l'art-thérapie



amassés
en 2019

+ 6 M\$

166 010
visiteurs
sur le site
cancerquebec.com



I CONTEXTE

Malgré les progrès réalisés en matière de prévention du cancer, un Québécois sur deux recevra un diagnostic de cancer dans sa vie et le nombre de Québécois touchés par un cancer continue d'augmenter. En fait, le nombre de nouveaux cas de cancer au Québec devrait augmenter à un rythme stupéfiant d'ici 2030.

Ces chiffres reflètent une réalité toute simple.

**Notre risque de développer un CANCER
AUGMENTE avec l'âge
et la population vieillit.**

L'effet sur notre système de santé sera important. La demande accrue pour des services de diagnostic et de traitement risque d'avoir un impact sur les ressources limitées. Ceci surviendra à un moment où avoir une population vieillissante signifie que proportionnellement moins de Québécois seront en mesure de travailler pour financer un système déjà surchargé. De plus, même si les progrès actuels dans la détection précoce et le traitement du cancer permettent à un nombre toujours croissant de Québécois de survivre au cancer, on peut s'attendre à ce que les besoins en matière de suivi et de services à long terme qui en résultent, tels que les soins palliatifs, exercent davantage de pression sur le système.

Mais en définitive, le fardeau du cancer pèse surtout sur les personnes diagnostiquées ainsi que sur leur famille, leurs amis et leurs collègues. Le cancer touche tous les aspects de nos vies : notre bien-être personnel, notre participation à la vie communautaire, notre productivité au travail et la stabilité financière de nos familles.

Les consultations engagées à l'occasion de la réalisation du plan stratégique ont révélé l'émergence de tendances et besoins essentiels à considérer afin de rendre encore plus pertinentes les actions de la Fondation québécoise du cancer.



AXES DU PLAN STRATÉGIQUE 2020-2022

AXE 1 LE LEADERSHIP À L'ÉCHELLE DE LA PROVINCE

L'ensemble des personnes consultées dans le cadre de l'élaboration de ce plan stratégique soulignent la pertinence de la mission de la Fondation, son positionnement distinctif comme partenaire de la vie, ainsi que la qualité des partenariats qu'elle noue avec différents organismes, en misant sur les complémentarités dans les offres de service. Il s'agit d'un levier essentiel pour l'avenir de la Fondation québécoise du cancer afin de soutenir son rayonnement, sa visibilité et lui permettre d'agir au quotidien auprès de l'ensemble des personnes touchées par un cancer. L'axe 1 du *Plan stratégique 2020-2022* témoigne de ce virage essentiel.

AXE 2 L'ENRICHISSEMENT DE L'OFFRE DE SERVICE

L'émergence de nouveaux besoins, liés à la survivance, sur le plan physique, psychologique et social, mais aussi plus largement autour d'un accompagnement humain, personnalisé, empathique, à toutes les étapes de la trajectoire médicale, amène la Fondation à enrichir et à diversifier son offre de service pour mieux prendre en compte la diversité des besoins des personnes touchées par un cancer. L'axe 2 du *Plan stratégique 2020-2022* démontre cette volonté affirmée de la Fondation de faire évoluer et d'enrichir son offre de service.

AXE 3 LA DIVERSIFICATION DES SOURCES DE FINANCEMENT

L'importance de l'enjeu du financement, vécu par l'ensemble des organismes œuvrant pour les personnes touchées par un cancer, rend nécessaire l'optimisation des sources de revenus existantes et la recherche de nouveaux moyens de financement. Enfin, l'axe 3 du *Plan stratégique 2020-2022* traduit cet impératif.



ORIENTATIONS DU PLAN STRATÉGIQUE 2020-2022

Désireuse de poursuivre le développement de ses programmes et de ses services dans le but de réaliser sa mission de soutien et d'accompagnement des personnes touchées par un cancer, la Fondation québécoise du cancer doit faire face à différents enjeux, dont trois ont été ciblés dans le cadre du *Plan stratégique 2020-2022*. Pour chacun de ces enjeux, devenus des axes, des orientations ont été déterminées.

AXE 1

LE LEADERSHIP À L'ÉCHELLE DE LA PROVINCE

ORIENTATION



Devenir le chef de file rassembleur auprès des organismes œuvrant pour les personnes touchées par un cancer

ORIENTATION



Se rapprocher des personnes touchées par un cancer

ORIENTATION



Créer un sentiment de fierté autour de la mission de la Fondation

AXE 2

L'ENRICHISSEMENT DE L'OFFRE DE SERVICE

ORIENTATION



Offrir des services tenant compte des dimensions médicales

ORIENTATION



Adapter l'offre de service à la réalité de la survivance

ORIENTATION



Soutenir les personnes atteintes d'un cancer dans toutes les facettes de la vie quotidienne

AXE 3

LA DIVERSIFICATION DES SOURCES DE FINANCEMENT

ORIENTATION



Accroître les revenus du réseau d'hôtelleries

ORIENTATION



Aligner les sources de financement sur les nouveaux besoins

Devenir le chef de file rassembleur auprès des organismes œuvrant pour les personnes touchées par un cancer



OBJECTIFS	CIBLES	INDICATEURS
Objectif 1 Être impliqué dans les opportunités marquantes pour les personnes touchées par un cancer.	C1 Avoir ciblé les initiatives et instances incontournables avec l'aide du MSSS.	I1 2021 Présence dans 5 instances marquantes (actuellement table provinciale et tables régionales de recherche et comités ad hoc).
	C2 Être présent dans les congrès et les symposiums.	I2 2021 Présence dans 10 congrès ou symposiums ciblés en oncologie.
	C3 Avoir clarifié les champs d'action possibles dans la défense des droits des personnes touchées par un cancer.	I3 2020 Balises pour politique de défense des droits (<i>advocacy</i>).
Objectif 2 Accélérer les ententes de partenariats.	C1 Avoir identifié la liste des organismes dans chaque région.	I1 2020 Liste des organismes et mise en place d'une stratégie incluant les communautés culturelles.
	C2 Avoir engagé des démarches de partenariat dans chaque région.	I2 2021 et 2022 2 démarches par région soit 10 en 2022.



Se rapprocher des personnes touchées par un cancer

OBJECTIFS	CIBLES	INDICATEURS
Objectif 3 Accroître le nombre d'hôpitaux dans lesquels la Fondation veut être présente.	C1 Avoir rencontré une fois par an tous les co-gestionnaires du réseau pour leur offrir des services.	I1 2020 à 2022 Une rencontre annuelle des co-gestionnaires du réseau.
	C2 Avoir offert au moins un des services de la Fondation dans les hôpitaux où elle n'est pas présente (en priorisant les activités de groupe).	I2 2021 et 2022 5 hôpitaux de plus par an, soit une cible de 37 hôpitaux desservis d'ici 2022 (sur 68).
Objectif 4 Augmenter le soutien (taux de pénétration) de la Fondation auprès des 55 600 personnes atteintes d'un cancer et de leurs proches annuellement.	C1 Avoir ouvert les deux Hôtelleries à Lévis et à Québec.	I1 2022 Avoir plus que doublé le nombre de personnes impactées par nos services en 3 ans.
	C2 Avoir optimisé les activités de massothérapie et avoir priorisé les activités de groupe – thérapies complémentaires.	
	C3 Avoir organisé des conférences.	
	C4 Avoir augmenté le réseau des bénévoles au niveau provincial.	

Créer un sentiment de fierté autour de la mission de la Fondation

ORIENTATION



OBJECTIFS	CIBLES	INDICATEURS
Objectif 5 Développer le sentiment d'appartenance à la grande famille de la Fondation.	C1 Avoir répertorié les actions de reconnaissance menées auprès des bénévoles, ambassadeurs, employés et autres parties prenantes.	I1 2020 Répertoire des actions établies.
	C2 Avoir revu les politiques de reconnaissance et mis en place des mesures concrètes.	I2 2021 et 2022 Politiques révisées et actions déployées dans les 5 régions de façon systématique.
	C3 Transformer la culture vers un style de gestion favorisant le partage, la reconnaissance et le sentiment de contribuer à l'effort commun.	I3 2020 à 2022 2 actions déployées par année.
	C4 Avoir répertorié les réseaux d'affaires et publications incontournables.	I4 2020 Répertoires établis.
	C5 Avoir publicisé les nominations des membres du CA et des ambassadeurs.	I5 2020 à 2022 Publicisation des nominations en continu.



En complémentarité avec le réseau, offrir des services tenant compte des dimensions médicales

OBJECTIFS	CIBLES	INDICATEURS
Objectif 6 Apprécier la pertinence et la faisabilité d'offrir des services intégrant la dimension médicale.	C1 Avoir défini les différents axes de médicalisation possible et les balises pour une étude de marché.	I1 2020 Axes de médicalisation et balises pour l'étude de marché.
	C2 Avoir réalisé une étude de marché, débouchant sur de premières recommandations sur la faisabilité technique, financière, humaine et juridique de la médicalisation et la décision de lancer un projet pilote.	I2 2021 Premières conclusions sur la faisabilité technique, financière, humaine et juridique — décision d'engager un projet pilote.
	C3 Avoir préparé et réalisé un projet pilote.	I3 2021 et 2022 Réalisation du projet pilote et indicateurs financiers et techniques.
Objectif 7 Renforcer la collaboration de la Fondation à des projets de recherche en lien avec la mission de la Fondation.	C1 Se doter d'un comité de pilotage pour les projets de recherche.	I1 2020 Comité et grille d'acceptation créés.
	C2 S'être fait connaître dans le réseau et les centres de recherche des CIUSSS et des CHU et avoir signifié notre intérêt à collaborer à des projets de recherche.	I2 2021 et 2022 Participation à au moins une activité par an de promotion de la recherche dans chaque région.
	C3 Avoir engagé la collaboration de la Fondation dans de nouveaux projets de recherche.	I3 2022 Répertoire des projets de recherche impliquant la Fondation.

Adapter l'offre de service à la réalité de la survivance

ORIENTATION



OBJECTIFS	CIBLES	INDICATEURS
Objectif 8 Faire évoluer les services actuels et proposer de nouveaux services adaptés à cette réalité (se donner les moyens de connaître cette réalité).	C1 Avoir défini, communiqué et implanté les nouveaux critères d'admissibilité pour les services actuels.	I1 2020 Nouveaux critères d'admissibilité implantés.
	C2 Avoir évalué l'impact des nouveaux critères d'admissibilité.	I2 2022 Étude d'impact réalisée.
	C3 S'être approprié les résultats des travaux engagés par le Ministère et les organismes sur la survivance afin de mieux connaître la réalité et les besoins des usagers en lien avec la survivance.	I3 2020 et 2021 Inventaire des nouveaux besoins en lien avec la survivance.
	C4 Suite à l'étude de besoins sur la survivance, avoir testé de nouveaux services par la conduite de projets pilotes.	I4 2021 Deux projets pilotes réalisés sur un service différent.
	C5 Avoir évalué et choisi le ou les services porteurs à implanter en 2022 en lien avec la survivance.	I5 2022 Évaluation des projets pilotes réalisés et choix du service à implanter.



Soutenir les personnes atteintes d'un cancer dans toutes les facettes de la vie quotidienne

OBJECTIFS	CIBLES	INDICATEURS
Objectif 9 Évaluer la faisabilité de mettre en place un programme d'aide à la vie quotidienne.	C1 Avoir réalisé l'inventaire et l'analyse des pratiques en matière de programmes existants.	I1 2020 Produire un rapport à présenter au CA.
	C2 Avoir formulé un projet de politique dans lequel les risques et les impacts financiers seront pris en compte.	I2 2021 Présentation au CA pour approbation.
	C3 Avoir défini les mécanismes d'application du programme.	I3 2022 Déploiement du programme selon les mécanismes approuvés par le CA.
Objectif 10 Offrir une accessibilité accrue (volet diversité et numérique) aux services de la Fondation.	C1 Évaluer la capacité de notre structure technologique.	I1 2020 Évaluation effectuée.
	C2 Avoir mis en ligne le bottin des ressources.	I2 2020 Bottin en ligne.
	C3 Avoir réalisé une veille technologique sur les apports possibles de l'intelligence artificielle aux services de la Fondation.	I3 2021 Veille réalisée.
	C4 Avoir répertorié les services pour lesquels le numérique pourrait apporter une plus-value en tenant compte des aspects médicaux et légaux.	I4 2021 Répertoire réalisé. Groupes de discussion (volet diversité) afin d'identifier les besoins.
	C5 Avoir rendu accessible de manière numérique un service de la Fondation.	I5 2022 Un service numérique offert.

Accroître les revenus
du réseau d'hôtelleries

ORIENTATION



OBJECTIFS	CIBLES	INDICATEURS
Objectif 11 Avoir diversifié notre clientèle.	C1 Avoir bâti un plan d'implantation de notre offre de services d'hébergement pour les patients en oncologie et non-oncologie, avec des stratégies provinciales et régionales.	I1 2020 Plan d'implantation adapté.
	C2 Avoir conduit une étude de faisabilité et un projet pilote des volets de la diversification.	2021 Établissement d'objectif de taux d'occupation par année par Hôtellerie. I2 2020 Balises financières et techniques sortant de l'étude. I3 2021 Pourcentage d'augmentation du nombre de nuitées.



Aligner les sources de financement sur les nouveaux besoins

OBJECTIFS	CIBLES	INDICATEURS
Objectif 12 Accroître les fonds destinés à soutenir les activités quotidiennes de la Fondation.	C1 Avoir développé une stratégie de dons planifiés, à l'échelle provinciale et régionale.	I1 2020 Avoir finalisé le plan d'actions. 2021 et 2022 Avoir 10 nouveaux dossiers ouverts dans la province par année.
	C2 Revoir la structure organisationnelle et avoir une personne dédiée.	I2 2020 Avoir dédié une personne aux dons planifiés.
	C3 Avoir réalisé une vigie sur de nouvelles façons de collecter des fonds.	I1 2020 Pistes d'actions documentées de collecte de fonds.
	C4 Avoir bâti une offre de service pour les dons majeurs.	I1 2020 Offre de service en dons majeurs disponible.
Objectif 13 Accroître les apports non affectés de la Fondation.	C1 Accroître de 40 % dans l'horizon du plan.	I1 2020 Accroissement de 5 %.
		I2 2021 Accroissement de 10 %.
		I3 2022 Accroissement de 25 %.

TABLEAU SYNOPTIQUE

LE LEADERSHIP À L'ÉCHELLE DE LA PROVINCE

AXE 1

ORIENTATIONS	OBJECTIFS	CIBLES	INDICATEURS
Orientation 1 Devenir le chef de file rassembleur auprès des organismes œuvrant pour les personnes touchées par un cancer.	Objectif 1 Être impliqué dans les opportunités marquantes pour les personnes touchées par un cancer.	C1 Avoir ciblé les initiatives et instances incontournables avec l'aide du MSSS.	I1 2021 Présence dans 5 instances marquantes (actuellement table provinciale et tables régionales de recherche et comités ad hoc).
		C2 Être présent dans les congrès et les symposiums.	I2 2021 Présence dans 10 congrès ou symposiums ciblés en oncologie à partir de 2021.
		C3 Avoir clarifié les champs d'action possibles dans la défense des droits des personnes touchées par un cancer.	I3 2020 Balises pour politique de défense des droits (<i>advocacy</i>).
	Objectif 2 Accélérer les ententes de partenariat.	C1 Avoir identifié la liste des organismes dans chaque région.	I1 2020 Liste des organismes et mise en place d'une stratégie incluant les communautés culturelles.
		C2 Avoir engagé des démarches de partenariat dans chaque région.	I2 2021 et 2022 2 démarches par région soit 10 en 2022.
	Orientation 2 Se rapprocher des personnes touchées par un cancer.	C1 Avoir rencontré une fois par an tous les co-gestionnaires du réseau pour leur offrir des services.	I1 2020 à 2022 Une rencontre annuelle des co-gestionnaires du réseau.
		C2 Avoir offert au moins un des services de la Fondation dans les hôpitaux où elle n'est pas présente (en priorisant les activités de groupe).	I2 2021 et 2022 5 hôpitaux de plus par an, soit une cible de 37 hôpitaux desservis en 2022 (sur 68).
		Objectif 4 Augmenter le soutien (taux de pénétration) de la Fondation auprès des 55 600 personnes atteintes d'un cancer et de leurs proches annuellement.	I1 2022 Avoir plus que doublé le nombre de personnes impactées par nos services en 3 ans (+ ou - 5 000 actuellement). Établir la progression sur chacune des trois années.
		C1 Avoir ouvert les deux Hôtelleries à Lévis et à Québec.	
		C2 Avoir optimisé les activités de massothérapie et avoir priorisé les activités de groupe – thérapies complémentaires.	
		C3 Avoir organisé des conférences.	
Orientation 3 Créer un sentiment de fierté autour de la mission de la Fondation.	Objectif 5 Développer le sentiment d'appartenance à la grande famille de la Fondation.	C4 Avoir augmenté le réseau des bénévoles au niveau provincial.	I1 2020 Répertoire des actions établies.
		C1 Avoir répertorié les actions de reconnaissance menées auprès des bénévoles, ambassadeurs, employés et autres parties prenantes.	
		C2 Avoir revu les politiques de reconnaissance et mis en place des mesures concrètes.	
		C3 Transformer la culture vers un style de gestion favorisant le partage, la reconnaissance et le sentiment de contribuer à l'effort commun.	
		C4 Avoir répertorié les réseaux d'affaires et publications incontournables.	
		C5 Avoir publicisé les nominations des membres du CA et des ambassadeurs.	
			I2 2021 et 2022 Politiques révisées et actions déployées dans les 5 régions de façon systématique.
			I3 2021 et 2022 2 actions déployées par année.
			I4 2020 Répertoires établis.
			I5 2020 à 2022 Publication des nominations en continu.

L'ENRICHISSEMENT DE L'OFFRE DE SERVICE

AXE 2

ORIENTATIONS	OBJECTIFS	CIBLES	INDICATEURS
Orientation 4 En complémentarité avec le réseau, offrir des services tenant compte des dimensions médicales.	Objectif 6 Apprécier la pertinence et la faisabilité d'offrir des services intégrant la dimension médicale.	C1 Avoir défini les différents axes de médicalisation possible et les balises pour une étude de marché.	I1 T3 2020 Axes de médicalisation et balises pour l'étude de marché.
		C2 Avoir réalisé une étude de marché, débouchant sur de premières recommandations sur la faisabilité technique, financière, humaine et juridique de la médicalisation et la décision de lancer un projet pilote.	I2 T1 2021 Premières conclusions sur la faisabilité technique, financière, humaine et juridique — décision d'engager un projet pilote.
		C3 Avoir préparé et réalisé un projet pilote.	I3 2021 et 2022 Réalisation du projet pilote et indicateurs financiers et techniques.
	Objectif 7 Renforcer la collaboration de la Fondation à des projets de recherche en lien avec la mission de la Fondation.	C1 Se doter d'un comité de pilotage pour les projets de recherche.	I1 2020 Comité et grille d'acceptation créés.
		C2 S'être fait connaître dans le réseau et les centres de recherche des CIUSSS et des CHU et avoir signifié notre intérêt à collaborer à des projets de recherche.	I2 2021 et 2022 Participation à au moins une activité par an de promotion de la recherche dans chaque région.
		C3 Avoir engagé la collaboration de la Fondation dans de nouveaux projets de recherche.	I3 2022 Répertoire des projets de recherche impliquant la Fondation.
Orientation 5 Adapter l'offre de service à la réalité de la survivance.	Objectif 8 Faire évoluer les services actuels et proposer de nouveaux services adaptés à cette réalité (se donner les moyens de connaître cette réalité).	C1 Avoir défini, communiqué et implanté les nouveaux critères d'admissibilité pour les services actuels.	I1 2020 Nouveaux critères d'admissibilité implantés.
		C2 Avoir évalué l'impact des nouveaux critères d'admissibilité.	I2 2022 Étude d'impact réalisée.
		C3 S'être approprié les résultats des travaux engagés par le Ministère et les organismes sur la survivance afin de mieux connaître la réalité et les besoins des usagers en lien avec la survivance.	I3 2020 et 2021 Inventaire des nouveaux besoins en lien avec la survivance.
		C4 Suite à l'étude de besoins sur la survivance, avoir testé de nouveaux services par la conduite de projets pilotes.	I4 2021 Deux projets pilotes réalisés sur un service différent.
		C5 Avoir évalué et choisi le ou les services porteurs à implanter en 2022 en lien avec la survivance.	I5 2022 Évaluation des projets pilotes réalisés et choix du service à implanter.
Orientation 6 Soutenir les personnes atteintes d'un cancer dans toutes les facettes de la vie quotidienne.	Objectif 9 Évaluer la faisabilité de mettre en place un programme d'aide à la vie quotidienne.	C1 Avoir réalisé l'inventaire et l'analyse des pratiques en matière de programmes existants.	I1 2020 Produire un rapport à présenter au CA.
		C2 Avoir formulé un projet de politique dans lequel les risques et les impacts financiers seront pris en compte.	I2 2021 Présentation au CA pour approbation.
		C3 Avoir défini les mécanismes d'application du programme.	I3 2022 Déploiement du programme selon les mécanismes approuvés par le CA.
	Objectif 10 Offrir une accessibilité accrue (volet diversité et numérique) aux services de la Fondation.	C1 Évaluer la capacité de notre structure technologique.	I1 2020 Évaluation effectuée.
		C2 Avoir mis en ligne le bottin des ressources.	I2 2020 Bottin en ligne.
		C3 Avoir réalisé une veille technologique sur les apports possibles de l'intelligence artificielle aux services de la Fondation.	I3 2021 Veille réalisée.
		C4 Avoir répertorié les services pour lesquels le numérique pourrait apporter une plus-value en tenant compte des aspects médicaux et légaux.	I4 2021 Répertoire réalisé. Groupes de discussion (volet diversité) afin d'identifier les besoins.
		C5 Avoir rendu accessible de manière numérique un service de la Fondation.	I5 2022 Un service numérique offert.

LA DIVERSIFICATION DES SOURCES DE FINANCEMENT

ORIENTATIONS	OBJECTIFS	CIBLES	INDICATEURS
Orientation 7 Accroître les revenus de notre réseau d'hôtelleries.	Objectif 11 Avoir diversifié notre clientèle.	C1 Avoir bâti un plan d'implantation de notre offre de services d'hébergement pour les patients en oncologie et non-oncologie, avec des stratégies provinciales et régionales.	I1 2020 Plan d'implantation adapté. 2021 Établissement d'objectif de taux d'occupation par année par Hôtellerie.
		C2 Avoir conduit une étude de faisabilité et un projet pilote des volets de la diversification avec des stagiaires en hôtellerie.	I2 2020 Balises financières et techniques sortant de l'étude. I3 2021 Pourcentage d'augmentation du nombre de nuitées.
Orientation 8 Aligner les sources et les volumes de financement sur les nouveaux besoins.	Objectif 12 Accroître les fonds destinés à soutenir les activités quotidiennes de la Fondation.	C1 Avoir développé une stratégie de dons planifiés, à l'échelle provinciale et régionale.	I1 2020 Avoir finalisé le plan d'actions. 2021 et 2022 Avoir 10 nouveaux dossiers ouverts dans la province par année.
		C2 Revoir la structure organisationnelle et avoir une personne dédiée.	I2 2020 Avoir dédié une personne aux dons planifiés.
		C3 Avoir réalisé une vigie sur de nouvelles façons de collecter des fonds.	I3 2020 Pistes d'actions documentées de collecte de fonds.
	Objectif 13 Accroître les apports non affectés de la Fondation.	C4 Avoir bâti une offre de service pour les dons majeurs.	I4 2020 Complété.
		C1 Accroître de 40 % dans l'horizon du plan.	I1 2020 Accroissement de 5 %. I2 2021 Accroissement de 10 %. I3 2022 Accroissement de 25 %.



Le Plan stratégique 2020-2022 – Être plus près du monde est un plan dynamique et ambitieux qui mènera la Fondation québécoise du cancer à répondre de manière encore plus pertinente aux défis des années 2020.



Pour nous contacter :

Fondation québécoise du cancer
Siège social
2075, rue de Champlain
Montréal (Québec) H2L 2T1

cancerquebec.com

Numéro d'organisme de charité :
107391963 RR 0001

Fièrement accréditée Engagement qualité.



Fondation
québécoise
du cancer