



Plan stratégique 2024-2026

Faciliter l'accès aux services
de première ligne en oncologie

À l'échelle du Québec



Fondation
québécoise
du cancer

Message du président du conseil d'administration	3
Message du directeur général	4
Mission, vision, valeurs	5
La Fondation en quelques chiffres	6
Contexte	7
Axes du <i>Plan stratégique 2024-2026</i>	8
Orientations du <i>Plan stratégique 2024-2026</i>	9
Orientation 1	
Consolider son rôle de partenaire de choix, auprès des établissements de santé	10
Orientation 2	
Assurer une présence accrue sur l'ensemble du territoire	11
Orientation 3	
Optimiser le positionnement de la Fondation, comme partenaire fédérateur	12
Orientation 4	
Faciliter l'accessibilité aux services	13
Orientation 5	
Développer des services en lien avec la prévention et le dépistage	14
Orientation 6	
Offrir une expérience personnalisée	15
Orientation 7	
Comprendre et être reconnu par la clientèle cible	16
Orientation 8	
Maximiser l'impact des initiatives de relations publiques	17
Orientation 9	
Garantir la croissance et la pérennité de la base de donateurs	18
Tableau synoptique	19

Rédaction et coordination : Fondation québécoise du cancer

Conception graphique : Marlène-b



L'unique organisme de bienfaisance québécois à prendre
soin des personnes touchées par tous types de cancer.





Message du président du conseil d'administration



Dr. Sauthier

Dr Philippe Sauthier, MD
Président du conseil
d'administration

Toutes les 8 minutes, une personne reçoit un diagnostic de cancer. Le fardeau physique, émotionnel et économique des patients ne cessera de croître avec le vieillissement de la population et l'état actuel des soins de santé notamment.

Ces facteurs ont suscité une réflexion approfondie sur l'avenir de la Fondation, tout en définissant une vision destinée à sensibiliser, **à inspirer et à améliorer la vie quotidienne des personnes touchées par un cancer au Québec.**

Le *Plan stratégique 2024-2026*, entériné par le conseil d'administration qui y a joué un rôle central, arrimera l'évolution du contexte en santé et orientera la Fondation québécoise du cancer dans un élan de continuité affirmée.

Les membres du conseil d'administration sont convaincus que la Fondation, dotée d'un plan stratégique habilement aligné sur une vision prometteuse, continuera d'accroître son impact par de nouvelles stratégies afin de multiplier la portée de ses mesures et bienfaits dans le quotidien du réseau de la santé et des Québécois.

La participation active et l'engagement des bénévoles, des donateurs, du personnel, des gestionnaires, et des partenaires sont des éléments clés qui contribueront également à la réalisation des objectifs de la Fondation et à sa pérennité en tant qu'acteur de premier plan en oncologie.

Ensemble, nous envisageons un avenir où les Québécois atteints par un cancer ainsi que leurs proches aient tous accès à de l'accompagnement et du soutien de professionnels en oncologie, à de l'hébergement, à des soins complémentaires appropriés; quel que soit l'endroit où ils vivent dans la province.

En terminant, je tiens à exprimer ma sincère reconnaissance envers les gestionnaires et les membres du conseil d'administration qui ont collaboré avec un dévouement exemplaire à la conception de ce plan stratégique. Leur implication dans cette démarche cruciale pour l'avenir de la Fondation est grandement estimée.



Message du directeur général



Marco Décelles, CPA
Directeur général

C'est avec fierté que je vous présente le *Plan stratégique 2024-2026* de la Fondation québécoise du cancer. Il résulte d'une démarche de consultation exhaustive à laquelle ont activement 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 l'occasion de réaffirmer l'importance et la pertinence de notre mission.

Ce plan reflète l'engagement de la Fondation québécoise du cancer à jouer un rôle de premier plan dans le soutien et l'accompagnement des personnes touchées par un cancer. Il a aussi été élaboré dans le but d'accroître le rayonnement de la Fondation, afin que ses programmes et services puissent bénéficier à un nombre croissant de Québécois. Tout en capitalisant sur nos réalisations passées, ce plan vise à élargir l'impact de la Fondation en garantissant le maintien de nos acquis et en étendant notre expertise. En tenant compte du contexte actuel du milieu de la santé, la Fondation québécoise du cancer souhaite être une organisation capable d'adapter son offre de service aux besoins des Québécois et de saisir les occasions de développement et de positionnement qui s'offrent à elle.

Il est impossible aujourd'hui de ne pas connaître quelqu'un qui a été touché de près ou de loin par le cancer. **Derrière chacun de ces cas, il y a une personne, une vie et d'innombrables répercussions collatérales.** C'est pourquoi les objectifs généraux présentés dans ce plan illustrent notre engagement à faciliter l'accessibilité des personnes atteintes de cancer et de leurs proches à nos programmes et services.

Être plus accessibles, c'est s'assurer d'être présents d'un bout à l'autre du Québec. C'est bonifier l'offre de service là où le besoin se fait ressentir. C'est augmenter les ententes de services avec nos partenaires, à travers la province. Et c'est surtout, mieux connaître notre clientèle pour répondre de manière plus adaptée à ses attentes et ses besoins, et ce, tout au long de sa trajectoire de soins en oncologie.

Être plus accessibles, c'est également aller au-delà de nos six centres de services et d'hébergement, là où se trouvent les personnes qui font face au cancer. C'est se rapprocher des communautés qui sont mal desservies. C'est aller à la rencontre des personnes qui présentent des cas rares ou complexes. Et c'est de collaborer étroitement avec les intervenants du milieu de la santé qui sont les mieux placés pour référer nos services.

En sortant des cadres traditionnels, en améliorant nos services, et en élargissant notre rayon d'action, nous nous rapprochons non seulement des personnes touchées par le cancer, mais nous empêchons également que le cancer n'accapare leur vie.

Être plus accessibles, c'est donc **la promesse de répondre présent et de se dépasser** pour les milliers de Québécois touchés par le cancer, qui chaque jour comptent sur nous.

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, reconforter, accompagner et héberger les Québécois que le cancer vient bouleverser. Pour y parvenir, la Fondation québécoise du cancer offre les services suivants :



Hébergement



Accès à de l'information et à des professionnels en oncologie



Soutien psychologique



Bien-être physique



Aide financière et juridique



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 matière de soutien, d'accompagnement et de reconfort.

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 ainsi que 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 manière 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

+ 82 M\$
versés depuis 2009

31 179
donateurs dont
3 234 contribuent mensuellement

+ 14 000
participations à nos activités et
thérapies complémentaires comme
la massothérapie, la kinésiologie
et l'art-thérapie

82
employés

18
massothérapeutes

5
kinésiologues

5
art-thérapeutes

5
infirmières expérimentées
en oncologie

2
documentalistes expérimentées
en oncologie

2
nutritionnistes

2
psychologues

1
sexologue

166 010
visiteurs sur
cancerquebec.ca

+ 3 450
interventions via la
Ligne Info-cancer

+ 13 000
documents prêtés
ou distribués

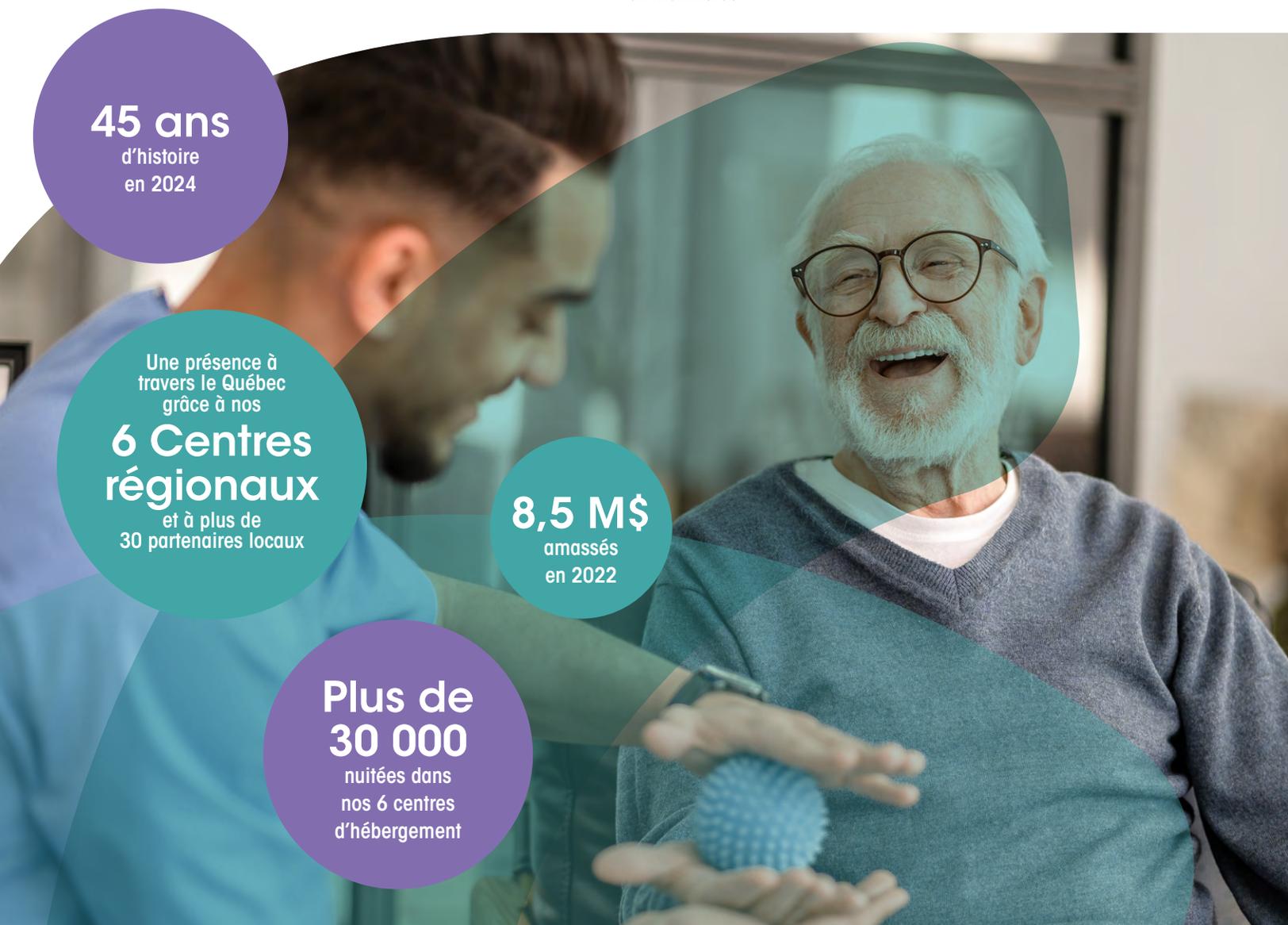
20 366
visiteurs sur le portail
cancer15-39.com

45 ans
d'histoire
en 2024

Une présence à
travers le Québec
grâce à nos
**6 Centres
régionaux**
et à plus de
30 partenaires locaux

8,5 M\$
amassés
en 2022

**Plus de
30 000**
nuitées dans
nos 6 centres
d'hébergement





Contexte

Ces dernières années, d'énormes progrès ont été réalisés pour réduire l'incidence et la mortalité liées au cancer. Ces avancées ont enrichi nos connaissances sur les origines du cancer, son évolution, ainsi que les stratégies les plus efficaces pour sa prévention et son traitement. **Malgré tout, le cancer demeure la première cause de mortalité au pays.** Le nombre de nouveaux cas de cancer continue d'augmenter, principalement en raison de la croissance démographique et du vieillissement de la population.

Toutes les 8 minutes, une personne reçoit un diagnostic de cancer au Québec. Cela laisse présager qu'au cours des prochaines années, l'impact sur notre système de santé sera significatif, d'où l'importance d'une planification et de la mise en œuvre d'actions concrètes pour répondre aux besoins des personnes touchées par un cancer. Il faudra répondre à ces besoins grandissants, tout en continuant à faire la promotion de la prévention. Les demandes afflueront, notamment en matière de diagnostics, de traitements et de soins palliatifs; alors que les ressources sont déjà limitées et le système de santé bien surchargé.

Au bout du compte, le fardeau repose sur les épaules des personnes atteintes et de leurs proches. **Le cancer vient bouleverser chaque facette de leur vie : leur bien-être physique et psychologique, leur vie sociale et professionnelle ainsi que leur situation financière notamment.**

Les consultations engagées lors de l'élaboration de ce plan stratégique ont confirmé nombre de tendances et de besoins essentiels à évaluer afin de rendre encore plus pertinentes les actions futures de la Fondation québécoise du cancer.



Toutes les
8 minutes
une personne reçoit
un diagnostic
de cancer au Québec

Axes du *Plan stratégique* 2024-2026

1

Le leadership fédérateur à l'échelle de la province

L'affirmation de notre positionnement à titre de partenaire de choix dans le milieu de la santé ainsi que l'optimisation de notre présence sur l'ensemble du territoire québécois sont des leviers importants pour l'avenir de la Fondation québécoise du cancer afin de soutenir son rayonnement, sa notoriété et de lui permettre de soutenir au quotidien plus de personnes touchées par un cancer. L'axe 1 du *Plan stratégique 2024-2026* témoigne de ce cheminement essentiel.

AXES

2

L'enrichissement de l'offre de service

La croissance des besoins liés à l'accessibilité des services, la prévention, l'éducation, ainsi que la volonté d'offrir une approche plus globale centrée sur du soutien humain et personnalisé à toutes les étapes de la trajectoire de soins en oncologie, incite la Fondation à développer et à enrichir son offre de service afin de mieux répondre aux besoins des personnes touchées par un cancer. L'axe 2 du *Plan stratégique 2024-2026* illustre clairement l'engagement de la Fondation en réponse à ces défis.

3

L'acteur de première ligne en oncologie au Québec

Avec sa vaste offre de service adaptée, la Fondation québécoise du cancer comprend l'importance de se démarquer de l'ensemble des organismes dédiés aux personnes touchées par un cancer afin de sensibiliser et d'optimiser son impact auprès des professionnels du milieu de la santé, des donateurs, des bénéficiaires, ainsi que de potentiels employés et partenaires. En somme, l'axe 3 du *Plan stratégique 2024-2026* traduit de manière concrète cet impératif.

Orientations du *Plan stratégique* 2024-2026

Dans sa quête perpétuelle d'approfondir le développement de ses programmes et d'enrichir ses services, la Fondation québécoise du cancer s'engage résolument à accomplir sa mission de soutien et d'accompagnement des personnes touchées par le cancer. Toutefois, l'organisme se trouve confronté à plusieurs défis, parmi lesquels trois ont été spécifiquement identifiés, dans le cadre de son *Plan stratégique 2024-2026*. Pour chacun de ces enjeux, désormais transformés en axes, des orientations précises ont été élaborées.

AXE 1

Le leadership fédérateur à l'échelle de la province

Orientation 1	Consolider son rôle de partenaire de choix, auprès des établissements de santé
Orientation 2	Assurer une présence accrue sur l'ensemble du territoire
Orientation 3	Optimiser le positionnement de la Fondation, comme partenaire fédérateur

AXE 2

L'enrichissement de l'offre de service

Orientation 4	Faciliter l'accessibilité aux services
Orientation 5	Développer des services et des actions en lien avec la prévention et le dépistage
Orientation 6	Offrir une expérience personnalisée

AXE 3

L'acteur de première ligne en oncologie au Québec

Orientation 7	Comprendre et être reconnu par la clientèle cible
Orientation 8	Maximiser l'impact des initiatives de relations publiques
Orientation 9	Garantir la croissance et la pérennité de la base de donateurs

Orientation 1

Consolider son rôle de partenaire de choix, auprès des établissements de santé

OBJECTIFS	CIBLES	INDICATEURS
<p>Objectif 1 Être présent dans tous les centres de cancérologie du Québec.</p>	<p>C1 S'être doté d'une stratégie afin d'intégrer l'offre de service de la Fondation, dans tous les centres de cancérologie.</p>	<p>I1 2024 Présence dans 70 % des centres de cancérologie.</p> <p>2025 Présence dans 85 % des centres de cancérologie.</p> <p>2026 Présence dans 100 % des centres de cancérologie.</p>
<p>Objectif 2 Déployer un service supplémentaire dans certains centres de cancérologie.</p>	<p>C1 Avoir implanté un service additionnel dans certains centres de cancérologie.</p>	<p>I1 2024 Nouveau service dans 2 centres de cancérologie.</p> <p>2025 et 2026 Nouveau service dans 5 centres de cancérologie par année.</p>
<p>Objectif 3 Se positionner comme partenaire de proximité dans les établissements de santé via notre programme de soutien aux initiatives des centres de cancérologie du Québec, pour des projets ciblés en lien avec notre mission.</p>	<p>C1 Avoir déployé un programme de soutien aux initiatives des centres de cancérologie du Québec.</p>	<p>I1 2024 Définir les modalités du programme.</p> <p>I2 2025 Lancement du programme.</p>

Orientation 2

Assurer une présence accrue sur l'ensemble du territoire

OBJECTIFS	CIBLES	INDICATEURS
<p>Objectif 4 Poursuivre l'implantation de points de services à travers la province.</p>	<p>C1 Avoir augmenté le nombre de régions desservies par la Fondation.</p>	<p>I1 2024 à 2026 5 nouvelles ententes par an.</p>
<p>Objectif 5 Augmenter la visibilité de la Fondation aux niveaux régional et local.</p>	<p>C1 Avoir bonifié la promotion des ententes.</p>	<p>I1 2024 Publicisation de chaque entente une fois par année.</p> <p>I2 2025 Évaluation de l'impact et détermination des actions requises.</p>

Orientation 3

Optimiser le positionnement de la Fondation, comme partenaire fédérateur

OBJECTIFS	CIBLES	INDICATEURS
<p>Objectif 6 Augmenter le taux de participation aux programmes et services de la Fondation, par un meilleur référencement des organismes partenaires.</p>	<p>C1 Avoir amélioré la portée des ententes.</p>	<p>I1 2024 Bilan du taux de participation pour toutes les ententes.</p> <p>I2 2025 et 2026 Augmentation du taux de participation de 10 % par an.</p>
<p>Objectif 7 Se rapprocher des acteurs de première ligne du milieu de la santé.</p>	<p>C1 Avoir été présent dans les initiatives d'acteurs de première ligne.</p>	<p>I1 2024 à 2026 Présence à 3 congrès par année.</p>
	<p>C2 Avoir développé une formation accréditée pour se rapprocher des Ordres professionnels du milieu de la santé.</p>	<p>I2 2024 Élaboration de la liste des partenaires potentiels.</p> <p>I3 2025 Développement de la formation et obtention d'un partenaire.</p> <p>I4 2026 Mise en place de la formation.</p>
	<p>Objectif 8 Créer un cadre fédérateur en cancérologie.</p>	<p>C1 Avoir développé un colloque fédérateur, à l'image de la Fondation québécoise du cancer.</p>

Orientation 4

Faciliter l'accessibilité aux services

OBJECTIFS	CIBLES	INDICATEURS
<p>Objectif 9 Informer et orienter les patients représentant des cas complexes et rares, au sein de la trajectoire de soins en oncologie.</p>	<p>C1 Avoir identifié et défini les cas complexes et rares, ainsi que leurs besoins spécifiques.</p>	<p>I1 2024 Définition des cas complexes et/ou rares, et de leurs besoins.</p> <p>I2 2025 Structure et mise en place de la démarche.</p>
<p>Objectif 10 Documenter et faciliter l'accès aux soins.</p>	<p>C1 Avoir documenté la situation.</p>	<p>I1 2024 Élaboration du système de documentation.</p> <p>I2 2025 Déploiement d'une « ligne téléphonique lavande » pour recueillir des données et les communiquer aux instances visées.</p>
<p>Objectif 11 Offrir des solutions adaptées aux communautés mal desservies.</p>	<p>C1 Avoir amélioré l'accessibilité aux services dans certaines communautés.</p>	<p>I1 2024-2025 Réalisation de l'état des lieux et sélection des choix.</p> <p>I2 2025 Représentation auprès des communautés ciblées.</p> <p>I3 2026 Mise en œuvre.</p>

Orientation 5

Développer des services et des actions, en lien avec la prévention et le dépistage

OBJECTIFS	CIBLES	INDICATEURS
<p>Objectif 12 Établir et renforcer notre présence sur la prévention primaire.</p>	<p>C1 Avoir appuyé certaines campagnes de prévention primaire.</p>	<p>I1 2024 Appui à une campagne de prévention majeure.</p> <p>2025 Appui à deux campagnes de prévention.</p>
<p>Objectif 13 Établir notre présence sur la prévention secondaire (dépistage).</p>	<p>C1 Avoir identifié les priorités et précisé notre mandat.</p>	<p>I1 2024 Définition du mandat.</p> <p>I2 2025 Lancement d'une initiative collaborative de distribution de matériel informatif aux professionnels de la santé.</p>

Orientation 6

Offrir une expérience personnalisée

OBJECTIFS	CIBLES	INDICATEURS
<p>Objectif 14 Créer des liens plus étroits avec les patients et leurs proches, les impliquer activement, et évaluer régulièrement leurs besoins ainsi que leur satisfaction.</p>	<p>C1 Avoir établi une stratégie pour mieux impliquer et outiller les patients.</p> <p>C2 Avoir établi un processus de communication et de suivi personnalisé.</p>	<p>I1 2024 Lancement d'une stratégie.</p> <p>I2 2025 25 % de notre cible.</p> <p>2026 35 % de notre cible.</p>
<p>Objectif 15 Investir en pédagogie pour vulgariser et traduire les informations médicales, les rendant ainsi plus accessibles aux patients et aux usagers, à chaque étape de la trajectoire de soins en oncologie.</p>	<p>C1 Avoir développé des dossiers thématiques, sous forme de capsules vidéo informatives, vulgarisant des sujets liés au cancer.</p>	<p>I1 2025 1 site tumoral développé.</p> <p>2026 3 sites tumoraux développés.</p>
<p>Objectif 16 Préparer et accompagner les patients et leurs proches tout au long des examens médicaux et des différentes étapes de leur trajectoire de soins, en proposant des services personnalisés et en développant des assistants numériques.</p>	<p>C1 Avoir développé des outils d'intervention pour accompagner les usagers lors de leurs examens médicaux.</p>	<p>I1 2024 Modernisation du questionnaire de base.</p> <p>2025 Lancement d'une version électronique du questionnaire.</p>
<p>Objectif 17 Optimiser les services pour favoriser une réintégration réussie dans la vie active et professionnelle.</p>	<p>C1 Avoir déployé le programme de soutien en entreprise.</p>	<p>I1 2024 Lancement du nouveau programme de soutien en entreprise.</p> <p>2025 Tournée régionale auprès des regroupements de gens d'affaires, à proximité des 6 Centres régionaux de la Fondation.</p>

Orientation 7

Comprendre et être reconnu par la clientèle cible

OBJECTIFS	CIBLES	INDICATEURS
<p>Objectif 18 Accroître notre notoriété.</p>	<p>C1 Avoir augmenté le taux de notoriété de la Fondation, au sein de la population québécoise.</p>	<p>I1 2024 à 2026 Hausse du taux de notoriété globale de 50 % d'ici 2026, soit de 44 % à 66 %.</p>
<p>Objectif 19 Se faire connaître auprès des différents intervenants en cancérologie, dans le milieu hospitalier.</p>	<p>C1 Avoir augmenté la visibilité de nos services, auprès des intervenants en cancérologie.</p>	<p>I1 2024 Présentation annuelle à l'équipe de cancérologie actuellement desservie.</p> <p>2025 Augmentation du nombre de présentations à deux par année.</p>

Orientation 8

Maximiser l'impact des initiatives de relations publiques

OBJECTIFS	CIBLES	INDICATEURS
Objectif 20 Rejoindre une plus large population.	C1 Avoir élaboré une stratégie de relations publiques efficace, à l'échelle régionale et provinciale.	I1 2024 Définition de la stratégie. 2025 Déploiement de la stratégie.
	C2 Avoir recruté un deuxième porte-parole anglophone ou bilingue.	I2 2025 Élaboration d'une liste de porte-paroles potentiels. 2026 Confirmation du porte-parole sélectionné.
Objectif 21 Se doter d'une stratégie de défense des intérêts des personnes atteintes d'un cancer et de leurs proches.	C1 Avoir établi une stratégie de défense des intérêts.	I1 2024 Réalisation de l'état des lieux. 2025 Mise en œuvre de la stratégie.
Objectif 22 Être un employeur attractif.	C1 Avoir amélioré notre taux d'attraction et de rétention de talents.	I1 2024 Révision de l'affichage des offres d'emploi.
		I2 2025 Création et soumission d'un dossier de candidature « Employeur en santé ».
		2026 Obtention de la mention « Employeur en santé ».

Orientation 9

Garantir la croissance et la pérennité de la base de donateurs

OBJECTIFS	CIBLES	INDICATEURS
Objectif 23 Renouveler la base de donateurs.	C1 Avoir développé de nouveaux outils pour élargir notre base de donateurs.	I1 2024 Maintien de la base de donateurs. 2025 Augmentation de 5 % de donateurs par année.
	C2 Avoir créé un comité provincial de jeunes philanthropes pour encourager la relève.	I2 2026 Création d'un comité de jeunes philanthropes qui inclut un membre de chaque région, où la Fondation est présente.
Objectif 24 Mettre en valeur nos projets et programmes, auprès de grands partenaires Ambassadeurs et Mécènes.	C1 Avoir analysé et chiffré nos projets actuels et futurs.	I1 2024 Réalisation de l'état des lieux.
	C2 Avoir identifié les bailleurs de fonds potentiels pour chaque projet ou service.	I2 2025 Développement de nouveaux outils et diversification de l'offre de service.



Tableau synoptique



AXE 1

Le leadership fédérateur à l'échelle de la province

ORIENTATIONS	OBJECTIFS	CIBLES	INDICATEURS
Orientation 1 Consolider son rôle de partenaire de choix, auprès des établissements de santé.	Objectif 1 Être présent dans tous les centres de cancérologie du Québec.	C1 S'être doté d'une stratégie afin d'intégrer l'offre de service de la Fondation, dans tous les centres de cancérologie.	I1 2024 Présence dans 70 % des centres de cancérologie. 2025 Présence dans 85 % des centres de cancérologie. 2026 Présence dans 100 % des centres de cancérologie.
	Objectif 2 Déployer un service supplémentaire dans certains centres de cancérologie.	C1 Avoir implanté un service additionnel dans certains centres de cancérologie.	I1 2024 Nouveau service dans 2 centres de cancérologie. 2025 et 2026 Nouveau service dans 5 centres de cancérologie par année.
	Objectif 3 Se positionner comme partenaire de proximité dans les établissements de santé via notre programme de soutien aux initiatives des centres de cancérologie du Québec, pour des projets ciblés en lien avec notre mission.	C1 Avoir déployé un programme de soutien aux initiatives des centres de cancérologie du Québec.	I1 2024 Définir les modalités du programme. I2 2025 Lancement du programme.

ORIENTATIONS	OBJECTIFS	CIBLES	INDICATEURS
Orientation 2 Assurer une présence accrue sur l'ensemble du territoire.	Objectif 4 Poursuivre l'implantation de points de services à travers la province.	C1 Avoir augmenté le nombre de régions desservies par la Fondation.	I1 2024 à 2026 5 nouvelles ententes par an.
	Objectif 5 Augmenter la visibilité de la Fondation aux niveaux régional et local.	C1 Avoir bonifié la promotion des ententes.	I1 2024 Publicisation de chaque entente une fois par année. I2 2025 Évaluation de l'impact et détermination des actions requises.
Orientation 3 Optimiser le positionnement de la Fondation, comme partenaire fédérateur.	Objectif 6 Augmenter le taux de participation aux programmes et services de la Fondation, par un meilleur référencement des organismes partenaires.	C1 Avoir amélioré la portée des ententes.	I1 2024 Bilan du taux de participation pour toutes les ententes. I2 2025 et 2026 Augmentation du taux de participation de 10 % par an.
	Objectif 7 Se rapprocher des acteurs de première ligne du milieu de la santé.	C1 Avoir été présent dans les initiatives d'acteurs de première ligne.	I1 2024 à 2026 Présence à 3 congrès par année.
		C2 Avoir développé une formation accréditée pour se rapprocher des Ordres professionnels du milieu de la santé.	I2 2024 Élaboration de la liste des partenaires potentiels. I3 2025 Développement de la formation et obtention d'un partenaire. I4 2026 Mise en place de la formation.
Objectif 8 Créer un cadre fédérateur en cancérologie.	C1 Avoir développé un colloque fédérateur, à l'image de la Fondation québécoise du cancer.	I1 2024 Définition du projet. I2 2025 Organisation du colloque. I3 2026 Tenue du 1 ^{er} colloque.	

ORIENTATIONS	OBJECTIFS	CIBLES	INDICATEURS
<p>Orientation 4 Faciliter l'accessibilité aux services.</p>	<p>Objectif 9 Informer et orienter les patients représentant des cas complexes et rares, au sein de la trajectoire de soins en oncologie.</p>	<p>C1 Avoir identifié et défini les cas complexes et rares, ainsi que leurs besoins spécifiques.</p>	<p>I1 2024 Définition des cas complexes et/ou rares, et de leurs besoins.</p> <p>I2 2025 Structure et mise en place de la démarche.</p>
	<p>Objectif 10 Documenter et faciliter l'accès aux soins.</p>	<p>C1 Avoir documenté la situation.</p>	<p>I1 2024 Élaboration du système de documentation.</p> <p>I2 2025 Déploiement d'une « ligne téléphonique lavande » pour recueillir des données et les communiquer aux instances visées.</p>
	<p>Objectif 11 Offrir des solutions adaptées aux communautés mal desservies.</p>	<p>C1 Avoir amélioré l'accessibilité aux services dans certaines communautés.</p>	<p>I1 2024-2025 Réalisation de l'état des lieux et sélection des choix.</p> <p>I2 2025 Représentation auprès des communautés ciblées.</p> <p>I3 2026 Mise en œuvre.</p>
<p>Orientation 5 Développer des services et des actions, en lien avec la prévention et le dépistage.</p>	<p>Objectif 12 Établir et renforcer notre présence sur la prévention primaire.</p>	<p>C1 Avoir appuyé certaines campagnes de prévention primaire.</p>	<p>I1 2024 Appui à une campagne de prévention majeure.</p> <p>2025 Appui à deux campagnes de prévention.</p>
	<p>Objectif 13 Établir notre présence sur la prévention secondaire (dépistage).</p>	<p>C1 Avoir identifié les priorités et précisé notre mandat.</p>	<p>I1 2024 Définition du mandat.</p> <p>I2 2025 Lancement d'une initiative collaborative de distribution de matériel informatique aux professionnels de la santé.</p>

ORIENTATIONS	OBJECTIFS	CIBLES	INDICATEURS
Orientation 6 Offrir une expérience personnalisée.	Objectif 14 Créer des liens plus étroits avec les patients et leurs proches, les impliquer activement, et évaluer régulièrement leurs besoins ainsi que leur satisfaction.	C1 Avoir établi une stratégie pour mieux impliquer et outiller les patients. C2 Avoir établi un processus de communication et de suivi personnalisé.	I1 2024 Lancement d'une stratégie. I2 2025 25 % de notre cible. 2026 35 % de notre cible.
	Objectif 15 Investir en pédagogie pour vulgariser et traduire les informations médicales, les rendant ainsi plus accessibles aux patients et aux usagers, à chaque étape de la trajectoire de soins en oncologie.	C1 Avoir développé des dossiers thématiques, sous forme de capsules vidéo informatives, vulgarisant des sujets liés au cancer.	I1 2025 1 site tumoral développé. 2026 3 sites tumoraux développés.
	Objectif 16 Préparer et accompagner les patients et leurs proches tout au long des examens médicaux et des différentes étapes de leur trajectoire de soins, en proposant des services personnalisés et en développant des assistants numériques.	C1 Avoir développé des outils d'intervention pour accompagner les usagers lors de leurs examens médicaux.	I1 2024 Modernisation du questionnaire de base. 2025 Lancement d'une version électronique du questionnaire.
	Objectif 17 Optimiser les services pour favoriser une réintégration réussie dans la vie active et professionnelle.	C1 Avoir déployé le programme de soutien en entreprise.	I1 2024 Lancement du nouveau programme de soutien en entreprise. 2025 Tournée régionale auprès des regroupements de gens d'affaires, à proximité des 6 Centres régionaux de la Fondation.

ORIENTATIONS	OBJECTIFS	CIBLES	INDICATEURS
<p>Orientation 7 Comprendre et être reconnu par la clientèle cible.</p>	<p>Objectif 18 Accroître notre notoriété.</p>	<p>C1 Avoir augmenté le taux de notoriété de la Fondation, au sein de la population québécoise.</p>	<p>I1 2024 à 2026 Hausse du taux de notoriété globale de 50 % d'ici 2026, soit de 44 % à 66 %.</p>
	<p>Objectif 19 Se faire connaître auprès des différents intervenants en cancérologie, dans le milieu hospitalier.</p>	<p>C1 Avoir augmenté la visibilité de nos services, auprès des intervenants en cancérologie.</p>	<p>I1 2024 Présentation annuelle à l'équipe de cancérologie actuellement desservie.</p> <p>2025 Augmentation du nombre de présentations à deux par année.</p>
<p>Orientation 8 Maximiser l'impact des initiatives de relations publiques.</p>	<p>Objectif 20 Rejoindre une plus large population.</p>	<p>C1 Avoir élaboré une stratégie de relations publiques efficace, à l'échelle régionale et provinciale.</p>	<p>I1 2024 Définition de la stratégie.</p> <p>2025 Déploiement de la stratégie.</p>
		<p>C2 Avoir recruté un deuxième porte-parole anglophone ou bilingue.</p>	<p>I2 2025 Élaboration d'une liste de porte-paroles potentiels.</p> <p>2026 Confirmation du porte-parole sélectionné.</p>
	<p>Objectif 21 Se doter d'une stratégie de défense des intérêts des personnes atteintes d'un cancer et de leurs proches.</p>	<p>C1 Avoir établi une stratégie de défense des intérêts.</p>	<p>I1 2024 Réalisation de l'état des lieux.</p> <p>2025 Mise en œuvre de la stratégie.</p>
	<p>Objectif 22 Être un employeur attractif.</p>	<p>C1 Avoir amélioré notre taux d'attraction et de rétention de talents.</p>	<p>I1 2024 Révision de l'affichage des offres d'emploi.</p> <p>I2 2025 Création et soumission d'un dossier de candidature « Employeur en santé ».</p> <p>2026 Obtention de la mention « Employeur en santé ».</p>

ORIENTATIONS	OBJECTIFS	CIBLES	INDICATEURS
<p>Orientation 9 Garantir la croissance et la pérennité de la base de donateurs.</p>	<p>Objectif 23 Renouveler la base de donateurs.</p>	<p>C1 Avoir développé de nouveaux outils pour élargir notre base de donateurs.</p>	<p>I1 2024 Maintien de la base de donateurs.</p> <p>2025 Augmentation de 5 % de donateurs par année.</p>
		<p>C2 Avoir créé un comité provincial de jeunes philanthropes pour encourager la relève.</p>	<p>I2 2026 Création d'un comité de jeunes philanthropes qui inclut un membre de chaque région où la Fondation est présente.</p>
	<p>Objectif 24 Mettre en valeur nos projets et programmes auprès de grands partenaires Ambassadeurs et Mécènes.</p>	<p>C1 Avoir analysé et chiffré nos projets actuels et futurs.</p>	<p>I1 2024 Réalisation de l'état des lieux.</p>
		<p>C2 Avoir identifié les bailleurs de fonds potentiels pour chaque projet ou service.</p>	<p>I2 Développement de nouveaux outils et diversification de l'offre de service.</p>





Fondation
québécoise
du cancer

Du soutien au quotidien



1 800 363-0063
cancerquebec.ca