



RAPPORT ANNUEL DES BIENS NON PUBLICS DE 2013-2014



**NOTRE COMMUNAUTÉ :
LA FORCE DE
NOTRE ORGANISATION**



rapportannuelbnp.ca

Table des matières

1.0	Message de la direction	4
2.0	Au sujet des Biens non-publics	6
3.0	2013-2014 en bref	7
3.1	En evolution pour répondre à vos besoins	7
3.1.1	Services de vente au détail	7
3.1.2	Services bancaires pour la communauté de la défense canadienne	10
3.1.3	Assurance	11
3.2	Toujours à l'écoute des communautés des FAC	13
3.2.1	Les programmes et le Fonds Appuyons nos troupes	13
3.2.2	Programme de reconnaissance des Forces canadiennes	15
3.2.3	Relations avec le secteur privé	17
3.2.4	Infrastructure	18
3.2.5	Investissements technologiques	20
3.2.6	Opérations de déploiement	21
3.3	Programmes et services uniques	22
3.3.1	Loisirs communautaires	22
3.3.2	Services financiers du RARM	26
3.3.3	Mess et clubs militaires	28
3.3.4	Journaux des FAC	30
3.3.5	Musées des FAC	31
3.3.6	Activités d'intérêt particulier	32
3.3.7	Programme de sports des FAC	33
3.3.8	Programmes de conditionnement physique et de promotion de la santé	36
3.3.9	Services aux familles des militaires	37
3.3.10	Perspectives de carrière	40
4.0	Gouvernance	42
4.1	Membres du conseil des BNP	42
4.2	Aperçu des comités des BNP	43
5.0	Initiatives de la Division des finances	45
6.0	Sommaire financier	46

1.0 Message de la direction

Voici le Rapport annuel des BNP, qui présente un survol des événements, des activités et des initiatives notables qui ont façonné notre travail au cours de l'exercice 2013-2014.

J'ai le plaisir d'annoncer que ce fut une très bonne année pour les Services de bien-être et moral des Forces canadiennes (SBMFC). Mes objectifs pour l'exercice étaient centrés sur trois fronts, soit le marketing croisé, la rentabilité et la diversification, et l'engagement des employés. Nous avons fait de grands progrès dans ces domaines, et notre réussite financière au cours de cet exercice a dépassé les attentes.

Pour accroître notre marketing croisé, les SBMFC ont activement fait la promotion de ses programmes auprès de la communauté des Forces armées canadiennes (FAC), forte d'un million de membres, que nous servons. Bien qu'on ne puisse pas tout faire pour tout le monde, on a quelque chose à offrir à chacun, et nous avons travaillé fort pour joindre nos bénéficiaires au moyen d'une série de séances d'information, de campagnes promotionnelles et de nouvelles ressources. En effet, nous avons rencontré des réservistes les FAC dans des régions à forte densité (Gatineau, Toronto, Montréal, Victoria, Vancouver et Chilliwack) et prévoyons d'autres séances d'information à leur intention au cours de l'exercice à venir. Nous avons changé le nom de notre organisation au printemps de 2013 et avons récolté les fruits de la promotion d'une identité organisationnelle plus forte et plus intégrée. En janvier 2014, nous avons aussi lancé le Répertoire des services de bien-être et de maintien du moral, une ressource simplifiée qui fournit des renseignements détaillés sur tous les programmes et services offerts aux membres de notre communauté. Finalement, les SBMFC ont renforcé leur présence dans les médias sociaux, en adoptant ces outils de communication rapides et efficaces qui nous aident à effectuer le marketing croisé de nos services et à communiquer avec un plus large auditoire.



« Notre communauté, la force de notre organisation »

Cette année, je me suis aussi concentré sur la rentabilité et la diversification des secteurs d'activités qui génèrent des fonds non publics, les services de vente au détail de CANEX et les Services financiers du RARM, ainsi que sur des stratégies d'investissement pouvant assurer la fiabilité et la croissance de ces fonds. Mentionnons tout particulièrement notre stratégie d'investissement pour le Fonds central des Forces canadiennes, qui a généré près de 20 M\$ en revenus, dont 10 M\$ ont été redistribués aux fonds des bases, escadres et unités.

Mon dernier objectif, renforcer l'engagement des employés, constitue la pierre angulaire de tout ce que nous faisons aux SBMFC. Des membres du personnel motivés, bien formés et bien renseignés nous aident à fournir des services plus efficaces et plus efficaces à la communauté que nous servons. Au cours de cet exercice, nous avons revitalisé notre stratégie d'engagement des employés au moyen d'un nouveau programme d'orientation des employés, d'un programme d'aide pour frais de scolarité révisé et d'un régime de retraite modernisé. Nous avons aussi mis sur pied le bulletin électronique *Le point : Services de bien-être et moral*, notre premier bulletin qui s'adresse à l'ensemble des membres du personnel, y compris les employés occasionnels et à temps partiel, afin d'éliminer le travail en silo et améliorer la communication.

Pour le prochain exercice, je suis persuadé que les Biens non publics et notre organisation continueront d'évoluer pour appuyer le moral et le bien-être de notre communauté.

Cordialement,

Le chef de la direction du Personnel des fonds non publics, Forces canadiennes,
Commodore Mark Watson

2.0 Au sujet des Biens non publics

La vocation des Biens non publics est de bâtir une meilleure communauté pour tous : les militaires actifs et retraités, et leur famille. La vision d'une communauté, forte d'un million de membres des SBMFC est hautement symbolique du fait que nous servons une diversité de Canadiens qui ont des besoins et intérêts différents en matière de bien-être et de maintien du moral.



D'Esquimalt à Petawawa, en passant par Cold Lake et Geilenkirchen, le Personnel des Fonds non publics, Forces canadiennes est dévoué à servir la communauté militaire. Nous fournissons des services communautaires qui visent à répondre aux besoins particuliers des militaires, des anciens combattants, et de leur famille, de manière à ce qu'ils puissent tirer le meilleur parti de cet endroit qu'ils appellent leur chez-soi. Les programmes et services que nous offrons sont conçus pour répondre aux besoins uniques dans chaque base, chaque ville et chaque pays. Si nos services peuvent différer d'un endroit à l'autre, le but fondamental demeure le même : appuyer les militaires afin qu'ils puissent prendre soin d'eux-mêmes et de leur famille, au travail et à la maison.

Nous veillons aussi à ce que l'argent que les militaires et leur famille investissent dans les programmes des Biens non publics retourne dans les services communautaires locaux. Grâce à ce cadre coopératif, 4,11 M\$ ont été réinvestis dans les services de bien-être et de maintien du moral des FAC en 2013-2014. Un achat de nouveaux meubles au CANEX ou une souscription d'assurance vie auprès des Services financiers du RARM pourrait se traduire par exemple en une meilleure forme physique grâce au défi de la Santé et du mieux-être des FAC.

Ce modèle durable de soutien des Biens non publics permet à tous les membres de la communauté des FAC d'aider nos familles, nos voisins et les autres familles de militaires d'un bout à l'autre du pays.



3.0 2013-2014 en bref

3.1 En évolution pour répondre à vos besoins

3.1.1 Services de vente au détail

CANEX

En 2013-2014, CANEX a repositionné ses activités et renouvelé son orientation client afin de mieux servir la communauté des FAC. CANEX a pris des mesures afin de renforcer la relation privilégiée qu'il entretient avec la communauté militaire.

À cette fin, CANEX a lancé de nouveaux **produits et services axés sur les militaires** :

1. **TACTIX.** Cette boutique en magasin a été conçue en vue d'un lancement dans des magasins sélectionnés de CANEX. Les boutiques TACTIX visent à refléter tous les aspects du style de vie militaire et à témoigner de la relation exclusive que CANEX entretient avec sa clientèle. Quatre prototypes devraient être lancés en 2014, soit à Petawawa, Borden, Saint-Jean et Kingston.
2. **Fierté d'appartenance et magasins de fourniment.** CANEX appui davantage les magasins de fourniment locaux et nationaux de même que les cantines des navires et des branches en établissant un partenariat pour la vente de leurs produits dans les magasins CANEX. Ce partenariat offre aux magasins de fourniment la possibilité de proposer leurs produits à une plus vaste clientèle et ainsi accroître leur rentabilité et procurer des fonds supplémentaires pour les fonctions sociales des unités. Après la présentation et l'approbation de ce projet, CANEX a pris contact avec plus de 90 magasins de fourniment. Les commentaires et les inscriptions au programme sont positifs.
3. **Programmes de marchandise militaire.** CANEX offre maintenant des produits militaires nouveaux, repensés et uniques, tels que le blouson de cuir officiel de l'ARC, les coupe-vent de la MRC, de l'ARC et de l'AC, des attributs de la gamme Élite, un service de montage de cour et beaucoup d'autres produits militaires, tels que les bottes S.W.A.T., des articles au DCamC et la tenue de mess. Bien que CANEX n'ait lancé cet article en prévente qu'en mars 2014, il en a vendu 42 unités en à peine un mois. CANEX prévoit accroître la gamme des produits militaires en 2014.

Si l'on considère que plusieurs des programmes de marchandise militaire ont commencé en milieu d'exercice, les ventes, qui s'élèvent à plus de 660 000 \$, sont encourageantes.

Le programme Primes CANEX et UneFC

En octobre 2013, le nouveau programme **Primes CANEX** (anciennement le Club XTra) a été lié à la carte **UneFC**. CANEX a fait la promotion des avantages des points Primes CANEX et de la carte de membre UneFC dans des publicités nationales et locales en magasin et par le marketing en ligne.

CANEX et les médias sociaux

CANEX a établi sa présence sur Facebook en mai 2013 et a reçu plus de 6 000 « J'aime » en date de mars 2014. CANEX se donne comme objectif d'atteindre 10 000 « J'aime » d'ici la fin de 2014. Tout au long de l'année, CANEX s'est servi de Facebook pour recueillir des commentaires et des opinions de la communauté et pour communiquer avec sa clientèle afin de mieux comprendre ses besoins.

CANEX a aussi utilisé des concours pour promouvoir les abonnements à ses envois par courriel et mieux communiquer avec notre communauté afin de lui faire connaître nos excellents produits et services. Par exemple, le concours de janvier 2014, *Gagnez un aspirateur Dyson*, a reçu 440 inscriptions. Cela constitue un progrès significatif en termes de pénétration et de participation.

Facebook sert également de plateforme pour les membres de la communauté des FAC qui ne sont pas à proximité d'une base, d'une escadre ou d'une unité afin qu'ils puissent se tenir au courant des événements et des activités à venir. CANEX a établi des dates régulières d'affichage dans les médias sociaux, et un article affiché en janvier dernier a suscité 84 *partages*, le plus grand nombre jamais atteint pour CANEX! C'est significatif, car les messages partagés atteignent les amis des amis, ce qui permet à CANEX de joindre de nouveaux clients.

Tout au long de l'exercice, les médias sociaux ont joué un rôle important dans les stratégies de communication de CANEX et ses campagnes de commercialisation. CANEX s'est servi des médias sociaux non seulement comme d'un outil de communication avec nos clients pour mieux se faire connaître, mais aussi pour mousser nos activités et demeurer pertinent auprès de la communauté.

Site Web de CANEX

Pour nos précieux clients, le site Web de CANEX est une source de renseignements généraux sur les programmes, les événements et campagnes nationales publicitaires qui se déroulent tout au long de l'année. Après la page d'accueil et la page « À notre sujet » du site Web de CANEX, ce sont les circulaires et promotions qui ont été les plus consultées, avec 91 000 visites de janvier à décembre 2013. La journée la plus achalandée de l'année pour le site Web de CANEX a été, de loin, le 28 novembre 2013, le jour du solde du vendredi noir, lorsque les pages de CANEX ont été consultées 5 580 fois.



La carte **UneFC** a été officiellement lancée le 22 octobre 2013 pour remplacer les cartes de membre du Programme de reconnaissance des FC et du Programme de fidélisation de CANEX. Depuis ce lancement,

plus de **70 000** cartes UneFC ont été émises.



CANEX a obtenu plus de **6000** « J'aime » sur sa **page Facebook** lancée en mai 2013.



La page des circulaires et des promotions du **site Web de CANEX** a été visitée

91 000 fois entre janvier et décembre 2013.

EN VEDETTE



Sélection de marchandise militaire

CANEX offre maintenant des produits militaires nouveaux, repensés et uniques, tels que des coupe-vent de l'ARC, de la MRC et de l'AC et le blouson de cuir officiel de l'ARC.

Ces services sont financés par les Biens non publics et offerts par le Personnel des fonds non publics, Forces canadiennes.

3.1.2 Services bancaires pour la communauté de la défense canadienne

BMO Banque de Montréal est la banque officielle de la communauté des FAC depuis 2008 et maintient son engagement à répondre aux besoins particuliers des militaires en matière de services bancaires, depuis le recrutement jusqu'au départ à la retraite, grâce à des offres et des rabais exclusifs.



En 2013-2014, **BMO Banque de Montréal** a fait économiser aux membres de la communauté des FAC plus d' **1 million de dollars** en frais bancaires personnels.



Des activités et événements nationaux et locaux des FAC ont bénéficié de commandites de BMO Banque de Montréal s'élevant à plus de **250 000 \$**.



Grâce à la carte **MasterCard®** **Appuyons nos troupes de BMO**, plus de **30 000 \$** ont été versés au programme Appuyons nos troupes.

EN VEDETTE



BMO célèbre son rôle de banque officielle de la communauté de la défense canadienne

Le président et chef de la direction de BMO Banque de Montréal, Frank Techar, accueille le général Tom Lawson, chef d'état-major de la défense, à un événement à Ottawa.



L'USFC(O) et les PSP à Ottawa – 3^e édition des Journées de reconnaissance de la famille de la communauté de la défense canadienne

Le calendrier des activités et des concerts a été commandité par BMO Banque de Montréal.

Ces services sont financés par les Biens non publics et offerts par le Personnel des fonds non publics, Forces canadiennes.

3.1.3 Assurance

La Personnelle, Compagnie d'assurances

Depuis 1986, La Personnelle, Compagnie d'assurances, travaille en partenariat avec CANEX pour offrir de l'assurance collective habitation et auto aux clients autorisés de CANEX. La Personnelle offre des produits d'assurance personnalisés, comme la police d'assurance pour militaires locataires (spécialement conçue pour les logements du MDN), des polices d'assurance habitation qui offrent une protection automatique de 5 000 \$ pour de l'équipement militaire et une couverture pour les biens personnels pendant les affectations à l'étranger.

Assurance vie temporaire et assurance invalidité

Les professionnels certifiés de l'assurance du RARM proposent des options d'assurance vie temporaire et d'assurance invalidité qui sont offertes à des prix concurrentiels et sont adaptées aux besoins très précis des membres des FAC et de leur famille.

En 2013, environ 140 351 membres actifs et libérés des FAC et leur conjoint ont été couverts par nos différents régimes d'assurance vie temporaire. Plus de 44,3 M\$ en prestations d'assurance vie ont été versés aux bénéficiaires. Le montant des couvertures en vigueur s'élève à 29,034 milliards de dollars.

Quelque 94 420 membres de la Force régulière et de la Réserve sont couverts par des polices d'assurance invalidité de longue durée (ILD). Le montant total des prestations versées et du soutien fourni au titre du régime d'assurance d'ILD et du programme de réadaptation professionnelle (PRP) s'est élevé à 138,85 M\$. Des prestations d'ILD ont été versées à plus de 6 729 membres, et le PRP a permis de fournir une aide à plus de 4 300 membres.

À l'issue du règlement du recours collectif dans l'affaire *Manuge c. Sa Majesté la Reine*, nous avons traité un remboursement public (avec intérêts et rajustements) au titre des anciennes dispositions compensatoires de la *Loi sur les pensions* de plus de 400 M\$ à plus de 8 100 participants au recours collectif.



La Personnelle, Compagnie d'assurances, propose des polices qui comprennent une protection de **5 000 \$** pour l'équipement militaire pendant les affectations à l'étranger.



Quelque **94 420** membres de la Force régulière et de la Réserve sont couverts par le régime **d'assurance invalidité de longue durée du RARM**.



Les membres ont obtenu un remboursement des réductions effectuées aux termes de la *Loi sur les pensions*, incluant les intérêts et les rajustements, pour un total de plus de **400 M\$**.

EN VEDETTE



**David Nicolle, gagnant du concours de 2013 de La Personnelle/CANEX
« La route à conquérir »**

Ces services sont financés par les Biens non publics et offerts par le Personnel des fonds non publics, Forces canadiennes.

3.2 Toujours à l'écoute des communautés des FAC

3.2.1 Les programmes et le Fonds Appuyons nos troupes

Le programme *Appuyons nos troupes* est financé par de généreux dons de particuliers, de petites entreprises, d'organisations caritatives et du monde des affaires canadien.

Le Fonds pour les familles des militaires permet à la chaîne de commandement de répondre rapidement aux besoins particuliers, imprévus et souvent immédiats des militaires et de leur famille. L'aide qui est fournie grâce à ce fonds peut prendre la forme d'une subvention ou d'un prêt sans intérêt. En 2013-2014, le Fonds a permis d'apporter un soutien à plus de 1 000 familles qui traversaient des difficultés diverses, notamment sous la forme d'une aide au transport pour raisons médicales pour les familles des militaires affectés dans des régions éloignées, d'une aide financière pour des services de counselling extraordinaires, d'une assistance pour répondre aux besoins de base et d'une aide aux familles ayant des personnes à charge à besoins spéciaux.

Le Fonds de bien-être dans les hôpitaux fournit aux membres des FAC qui sont hospitalisés des commodités de base qu'ils ont habituellement chez eux, comme des journaux et périodiques, l'accès à la télévision et à Internet et des produits courants. En 2013-2014, 225 membres ont reçu de l'aide grâce à ce fonds.

Lancée en 1991, l'**opération Père Noël** donne aux entreprises et aux particuliers canadiens la possibilité de répandre l'esprit des Fêtes chez les membres actifs qui ne peuvent pas retourner chez eux, auprès de leur famille, pendant cette période de l'année. En 2013-2014, 1 300 militaires déployés ont reçu un colis contenant des articles tels que des calendriers, de la gomme à mâcher, des cartes de vœux des Fêtes, des brosses, du rince-bouche, des vêtements, des décorations de Noël et des cartes de souhaits.

Le Fonds du programme Sans limites fournit un soutien financier aux membres actifs et libérés des FAC pour les aider à surmonter leurs blessures visibles ou non visibles par la participation à des activités récréatives, des activités sportives et d'autres activités physiques exigeantes. En 2013-2014, le Fonds du programme Sans limites a donné accès à de l'équipement et à de la formation, de même qu'à des séances de mentorat et d'instruction dispensées par des athlètes, des entraîneurs et des soigneurs canadiens de premier ordre. Les bénéficiaires de l'aide de ce fonds ont eu l'occasion :

- d'apprendre un nouveau sport, comme l'équitation, le ski ou le cyclisme;
- de s'entraîner et de se mesurer, en compétition, à des soldats ayant des blessures ou des maladies semblables venant d'Australie, de France, de Géorgie, de Grande-Bretagne et des États-Unis;
- de repousser leurs limites physiques et mentales en participant à des événements sportifs nationaux, comme la Course de l'Armée du Canada.

Depuis sa création en 2006, le Fonds du programme Sans limites a apporté une aide à plus de 750 membres malades ou blessés, et à leur famille.

La **Caisse d'assistance au personnel des Forces canadiennes (CAPFC)**, qui fournit une aide distincte de celle du Programme Appuyons nos troupes, donne accès à des subventions et des prêts à faible intérêt aux militaires dans le cadre de quatre programmes. En 2013, la CAPFC a fourni une assistance financière de 9,8 M\$ à plus de 2 500 membres actifs et libérés des FAC.



L'an dernier, **225** membres ont bénéficié du **Fonds de bien-être dans les hôpitaux**.



1 300 colis ont été envoyés à des militaires déployés au cours de la dernière saison des Fêtes grâce à l'**opération Père Noël**.



La **CAPFC** a fourni une aide financière de **9,8 M\$** à plus de 2 500 membres actifs et libérés des FAC.

EN VEDETTE



Un don de l'Unité des services d'urgence de la police d'Ottawa au Fonds pour les familles des militaires

Ces services sont financés par les Biens non publics et offerts par le Personnel des fonds non publics, Forces canadiennes.

3.2.2 Programme de reconnaissance des Forces canadiennes

Avec des centaines de marques représentant plus de 27 000 endroits dans le monde, les membres de notre communauté peuvent économiser dans neuf catégories de rabais. Tout récemment, nous nous sommes attachés à conclure des ententes avec des partenaires commerciaux dans le monde entier pour accroître sensiblement l'éventail de nos possibilités de voyages d'agrément et de vacances.

Aujourd'hui, 2 402 entreprises partenaires font partie du programme, soit 25 p. 100 de plus que l'année précédente. Quarante-cinq marques nationales ayant une très grande visibilité ont aussi été ajoutées au programme, ce qui représente 138 000 nouveaux endroits. Parmi nos partenaires nationaux notables, mentionnons The Brick, Guess Inc, Sleep Country Canada, Things Engraved, COSTCO, SMART Destinations et Golf Town. Le site Web du Programme de reconnaissance des Forces canadiennes présente maintenant plus de 250 000 endroits où les membres de notre communauté peuvent économiser, ce qui en fait le plus important programme de rabais.

Government Vacation Rewards (GVR)

Notre plus important partenaire commercial en 2013-2014 a été Government Vacation Rewards, qui englobe :

- 130 000 hôtels;
- 3 500 terrains de golf;
- 41 grands croisiéristes, dont Carnival, Princess, Viking, Celebrity et Disney;
- des destinations ski de classe mondiale;
- de grands transporteurs aériens, dont Air Canada, WestJet, United, US Airways, Delta, Southwest, Virgin, Virgin Blue, V Australia, Virgin America et British Airways;
- des visites guidées organisées par des fournisseurs de renommée mondiale, comme Trafalgar.

En contact avec la communauté

Avant le lancement du programme UneFC, 41 000 cartes de membre du Programme de reconnaissance des Forces canadiennes ont été émises aux membres de la communauté des FAC, principalement des anciens combattants et des membres des familles de militaires. En 2013-2014, des séances d'information ont eu lieu à Edmonton (Alb.), Gander (T.-N.-L.) et dix communautés en Ontario.

UneFC

La carte UneFC a été lancée officiellement le 22 octobre 2013 afin de combiner la carte de membre du Programme de reconnaissance des FC et la carte du Club XTra de CANEX. Depuis ce lancement, plus de 70 000 cartes UneFC ont été émises.

EN VEDETTE



La carte UneFC fusionne deux cartes en une seule.



Le Programme de reconnaissance des FC fait la promotion des rabais qui sont offerts aux membres des FAC.

Ces services sont financés par les Biens non publics et offerts par le Personnel des fonds non publics, Forces canadiennes.

3.2.3 Relations avec le secteur privé

Le bureau des relations avec le secteur privé est chargé de tisser des liens avec le monde des affaires canadien et les organisations externes dans le but d'élargir la portée des programmes et services de bien-être et de maintien du moral destinés aux membres actifs et libérés des FAC et à leur famille au-delà de ceux qui sont actuellement offerts au moyen de fonds publics. En 2013-2014, 107 campagnes de financement organisées par des tiers se sont inscrites auprès du bureau des relations avec le secteur privé.

Voici un aperçu de quelques-uns des programmes qui ont reçu du financement en 2013-2014 :

Vacances pour les anciens combattants : 18 candidats admissibles ont bénéficié d'une escapade dans le cadre du programme Vacances pour les anciens combattants.

Opération Taboo : Dix familles de militaires aux prises avec des difficultés particulières, souvent liées à un déploiement opérationnel, ont vécu une belle expérience à ce centre de villégiature.

Camps d'été : 300 enfants ont été au camp Maple Leaf et 40 autres au camp Muskoka Woods.

Bourses d'études : Au moins 26 bourses d'études sont mises à la disposition des membres des FAC et de leur famille sur le site Web des SBMFC.

Boogaard's Booguardians : Près de 200 membres de la communauté des FAC ont été voir les Sénateurs d'Ottawa jouer au Centre Canadian Tire grâce à cette initiative.

Du maïs soufflé pour les troupes : 132 cartons de maïs soufflé de Scouts Canada, d'une valeur de 134 000 \$, ont été donnés à des bases militaires aux quatre coins du Canada.

Activité Appuyons nos troupes : Les recettes et profits de 107 campagnes de financement organisées par des tiers ont été versés au programme Appuyons nos troupes.

EN VEDETTE



Cérémonie d'inauguration de l'expansion du camp Maple Leaf en 2013



Du maïs soufflé pour les troupes

À l'automne de 2013, on a fait don de 134 000 \$ de maïs soufflé de Scouts Canada aux FAC (Photo : scouts de la BFC Shilo)

Ces services sont financés par les Biens non publics et offerts par le Personnel des fonds non publics, Forces canadiennes.

3.2.4 Infrastructure

CANEX poursuit son expansion

Un nouveau bâtiment de deux étages partagé par les BNP et le MDN, qui abritera différents programmes, services et divisions, sera érigé à la 17^e Escadre Winnipeg. Les travaux ont commencé en 2013-2014 et progressent selon l'échéancier, avec une date d'achèvement prévue en décembre 2014 ou janvier 2015.

Le nouvel immeuble accueillera diverses installations publiques et non publiques, notamment un magasin de détail CANEX, des bureaux du RARM, un salon de barbier, un bureau d'assurances, un bureau de poste du MDN, les locaux du journal *Voxair*, les bureaux du programme d'assurance consolidé des BNP, de la comptabilité des FNP, des ressources humaines des FNP, de la promotion de la santé et d'Anciens combattants Canada, d'un centre intégré de soutien du personnel et des salles de réunion.

Projets achevés

- Un nouveau restaurant Tim Hortons à Kingston a remplacé le comptoir de service de cette franchise dans le centre commercial de CANEX.
- CANEX a conçu la boutique militaire TACTIX, qui propose des articles représentatifs de son lien avec la communauté militaire.
- CANEX est un revendeur autorisé des produits Apple et a disposé des comptoirs spécialisés pour proposer ces produits convoités à Petawawa et Gagetown.
- Une nouvelle cafétéria a ouvert ses portes dans l'installation de maintenance de la flotte à l'arsenal maritime du chantier à Esquimalt.

Projets à venir

- De nouveaux SuperMart dans les centres commerciaux de Borden, Goose Bay et Kingston – les dépanneurs seront intégrés aux magasins de détail afin de créer une destination unique de magasinage.
- Le magasinage en ligne sera possible dans des magasins virtuels grâce au projet de ventes et de marketing en ligne.
- CANEX travaille fort au remplacement de ses installations à Petawawa.



Un nouvel immeuble de deux étages partagé par les BNP et le MDN, qui abritera les locaux de différents programmes, services et divisions, est érigé à la

17^e Escadre

Winnipeg.

EN VEDETTE



TACTIX

Cet espace-boutique a été conçu pour des magasins sélectionnés de CANEX. Les boutiques TACTIX visent à proposer des articles qui reflètent tous les aspects du style de vie militaire.



Ces services sont financés par les Biens non publics et offerts par le Personnel des fonds non publics, Forces canadiennes.

3.2.5 Investissements technologiques

La Division des services de l'information (DSI) fournit la gamme complète de services de gestion de l'information et de technologie de l'information (GI/TI) à l'appui de la prestation des programmes de bien-être et de maintien du moral. Sa vocation première consiste à assurer le fonctionnement des systèmes des BNP pour offrir un soutien au quartier général des SBMFC, aux commandants des bases et des escadres, à CANEX, au RARM, aux SFM et aux PSP. En outre, elle gère et met en œuvre des projets de GI/TI au nom de l'organisation. Le réseau des BNP existe à l'échelle nationale ainsi que dans les bases et escadres pour offrir aux membres des FAC et à leur famille la connectivité et l'accès aux programmes et services de bien-être et de maintien du moral. Il s'agit d'un réseau distinct de celui de Services partagés Canada et du MDN, car il doit appuyer l'exploitation des magasins de détail, des services de planification financière et d'assurance, des mess, des terrains de golf, etc. Comme la plupart des organisations de GI/TI, la DSI s'efforce de mener ses activités de manière aussi efficiente et efficace que possible tout en continuant d'assurer la prestation adéquate de services de GI/TI aux clients.

En 2013-2014, les SBMFC ont continué d'investir dans une base de données centralisée de ces bénéficiaires afin d'appuyer le lancement de la carte UneFC et d'être capables en bout de compte d'offrir un soutien à un million de clients. Parmi les autres investissements de GI/TI effectués en 2013-2014, mentionnons les suivants :

- en coordination avec la Division des finances, on a fait l'acquisition de l'ensemble Oracle E-Business pour servir de plateforme au nouveau système de gestion de l'information financière;
- l'initiative de ventes et marketing en ligne de CANEX a abouti à l'acquisition d'une plateforme bien connue de vente au détail en ligne appelée Magento;
- un outil Microsoft de gestion des relations avec la clientèle (GRC) a été implanté pour fournir des services de GRC au RARM et ultérieurement à toutes les divisions;
- un système de points de vente appelé Maître'D a été acquis pour les PSP afin d'offrir un système de gestion de l'encaisse et du crédit uniforme dans les mess;
- enfin, pour soutenir la fusion des sites Web Force de la famille et Portail communautaire, on a acquis le système de gestion de contenu Kentico.

Quant à l'avenir, la DSI continuera de se concentrer sur la réutilisation ou l'acquisition de technologies commerciales dans les domaines des opérations mobiles/sans fil, des renseignements opérationnels et de l'expérience client cohérente afin d'offrir le meilleur rapport qualité-prix en terme de GI/TI aux SBMFC et à leurs clients.

3.2.6 Opérations de déploiement

Depuis 2000, les SBMFC déploient des employés du Personnel des fonds non publics, Forces canadiennes (Personnel des FNP) afin de fournir, dans les opérations outre-mer, des programmes et services de bien-être et de maintien du moral financés par des fonds publics. Ces membres du Personnel des FNP viennent appuyer le personnel déployé en fournissant des programmes publics de repos et de récupération, d'aide pour le retour au domicile, ainsi que des programmes de conditionnement physique, de sports et de loisirs.



En 2013, les SBMFC ont vu leur rôle changer avec la fermeture du programme de bien-être et de maintien du moral en Afghanistan, en décembre, et le retour chez eux des deux derniers employés des FNP. Lorsque les troupes ont quitté l'Afghanistan, elles se sont rendues au centre de décompression dans un lieu tiers, à Chypre, où 11 membres du personnel des SBMFC ont été déployés pour offrir un soutien au personnel.

En 2013, les SBMFC ont aussi appuyé la Marine royale canadienne en déployant 6 membres de son personnel à bord des NCSM, pour agir comme coordonnateurs du conditionnement physique, des sports et des loisirs. Les SBMFC ont envoyé un employé au Koweït, pour appuyer les opérations au Koweït pendant six mois. En outre, les SBMFC ont organisé quatre tournées de spectacles à la SFC Alert, à bord du NCSM REGINA, en Thaïlande, et dans la péninsule du Sinaï, en Égypte. En mars 2014, un employé des FNP a également été rapidement déployé pour fournir des services à l'équipage du NCSM PROTECTEUR, après qu'un incendie en mer se soit déclaré sur le navire et qu'on l'eût remorqué à Pearl Harbor.

EN VEDETTE



Le gymnase du camp Phoenix, à Kaboul

Ces services sont financés par le gouvernement du Canada et offerts par le Personnel des fonds non publics, Forces canadiennes, au moyen de la diversification des modes de prestation de services.

3.3 Programmes et services uniques

3.3.1 Loisirs communautaires

Que cela soit dans la base la plus importante ou dans la plus petite escadre, les services des loisirs des PSP de tout le pays travaillent ensemble pour réaliser leur mandat, qui est d'améliorer la santé et le bien-être, de contribuer au succès opérationnel et d'offrir des activités de loisir sécuritaires et agréables à l'ensemble de la communauté.

Nombre de clubs de loisirs actifs : 285

Nombre de programmes de loisirs avec instructeur : 5 837

Nombre de participants inscrits aux programmes de loisirs avec instructeur : 61 826

Nombre d'événements spéciaux : 219

Nombre de clients des services des loisirs : 98 813

En 2013, les clients des activités communautaires de loisirs des FAC ont dépensé plus de 7,8 M\$ pour leurs activités organisées récréatives et de loisirs.

Programme HIGH FIVE

HIGH FIVE est la seule norme globale de qualité du Canada qui s'applique aux sports et aux loisirs pour enfants et qui défend le principe du développement d'enfants sains qui, selon des recherches, est essentiel pour des programmes de qualité.

L'approche unique et exclusive de HIGH FIVE repose sur un cadre de qualité qui consiste :

- à former et perfectionner le personnel;
- à évaluer les programmes;
- à établir des politiques et procédures pour gérer les risques;
- à faire connaître des programmes de grande qualité aux enfants.

HIGH FIVE procure aux SBMFC une approche fondée sur des éléments probants qui offre des expériences de qualité aux enfants et leur donne les moyens d'exceller dans la vie.

Les PSP ont augmenté de 10 p. 100 le nombre de leurs employés ayant reçu la formation HIGH FIVE en 2013-2014 et compte maintenant 245 employés des loisirs nouvellement formés. Les PSP ont aussi accru de 12 p. 100 le nombre de leurs évaluations de programme. La note moyenne nationale pour les programmes des PSP en 2013 était de 88 p. 100, soit la même note que celle attribuée aux autres fournisseurs de services récréatifs, comme les municipalités.

Un esprit sain pour des enfants en santé

En 2013-2014, le Fonds Appuyons nos troupes a versé 70 000 \$ afin de couvrir une partie du coût du programme de formation Un esprit sain pour des enfants en santé. Cette nouvelle formation présente des stratégies d'engagement pour cultiver la résilience chez les enfants et offre un aperçu des sentiments de détresse ou des troubles de santé mentale les plus communs qui peuvent affecter les enfants. Ce financement a permis aux PSP de former environ 485 responsables d'activités récréatives de première ligne.

Mois des loisirs

Juin 2013 a marqué la cinquième campagne annuelle du Mois des loisirs organisée par les Services de loisirs nationaux des PSP. Cette campagne a essentiellement visé à sensibiliser la communauté des FAC à l'importance du rôle que les programmes de loisirs jouent dans l'efficacité opérationnelle et dans la création de familles de militaires fortes.

Grâce à l'appui généreux de commanditaires du secteur privé, les SBMFC ont organisé un fabuleux concours incitant l'ensemble de la communauté à participer aux programmes de loisirs. Le Capc Todd Bacon et sa famille ont gagné notre concours « Juin est le Mois des loisirs », et ont passé de trépidantes vacances hivernales dans la belle région de Kananaskis, en Alberta, au début mars 2014. Pendant leur séjour, ils ont dévalé les pentes de la station du Mont Nakiska et du Lake Louise Ski Resort. En 2012, 8 742 membres de la communauté des FAC avaient participé à la campagne « Juin est le Mois des loisirs ». En 2013, ils étaient en tout 12 208 à avoir fait la découverte de leurs propres aventures récréatives, soit 40 p. 100 de plus que la précédente année.

Concours de photographie des FAC

Les photographes des communautés des FAC des quatre coins du pays ont révélé leurs meilleures photos de l'année dans le cadre du concours de photographie 2013 des FAC. Organisé par les Services de loisirs nationaux des PSP, en partenariat avec les Services d'imagerie du Chef du renseignement de la défense, ce concours annuel encourage les militaires actifs et retraités, les employés du MDN et des FNP et leur famille à démontrer leur créativité et à exposer leurs œuvres. Près de 400 photographes amateurs et professionnels de la communauté des FAC ont présenté environ 2 400 photographies au concours. Après la difficile tâche d'évaluer les clichés, les gagnants ont été annoncés lors d'une cérémonie tenue au Musée canadien de la guerre, à Ottawa, où le vice-chef d'état-major de la défense, porte-parole de l'événement, a remis les prix aux gagnants. Ces prix ont été généreusement commandités par des entreprises canadiennes du secteur privé et comprenaient le tirage d'un grand prix d'un voyage aller-retour avec Via Rail.

Journée du sport au Canada

En novembre 2013, les membres des FAC et leur famille de partout au Canada et dans le monde ont participé pour la première fois à une célébration nationale des sports. Présentée par ParticipACTION, Radio-Canada et Sport pur, la Journée du sport RBC a été une formidable occasion pour les militaires et leur famille de célébrer le pouvoir du sport et de profiter de tous ses bienfaits. Neuf mille membres des FAC et leur famille ont pris part aux activités étalées sur deux jours, qui comprenaient du volley-ball, du hockey sur glace et sur luge, du touch-football et des journées multisports.

Ciné-Forces

Le 6 janvier, plus de 1 400 membres de la communauté des FAC ont rompu la monotonie de l'hiver en faisant une sortie spéciale au cinéma. Les services des loisirs des PSP, en partenariat avec EOne Films, ont invité les membres de la communauté des FAC de sept villes à l'échelle du Canada à s'inscrire à un concours afin de gagner une paire de billets pour assister à la projection du film *Lone Survivor*.

Portail communautaire des FC

Pour répondre au besoin de la communauté militaire d'une présence Web cohérente des BNP dans toutes les bases et escadres des FAC, les SBMFC gèrent le Portail communautaire des FC. Le Portail se

compose d'un nombre de sites Web reliés entre eux (un dans chaque base ou escadre) dont la fonctionnalité et la structure sont identiques et qui font la promotion des activités et programmes locaux des BNP, ce qui comprend les programmes financés par des fonds publics et mis en œuvre par les BNP. Les membres des FAC et leur famille accèdent aux sites locaux au moyen d'une adresse URL nationale.

L'an dernier, le site Web a été visité plus de 3 millions de fois, avec plus de 4 millions de consultations de ses pages en tout et 1,3 million de visiteurs uniques. Les consultations du Portail communautaire ont été effectuées à partir de 212 pays. Le nombre de visiteurs continue de croître à mesure que le Portail communautaire est connu des membres de la communauté militaire.



Les clients des **activités de loisirs communautaires des FAC** ont dépensé plus de **7,8 M\$** pour leurs activités récréatives et de loisirs organisées par les BNP.



Juin 2013 a marqué la **5^e** édition annuelle du **Mois des loisirs**.



Près de **400** photographes amateurs et professionnels de la communauté militaire ont présenté près de **2 400** photographies au **concours de photographie des FAC**.

EN VEDETTE



Le Capc Todd Bacon et sa famille ont gagné notre concours « **Juin est le Mois des loisirs** », et ont passé de trépidantes vacances hivernales dans la belle région de Kananaskis, en Alberta, au début mars.



Activité d'Halloween à Edmonton



Festival d'automne à Ottawa



Activité d'accueil des familles à North Bay



Journée de la santé à Saint-Jean



Activité d'Halloween à Valcartier

Ces services sont financés par le gouvernement du Canada et offerts par le Personnel des fonds non publics, Forces canadiennes, au moyen de la diversification des modes de prestation de services.

3.3.2 Services financiers du RARM

Bien situés dans les principales bases, escadres et unités des quatre coins du pays, les Services financiers du RARM (SF RARM) ont pour mission d'améliorer la santé et la sécurité financières de la communauté militaire en offrant des solutions financières sur mesure et impartiales. Leur contribution à l'état de préparation et à l'efficacité opérationnelle générale des FAC est possible grâce à l'amélioration des programmes, produits et services ci-après.

Contributions financières à la communauté militaire

Fidèles à leur mandat, les SF RARM redistribuent leurs profits à la communauté des FAC au moyen de contributions annuelles à plusieurs fonds et programmes de soutien qui s'adressent exclusivement aux militaires et visent en particulier les programmes et services de bien-être et de maintien du moral. En 2013-2014, les SF RARM ont contribué pour près de 3,3 M\$. Depuis 2002, le montant total des contributions a dépassé 56 M\$.

Cette année, les SF RARM ont célébré leur 10^e anniversaire en tant que parrain unique du Programme de reconnaissance des bénévoles (PRB). Depuis la mise en œuvre du PRB, le RARM a contribué pour près de 1 M\$ à l'organisation de plus de 500 activités visant à reconnaître l'apport de nos quelque 50 000 bénévoles. En soulignant le dévouement des bénévoles, nous témoignons notre sincère reconnaissance envers des personnes et des groupes qui œuvrent à l'échelle locale.

Service standardisé

Au fil des ans, les SF RARM ont atteint une standardisation unique de leurs procédures et de la prestation de leurs services, afin que tous les membres des FAC et leur famille puissent bénéficier du même niveau de service partout au Canada. Les membres de la communauté ont ainsi l'assurance de voir leurs dossiers les suivre d'une affectation à l'autre, sans interruption et sans qu'ils aient à faire une nouvelle inscription ou à effectuer de longues démarches administratives, ce qui améliore leur bien-être financier tout en leur procurant la tranquillité d'esprit.

Planification financière

La gestion des finances personnelles, les REER, les CELI, la planification fiscale, la planification de la libération/transition et les produits de placement (par l'intermédiaire de FundEX Investments Inc.) figurent parmi l'éventail des services financiers offerts par les planificateurs financiers certifiés des SF RARM. C'est ainsi que 7 344 clients ont confié aux SF RARM la gestion de placements totalisant 292,8 M\$. Également, grâce à leur appui du Régime d'épargne-retraite collectif des FC « autogéré » en ligne, les SF RARM ont retenu 3 421 clients ayant des actifs investis de plus de 137,9 M\$.

Les SF RARM prennent aussi très à cœur leur rôle d'éducateur financier, comme en atteste leur participation conjointe aux efforts de l'Agence de la consommation en matière financière du Canada (ACFC), en novembre. En offrant ainsi cette collaboration, les SF RARM ont pris part aux campagnes du Mois de la littératie financière (MLF) et de la Semaine de la planification financière, et ce, en organisant une série de kiosques et de déjeuners-causeries sur des questions financières dans les principales bases, escadres et unités du Canada.

Le but poursuivi était de faire connaître et souligner l'importance de la littératie financière au sein de notre communauté des FAC en offrant programmes, ressources, renseignements et services pour aider les membres à comprendre et à gérer leurs finances personnelles, ce qui leur donne davantage les moyens d'assurer leur prospérité financière. Tous les membres du personnel des FAC et leur famille sont

encouragés à participer à ces activités, à prendre conscience de l'importance de la planification financière et à acquérir les connaissances dont ils auront besoin pour atteindre leurs objectifs financiers.



Près de **3,3 M\$** de profits des SF RARM ont été retournés dans la communauté militaire en 2013-2014.



7 344 clients ont fait confiance aux SF RARM en leur confiant des **placements** totalisant **292,8 M\$**.



En février 2014, les SF RARM ont adopté les médias sociaux en lançant leur page

Facebook : www.facebook.com/sisip.rarm

EN VEDETTE



Activité de lancement de la Semaine de la planification financière et du Mois de la littératie financière, le 18 novembre 2013, au centre commercial de CANEX, à la BFC Borden.



Des tirages de prix ont eu lieu à chacun de nos emplacements des SF RARM, y compris celui-ci dans le hall du mess de Petawawa.

Ces services sont financés par les Biens non publics et offerts par le Personnel des fonds non publics, Forces canadiennes.

3.3.3 Mess et clubs militaires

Tout au long de l'histoire du Canada, les FAC ont utilisé les mess, qui s'inscrivent dans une riche tradition militaire, comme des lieux de rencontre favorisant l'esprit de corps et de fraternité qui sont essentiels à des forces armées efficaces et professionnelles. Les mess permettent à des militaires de tous grades de connaître de façon plus personnelle leurs pairs et subalternes et de tisser des liens d'amitié et de meilleures relations de travail grâce à une atmosphère de franche camaraderie.

Un mess est une installation qui permet à l'organisation de disposer de l'espace nécessaire pour ses activités; il peut comprendre un carré des officiers ou une salle à manger, un bar ou un foyer, un salon, une salle de conférence, une salle de jeux, une salle de télévision, un café Internet et d'autres pièces communes.

En utilisant les cotisations de leurs membres et les recettes de leur service de bar, les mess organisent, pour leurs membres, des activités telles que des réceptions officielles et plusieurs types d'activités de divertissement. Toutes les opérations courantes des mess sont automatisées à l'aide de logiciels intégrés. Plusieurs mess utilisent des systèmes élaborés de points de vente dans leurs activités de service de bar.



Plus de **380** mess ont reçu des fonds des BNP pour financer leurs activités de divertissement, leur service de bar et leurs événements spéciaux.



Aujourd'hui encore, les mess conservent un rôle fonctionnel de club social et de restauration et sont au cœur de la **vie sociale** des bases, des escadres, des unités et des navires.



Les membres peuvent organiser une **réception privée** à leur mess lorsqu'il est disponible.

EN VEDETTE



La salle « Château » du mess des officiers de Moose Jaw



Le mess « Normandy » de la BFC Petawawa

Ces services sont financés par le gouvernement du Canada et offerts par le Personnel des fonds non publics, Forces canadiennes, au moyen de la diversification des modes de prestation de services.

3.3.4 Journaux des FAC

Plus de 250 000 lecteurs dans 17 régions comptent sur les journaux des FAC pour s'informer des opérations locales, des programmes de bien-être et de maintien du moral et de l'ensemble de la communauté. Nos journaux sont la source locale de renseignements. Ensemble, leur diffusion atteint au total 85 000 exemplaires par numéro. Le personnel des journaux organise également d'autres activités de bien-être et de maintien du moral, qui vont des concours de dessin pour les enfants à la publication de guides de bienvenue dans les communautés.

Plusieurs journaux des FAC ont été reconnus par leurs pairs lors de la remise des prix 2013 de la Canadian Community Newspaper Association. Dans la catégorie « Meilleur journal des FAC », c'est le bimensuel *Adsum* de Valcartier qui a remporté la palme, suivi du *Shilo Stag* de la BFC Shilo puis, en troisième place, du journal *Lookout* de la BFC Esquimalt. Il vaut de mentionner que le *Shilo Stag* a également remporté une deuxième place dans deux catégories générales des journaux communautaires, soit celle de la meilleure photo vedette et celle du meilleur photoreportage. Quant au *Lookout*, il a aussi remporté la deuxième place dans la catégorie générale du meilleur article vedette.



Le journal ***Shilo Stag*** a remporté la 2^e place des **Meilleurs journaux des FAC** ainsi que deux autres prix de photo dans les catégories générales.



Plus de **250 000** lecteurs dans **17** communautés comptent sur les journaux des FAC.



Collectivement, les journaux des FAC affichent un **tirage** de **85 000** exemplaires par numéro.

EN VEDETTE



Le *Shilo Stag*, gagnant du 2^e prix des Meilleurs journaux canadiens

La première page du numéro d'août du *Shilo Stag* qui a été jugée dans la catégorie générale des journaux des FAC et des photos du rédacteur en chef (Jules Xavier) et de l'adjointe à la production (Jillian Driessen) au travail à la base.

Ces services sont financés par les Biens non publics et offerts par le Personnel des fonds non publics, Forces canadiennes.

3.3.5 Musées des FAC

La Direction – Histoire et patrimoine fournit, administre et maintient le système et les politiques des musées accrédités des FAC pour ces dernières.

Chaque musée officiel des FAC (ainsi que la collection historique non accréditée de l'unité ou de la base) est une institution indépendante autofinancée qui n'est pas administrée par les BNP et qui fonctionne sous l'autorité et la direction du commandant qui la soutient.

Les musées des FAC préservent et interprètent le patrimoine militaire canadien afin de renforcer le sentiment d'appartenance et l'esprit de corps au sein des FAC.



Il y a **70** musées des FAC d'un bout à l'autre du pays.

EN VEDETTE



Le Musée de la BFC Esquimalt



Le Musée de l'électronique et des communications militaires à la BFC Kingston

Ces services sont financés et offerts par le gouvernement du Canada.

3.3.6 Activités d'intérêt particulier

Les bases et escadres des FAC exploitent des terrains de golf, des pistes de curling, des marinas et des clubs d'équitation partout au pays. Ces installations offrent des programmes de bien-être et de maintien du moral à notre communauté pour les participants de tous niveaux. Les activités d'intérêt particulier favorisent le mieux-être mental et physique.

Le sport du curling favorise l'esprit communautaire au moyen de divers programmes et activités, dont des ligues pour hommes et pour femmes, des programmes pour novices, des séances de perfectionnement pour joueurs de compétition et divers bonspiels et funspiels (parties pour s'amuser). De la même façon, le golf, un sport que l'on peut pratiquer toute sa vie, comporte une dimension de participation familiale et communautaire. Parmi les programmes offerts dans ce sport, mentionnons le golf pour les jeunes, des ligues pour hommes et pour femmes, Préparez-vous au golf, Tee It Forward, J'amène un enfant au terrain de golf, Premiers élans et First Tee. Les SBMFC continuent de chercher à établir des partenariats dans le domaine du golf, par exemple avec PGA Tour Canada, afin d'offrir à notre communauté des occasions uniques de participer.

EN VEDETTE



Club de chasse à la BFC Borden



Terrain de camping Black Bear à la BFC Petawawa



Club nautique de Shearwater à la BFC Halifax



Club de curling à la BFC Halifax

Ces services sont financés par les Biens non publics et offerts par le Personnel des fonds non publics, Forces canadiennes.

3.3.7 Programme de sports des FAC

Le [programme de sports des FAC](#) joue un rôle de premier plan dans la promotion de la bonne condition physique et de la santé au sein de la communauté militaire. Les sports incitent les membres des FAC à améliorer leur condition physique, à perfectionner leurs qualités de chef et à accroître leur discipline personnelle. Les sports favorisent aussi l'esprit d'équipe, la loyauté et l'engagement. Les BNP ont contribué au perfectionnement continu d'officiels, d'entraîneurs et de soigneurs d'athlètes. Les BNP ont aussi aidé les FAC à récompenser le travail soutenu de leurs athlètes au moyen de médailles de championnat, de trophées et de la Cérémonie annuelle du mérite sportif des Forces armées canadiennes.

Le programme de sports des Forces canadiennes comporte deux principaux sous-groupes : les programmes intra-muros et extra-muros. Dans chaque base, escadre et unité, des athlètes de tout calibre participent à des compétitions intra-muros (entre sections ou entre unités) locales. Les compétitions extra-muros comprennent les compétitions entre bases et les compétitions régionales, nationales et internationales des Forces canadiennes.

Les bases des FAC se font la lutte dans cinq régions géographiques pour déterminer qui participera aux championnats nationaux des Forces canadiennes. Actuellement, les championnats nationaux comprennent des compétitions dans les sports suivants : le badminton, le hockey-balle, le basketball, le golf, le hockey (masculin, féminin et vétérans), la course, la balle lente (hommes et femmes), le soccer (masculin et féminin), le squash, la natation, le taekwondo, le triathlon et le volley-ball (masculin et féminin).

Les PSP sont responsables de l'exécution et du soutien du programme de sports des FAC en fournissant du financement, des installations, des entraîneurs, des arbitres, des soigneurs et des membres de leur personnel des PSP.

Le programme de sports nationaux

Le programme de sports nationaux des FAC a remporté beaucoup de succès, avec des effectifs complets dans toutes les compétitions en équipes et une participation maximale aux événements individuels, comme le badminton, le squash, la course et le golf. Outre les trophées des championnats, on a aussi décerné le Prix du meilleur esprit sportif et le Prix du dévouement aux sports des FAC. Ce dernier prix est l'un des plus prestigieux qui soient remis aux championnats nationaux des FAC. Il est décerné à un athlète, un entraîneur, un soigneur ou un officiel qui a le mieux illustré les qualités de dévouement et de soutien au programme des sports nationaux des FAC durant sa carrière au sein des Forces, en faisant la promotion des sports et en faisant preuve d'engagement envers la communauté.

	CHAMPIONNATS NATIONAUX DES FAC DE 2013	PRIX DU DÉVOUEMENT AUX SPORTS DES FAC
Badminton	Région du Québec	Lcol Richard Poirier
Hockey-balle	3 ^e Escadre Bagotville	Adj Andy Tufford
Basketball	BFC Halifax	Capt Lee Wendland
Golf	Capt Wayne O'Donnell Sgt Lisa Rowe	Capt Tim Aldridge
Hockey masculin	BFC Valcartier	Maj Ron Stakes
Hockey des vétérans	12 ^e Escadre Shearwater	M 1 Mike Lunn
Hockey féminin	BFC Kingston	Adjuc Tom Hennessey
Course		Capt Georgette Mink
5 km	Maj Joseph Boland Capt Georgette Mink	
10 km	Sdt Alexandre Boulé Maj Julie Belanger	
Demi-marathon	Mat 1 Johnathan Gendron Mat 1 Emily Hamilton	
Marathon	Slt Richard Hayes Cplc Kathleen Beaudry	
Balle lente masculine	BFC Gagetown	Cpl Dino Chouinard
Balle lente féminine	BFC Valcartier	
Soccer masculin	BFC Gagetown	Maj Stefan Szkwarek
Soccer féminin	Équipe des étoiles de l'Atlantique	M. Frank Onasanya
Squash (en équipe)	Région de l'Atlantique	Cplc Brian Reid
Natation (en équipe)	Région des Prairies	Sgt Wanda Burton
Taekwondo		Capt John Kim
Triathlon (en équipe)	Région du Québec	Capc Jason Lawton
Volley-ball masculin	USFC (Ottawa)	M. Peter Hillier
Volley-ball féminin	BFC Halifax	Adj Richard Amos



Les bases des FAC
compétitionnent dans

5 régions pour déterminer qui
participera aux **championnats
nationaux des Forces
canadiennes**.



Actuellement, les **championnats
nationaux** comprennent

13 disciplines.



Le **CISM** est une organisation
internationale de sports

militaires dont **133** pays
sont membres.

EN VEDETTE



Le major Boland, médaillé d'argent aux championnats World Masters Athletics à Porto Alegre, Brésil



Championnats nationaux de triathlon des FAC – Êtes-vous prêt?



Cérémonie du mérite sportif

Équipe de l'année (sports collectifs) – Équipe masculine de volley-ball de l'USFC (Ottawa), VCEMD

Ces services sont financés par le gouvernement du Canada et offerts par le Personnel des fonds non publics, Forces canadiennes, au moyen de la diversification des modes de prestation de services.

3.3.8 Programmes de conditionnement physique et de promotion de la santé

La Direction du conditionnement physique des PSP met en œuvre le programme FORCE

Cette année a été particulièrement chargée pour la Direction du conditionnement physique des PSP et son personnel responsable du conditionnement physique dans les bases et escadres, avec l'instauration de la nouvelle approche en matière de conditionnement physique aux FAC, le programme FORCE. Ce nouveau programme comporte deux grands volets, soit l'évaluation de la forme physique, appelée l'évaluation FORCE, et la prescription d'exercices FORCE, qui est le programme d'entraînement opérationnel sur le site www.cphysd.ca, que plus de 23 000 membres utilisent déjà.

La mise en œuvre du programme FORCE a véritablement été un travail d'équipe. Sur une période de 12 mois, tous les membres du personnel des FAC étaient tenus (à moins d'avoir une dispense médicale) de se soumettre à l'évaluation FORCE. En 2013-2014, les membres du personnel de conditionnement physique des PSP ont administré au-delà de 67 000 évaluations et étaient sur la bonne voie pour atteindre les objectifs des FAC. Bien que les programmes de conditionnement physique des FAC soient financés publiquement, le personnel du QG SBMFC a joué des rôles de soutien dans les efforts de mise en œuvre de cphysd.ca, en fournissant des services tels que la traduction et les communications.

Le programme FORCE est bien placé pour réussir, avec une DOAD révisée et un site mobile www.cphysd.ca attendu pour 2014.



Plus de **23 000** membres se sont joints à cphysd.ca.



En 2013-2014, le personnel de conditionnement physique des PSP a administré au-delà de **67 000** évaluations.



La **version mobile du site cphysd.ca** devrait voir le jour vers la fin **2014**.

EN VEDETTE



Le programme FORCE



cphysd.ca
Interface réactive et site mobile attendus pour 2014.

Ces services sont financés par le gouvernement du Canada et offerts par le Personnel des fonds non publics, Forces canadiennes, au moyen de la diversification des modes de prestation de services.

3.3.9 Services aux familles des militaires

La Division des services aux familles des militaires est dotée d'une équipe d'employés des FNP qui fournissent tout un éventail de services aux familles des militaires. Le Programme des services aux familles des militaires est financé à même des fonds publics et est exécuté par des centres de ressources pour les familles de militaires sans but lucratif dans les bases et escadres à l'échelle du pays. Pour soutenir ce programme financé publiquement, les employés des FNP de la Division des services aux familles des militaires



fournissent un soutien aux politiques et à la gestion de programmes, aident à dispenser de la formation et fournissent aussi plusieurs programmes nationaux des BNP qui sont conçus pour aider les familles à surmonter les difficultés particulières qui se rattachent au style de vie militaire.

Ligne d'information pour les familles – 1-800-866-4546

En 2013, nous avons investi dans l'expansion des services directs aux familles en rendant disponible 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7 la ligne d'information pour les familles. Ce service de renseignements, qui est profondément ancré dans le soutien donné aux familles de militaires, s'appuie sur le service initial de la Ligne d'information sur les missions qui a été créé en 1992. Les familles qui utilisent la Ligne d'information pour les familles en composant le 1-800-866-4546 peuvent parler directement à des conseillers professionnellement formés qui peuvent leur prodiguer des conseils sur le court terme, les adresser à leurs centres locaux de ressources pour les familles de militaires ou à d'autres services communautaires, ou encore les renseigner sur les politiques et procédures des FAC.

La Ligne d'information pour les familles a offert un soutien à 1 277 appelants et clients en ligne en 2013. Le coordonnateur de la Ligne d'information pour les familles s'est aussi rendu dans des bases et des escadres pour tenir 32 séances d'information destinées aux familles et au personnel des Forces armées canadiennes au sujet des services offerts par la Ligne d'information pour les familles.

Forcedelafamille.ca — un site Web pour et au sujet des familles de militaires canadiens

En tant que porte d'entrée débouchant sur chaque centre de ressources pour les familles de militaires (CRFM), le site forcedelafamille est une ressource clé pour la communauté militaire canadienne. Outre des renseignements précis destinés aux communautés locales, le site Web livre une information nationale qui est pertinente pour toutes les familles. En 2013, il a été consulté 387 294 fois, avec un total de 1 255 897 pages consultées et de 242 253 visiteurs uniques. Il s'agit d'une augmentation de 18,06 p. 100 du nombre total de visites par rapport à l'année précédente, ce qui démontre qu'aujourd'hui plus que jamais les familles accèdent à de l'information en ligne pour se renseigner sur les services qui leur sont offerts. Les consultations du site forcedelafamille ont été effectuées à partir de 193 pays et de 6 410 localités.

Inter-Comm — Une formation à la gestion des conflits pour les familles

Créée en 2012, l'initiative Inter-Comm fait prendre conscience des répercussions que les conflits familiaux ou communautaires peuvent avoir sur le milieu de travail et, par conséquent, sur l'efficacité des missions, et fait acquérir aux membres des familles des compétences à cet égard. Cette initiative a

été conçue sur le modèle de la formation du formateur, et le personnel des centres de ressources pour les familles de militaires et de la promotion de la santé des PSP a commencé à suivre des séances de formation dispensées en mai 2012 par des spécialistes du règlement alternatif des différends, lesquels ont tenu depuis une quinzaine de séances à l'intention de plus de 100 familles, dans 12 emplacements.

Les familles des militaires à l'avant-plan

Les familles militaires à l'avant-plan a été une conférence de renforcement communautaire dynamique et excitante coanimée par l'Institut Vanier de la famille et la Division des services aux familles des militaires en mars 2013. La conférence a rassemblé la communauté des familles de militaires et des professionnels des services communautaires, qui se sont attachés à procurer aux professionnels et organisations communautaires une meilleure compréhension des aspects uniques de la vie militaire.

La Division des services aux familles des militaires a invité des chefs de file influents des domaines des soins de santé, de la santé mentale, de l'éducation, des services communautaires et des services sociaux, de même que des professionnels tels que des médecins de famille, des pédiatres, des premiers intervenants, des gestionnaires de salle d'urgence, du personnel infirmier en traitement de la santé mentale, des travailleurs sociaux, des enseignants, des éducateurs de la petite enfance, des conseillers en orientation et des fournisseurs d'aide aux employés, ainsi que bien d'autres, à participer et à travailler ensemble à une meilleure compréhension de ces enjeux.

La Division des services aux familles des militaires a profité de l'occasion pour ouvrir un dialogue avec la Société canadienne de pédiatrie, la Fédération canadienne des services de garde à l'enfance et d'autres organisations canadiennes d'importance afin de déterminer comment nous pourrions travailler ensemble pour offrir un soutien aux familles de militaires en ce qui concerne les soins de santé et la garde d'enfants.

Renforcer la résilience — Une formation à l'intention des fournisseurs de soins de santé mentale

En mars 2013, la Division des services aux familles des militaires a organisé la troisième séance annuelle de formation à l'intention des fournisseurs de soins de santé mentale des centres de ressources pour les familles de militaires. Plus de 150 participants se sont réunis à Cornwall (Ontario) pour une semaine complète de formation, de partage et d'apprentissage. Des directeurs généraux, des officiers de liaison avec les familles, des membres du personnel des CRMF, des travailleurs en santé mentale, des officiers désignés ainsi que des représentants de la chaîne de commandement, du Directeur - Gestion du soutien aux blessés et d'Anciens combattants Canada, des fournisseurs de soins de santé mentale civils et des familles de membres des FC décédés ont participé à cette séance de formation. La séance de formation destinée aux fournisseurs de soins de santé mentale a une fois de plus illustré l'engagement des FAC qui vise à appuyer les familles ayant des besoins en matière de santé mentale.



L'équipe de la **Ligne d'information pour les familles** a offert un soutien à

1 277 appelants et clients en ligne en 2013.



Les consultations du site **forcedelafamille** ont été effectuées à partir de

193 pays et de **6 410** localités.



15 séances de **formation sur la gestion des conflits** ont été dispensées à plus de

100 familles, dans 12 lieux.

Ces services sont financés par le gouvernement du Canada et offerts par le Personnel des fonds non publics, Forces canadiennes, au moyen de la diversification des modes de prestation de services.

3.3.10 Perspectives de carrière

La Division des ressources humaines offre tout un éventail de services et programmes en ressources humaines à un effectif varié de quelque 5 000 employés qui, sur les lignes de front, viennent appuyer les programmes et activités de bien-être et de maintien du moral. L'un de ces services comprend des possibilités d'emploi dans les bases, escadres et unités au Canada, aux États-Unis et outre-mer. Une partie de l'effectif est formée de membres des familles de militaires ou de personnes ayant déjà servi dans les FAC.

Nous disposons d'un effectif stable et dévoué qui se compose d'employés de longue date qui

offrent avec fierté des services de bien-être et de maintien du moral à la communauté des FAC. Des événements ont régulièrement lieu dans les bases, escadres et unités du pays pour souligner les années de service d'employés. En outre, le Prix du chef de la direction pour mérite exceptionnel est décerné chaque année pour souligner les réalisations d'employés. Nous mettons à la disposition des employés un ensemble complet de programmes qui porte notamment sur la santé et la sécurité, sur les langues officielles, sur le soutien offerts lorsqu'ils sont absents pour raisons de santé, sur l'assistance aux employés et à leur famille, sur l'aide pour frais de scolarité, sur l'apprentissage avancé ainsi que sur la rémunération, le régime de retraite et les avantages sociaux.

Pour plus de renseignements sur nos perspectives de carrière, visitez la page **Carrières** de notre site Web ou contactez-nous à recruiting@cfmws.com.

NOMBRE D'EMPLOYÉS DES FNP PAR BASE



Plus de **5 000**

employés sont sur les lignes de front pour fournir les **programmes et activités des BNP.**

EN VEDETTE



Prix du chef de la direction : Nigel Summers, gestionnaire des PSP à Gander et Goose Bay

M. Summers est reconnu pour son leadership exceptionnel et sa compréhension des besoins des militaires en matière de bien-être et de maintien du moral dans les régions isolées et semi-isolées.



Prix du chef de la direction : Tina Hunt, coordonnatrice du conditionnement physique, des sports et des loisirs à St. John's

M^{me} Hunt s'est distinguée par des qualités exceptionnelles de leader grâce auxquelles elle a toujours su transformer des obstacles à surmonter en occasions à saisir. Elle a amélioré les ressources habilitantes visant à contribuer au bien-être, à la santé et à la condition physique des membres de la BFC St. John's.

4.0 Gouvernance

4.1 Membres du conseil des BNP

Le conseil des BNP* assure la direction stratégique générale de toutes les activités associées aux fonds non publics. Le conseil assure la surveillance de l'administration financière des activités des BNP, approuve les politiques régissant les activités des BNP et établit les politiques d'orientation du Fonds central des Forces canadiennes.

PRÉSIDENT

Général Tom Lawson Chef d'état-major de la défense

MEMBRES

Lieutenant-général Guy Thibault	Vice-chef d'état-major de la défense
Vice-amiral Mark Norman	Commandant de la Marine royale canadienne
Lieutenant-général Marquis Hainse	Commandant de l'Armée canadienne
Lieutenant-général Yvan Blondin	Commandant de l'Aviation royale canadienne
Major-général David Millar	Chef du personnel militaire
Major-général Robert Bertrand	Représentant du sous-ministre adjoint (Finances et Services du Ministère)
Contre-amiral Jennifer Bennett	Chef – Réserve et cadets
Adjudant-chef Kevin West	Adjudant-chef des Forces canadiennes
Contre-amiral Bryn Weadon (ret)	Membre retraité des Forces canadiennes

PARTICIPANTS PERMANENTS

M. Amipal Manchanda	Chef – Service d'examen
Major-général Blaise Cathcart	Juge-avocat général
Commodore Mark Watson	Directeur général des Biens non publics

MEMBRES D'OFFICE

Premier maître de 1 ^{re} classe Geoffrey Mctigue	Vice-chef d'état-major de la défense – Adjudant-chef du commandement
Premier maître de 1 ^{re} classe Tom Riefesel	Chef d'état-major de la Marine – Premier maître du commandement
Adjudant-chef Michael Hornbrook	Chef d'état-major de l'Armée -- Adjudant-chef du commandement
Adjudant-chef Patrick Young	Chef d'état-major de la Force aérienne - Adjudant-chef du commandement
Adjudant-chef Pierre Marchand	Chef du personnel militaire - Adjudant-chef du commandement
Adjudant-chef Howard Dunbar	Chef – Réserve et cadets - Adjudant-chef

SECRÉTAIRE

Steven R. Fash Chef d'état-major
Services de bien-être et moral des Forces canadiennes

*La composition du conseil des BNP a évolué au cours de l'exercice et est susceptible de changer à nouveau

4.2 Aperçu des comités des BNP

Comité de placements

Ce comité surveille le portefeuille de placements du Fonds central des Forces canadiennes (FCFC) et du fonds distinct des SF RARM et donne des avis au sujet de la politique de placement et du rendement des placements. Le comité se réunit habituellement chaque trimestre. Sa composition durant l'exercice était la suivante :

PRÉSIDENT

D. Langton DGSBM associé

MEMBRES

L. Mohr	Vice-président supérieur des services commerciaux
S. Tang-Jassemi	Chef des services financiers
B. Vanden Bygaart	Membre externe
M. St-Jean	Membre externe

SECRÉTAIRE

R. Hart

Comité du régime de retraite

Ce comité est responsable de la gouvernance et des décisions de placement concernant le régime de retraite du Personnel des fonds non publics, Forces canadiennes. Sa composition durant l'exercice était la suivante :

PRÉSIDENT

D. Langton DGSBM associé

MEMBRES

G. Champagne	Vice-présidente des ressources humaines
L. Mohr	Vice-président supérieur des services commerciaux
S. Tang-Jassemi	Chef des services financiers
B. Pickard	Chef des services de l'information
E.-L. Flynn	
D. Latulippe	
J. Daoust	

SECRÉTAIRE DE DIRECTION

J. Gibson

Comité de la vérification

Le Chef – Service d’examen relève du chef d’état-major de la défense en ce qui concerne la vérification et l’évaluation des programmes, des activités et des états financiers des BNP. Le comité de la vérification des BNP assume des fonctions de gestion des risques, de contrôle et de responsabilisation des BNP. Il a aussi le pouvoir d’ordonner la vérification de toute activité des BNP, au besoin. Sa composition durant l’exercice était la suivante :

PRÉSIDENT

M. Jeffery

MEMBRES

K. Pennie

J.R. Sellar

Adjuc M. Dion (avant février 2014)

Adjuc M. Martel (depuis février 2014)

MEMBRES D’OFFICE

G. Jarvis

A. Manchanda

Cmdre M.B. Watson

Comité exécutif du Fonds Appuyons nos troupes

Le comité exécutif du Fonds Appuyons nos troupes conseille et guide le chef d’état-major de la défense et le directeur général – Services de bien-être et moral afin d’élaborer des stratégies liées au financement et à la durabilité du Fonds, d’appuyer l’établissement de partenariats stratégiques clés et d’évaluer les propositions de financement présentées par des tiers.

La composition actuelle du comité exécutif, présidé par le directeur général – Services de bien-être et moral, est la suivante :

M. John de Hooge, chef du service d’incendie de la Ville d’Ottawa, qui joue un rôle actif dans sa communauté en siégeant à divers conseils et comités;

M^{me} Gaynor Jackson, directrice générale du Centre de ressources pour les familles des militaires à la BFC Esquimalt, qui a une grande expérience de la prestation du soutien aux familles des militaires;

M. Max Keeping, membre de longue date du milieu canadien de la radiodiffusion et ambassadeur distingué de nombreuses organisations philanthropiques de la région métropolitaine d’Ottawa;

Lieutenant-général William Leach (retraité), qui met généreusement son temps et son expérience au service de nombreuses fondations et institutions offrant du soutien aux militaires actifs et libérés;

M. Dave Ready, conseiller en matière de marketing philanthropique et stratégique;

M. Dave Smith, philanthrope et restaurateur canadien qui a reçu de nombreuses décorations;

Contre-amiral Bryn Weadon (retraité) qui, depuis sa retraite des Forces armées canadiennes, offre des conseils d’ordre financier et logistique à plusieurs organismes bénévoles.

5.0 Initiatives de la Division des finances

Nouveau Système de gestion de l'information financière

L'actuel système d'information comptable de la Division des finances, qui existe depuis plus de 30 ans, est arrivé à la fin de son cycle de vie. Les SBMFC ont récemment fait l'acquisition d'un système d'information comptable Oracle, et la Division des finances s'emploie maintenant à implanter ce système d'ici le 1^{er} avril 2015.

Cartes de crédit des BNP

En mai 2013, on a dévoilé le système *détails en-direct*^{MD} de la Banque de Montréal, une nouvelle solution Web d'examen et de traitement des transactions par carte de crédit des BNP. Grâce à cette solution Web, les opérations de rapprochement et d'approbation sont maintenant effectuées en ligne. La solution permet aux détenteurs de carte de consulter, d'examiner et d'assigner un code financier aux transactions, lequel générera automatiquement un rapport à soumettre à l'approbation des gestionnaires.

Toujours en 2013, les SBMFC ont conclu une entente de partenariat avec American Express® pour fournir une carte de voyages individuelle aux employés du Personnel des fonds non publics, Forces canadiennes qui voyagent pour le compte des BNP. Cette carte de voyages a pour objet de couvrir les dépenses liées au service temporaire, comme l'hébergement dans des établissements commerciaux, la location de véhicules, les frais de transport et les repas.

Réservations pour les voyages effectués pour le compte des BNP

En février 2014, les SBMFC sont passés à un contrat unique des BNP avec AMEX pour obtenir des services de réservation de voyages par avion et par train ainsi que des services de réservation d'hôtel et de location de voiture pour les voyages d'affaires. Les données de facturation et l'information de gestion seront maintenant directement communiquées aux SBMFC, ce qui permettra d'exercer un plus grand contrôle et une meilleure surveillance du processus des réservations pour les voyages.

Programme d'assurance consolidé des BNP

Au cours des dernières années, la dette contractée auprès des BNP par les militaires en service qui sont décédés pendant leur service militaire actif a été radiée dans le cadre du programme d'assurance consolidé des BNP. Les dettes auprès des BNP peuvent comprendre le plan de crédit de CANEX, les cotisations dues au mess, les adhésions au club de golf, les adhésions au club de curling, la petite caisse, la CAPFC et toute autre dette envers les BNP. Le montant total radié en 2013-2014 était de 32 752 \$.

Relevés électroniques

Depuis le lancement du relevé de compte consolidé des Fonds non publics, en novembre 2011, environ 47 400 relevés mensuels ont été produits électroniquement, ce qui améliore de beaucoup l'expérience des clients des BNP.

6.0 Sommaire financier

SANTÉ FINANCIÈRE (en milliers de dollars)

POINTS SAILLANTS

CANEX

	Au 31 mars 2014	Au 31 mars 2013		AF 2013-2014	AF 2012-2013
Actif	86 800	81 496	Ventes	130 118	132 187
Passif	32 375	31 051	Bénéfice d'exploitation	3 551	2 945
Valeur nette	54 425	50 445	Contribution au FCFC et redevances	3 782	3 707
			Bénéfice (perte) net	(231)	(762)

FONDS CENTRAL DES FORCES CANADIENNES

	Au 31 mars 2014	Au 31 mars 2013		AF 2013-2014	AF 2012-2013
Actif	284 945	271 151	Revenus	21 731	13 758
Passif	158 337	147 556	Frais d'exploitation	18 717	15 473
Valeur nette	126 608	123 595	Bénéfice (perte) net	3 014	(1 715)

SERVICES DE BIEN-ÊTRE ET MORAL DES FORCES CANADIENNES

	Au 31 mars 2014	Au 31 mars 2013		AF 2013-2014	AF 2012-2013
Actif	10 991	20 444	Revenus	18 555	18 955
Passif	13 710	16 630	Frais d'exploitation	18 800	18 771
Valeur nette	(2 719)	3 814	Bénéfice (perte) net	(245)	184

CAISSE D'ASSISTANCE AU PERSONNEL DES FORCES CANADIENNES

	Au 31 décembre 2013	Au 31 décembre 2012		AF 2013	AF 2012
Actif	16 789	16 604	Revenus	979	986
Passif	32	43	Frais d'exploitation	783	957
Valeur nette	16 757	16 561	Bénéfice (perte) net	196	29

SERVICES FINANCIERS DU RARM

	Au 31 décembre 2013	Au 31 décembre 2012		AF 2013	AF 2012
Actif (fonds distincts)	375 937	315 982	Revenus	102 966	90 456
Passif	3 509	3 496	Frais d'exploitation	40 153	54 562
Valeur nette	372 422	312 486	Contribution to CFCC	3 150	3 450
			Bénéfice (perte) net	59 663	32 444

FONS DES BASES / ESCADRES / UNITÉS

	Au 31 mars 2014	Au 31 mars 2013		AF 2013-2014	AF 2012-2013
Actif	117 069	115 295	Revenus	78 372	78 512
Passif	31 259	36 668	Frais d'exploitation	72 107	72 952
Valeur nette	85 810	78 627	Bénéfice (perte) net	6 265	5 560

MESS DES FORCES CANADIENNES

	Au 31 mars 2014	Au 31 mars 2013		AF 2013-2014	AF 2012-2013
Actif	27 294	26 639	Revenus	32 351	31 699
Passif	1 723	1 866	Frais d'exploitation	31 397	30 800
Valeur nette	25 571	24 773	Bénéfice (perte) net	954	899

UNITÉS DE LA RÉSERVE

	Au 31 mars 2014	Au 31 mars 2013		AF 2013-2014	AF 2012-2013
Actif	2 523	2 186	Revenus	1 639	1 556
Passif	487	461	Frais d'exploitation	1 430	1 463
Valeur nette	2 036	1 725	Bénéfice (perte) net	209	93

Note : Les données figurant dans le Sommaire financier ci-dessus feront l'objet d'une vérification. Ils seront modifiés dès que nous obtiendrons les données vérifiées.