



FAÇONNONS NOTRE AVENIR ENSEMBLE

RAPPORT ANNUEL DES SBMFC 2017-2018

TABLE DES MATIÈRES

Message de la direction	1
Plan stratégique de 2017-2020 en bref.....	6
Objectif stratégique n° 1 Concevoir et offrir les meilleurs programmes et services dans leur catégorie	14
Objectif stratégique n° 2 Mettre en place une stratégie durable en matière de gestion des risques associés aux ressources	24
Objectif stratégique n° 3 Renforcer la capacité et la crédibilité des SBMFC en tant que fournisseur de choix de services de bien-être et de maintien du moral	29

Objectif stratégique n° 4	
Acquérir, perfectionner, maintenir en poste et gérer les talents efficacement.	35
Démographie du Personnel des fonds non publics, Forces canadiennes	40
Où nous trouver	43



MESSAGE DE LA DIRECTION



Dans le vestiaire des Canadiens, Geoff Molson et Réjean Houle présentent au Cmdre Cantelon et au PM 1 Simpson un chandail mis aux enchères, qui a permis de recueillir 13 340 \$ pour Appuyons nos troupes.



Les Services de bien-être et moral des Forces canadiennes (SBMFC) ont à cœur de continuellement s'améliorer. Par l'entremise de notre personnel, de nos produits et de nos programmes, nous servons la communauté des Forces armées canadiennes (FAC) et exerçons une influence positive sur la vie de nos membres – et nous nous efforçons d'améliorer davantage les services que nous leur offrons.

Prenant appui sur nos réussites passées, nous avons terminé la première année de notre Plan stratégique de 2017-2020 en mettant l'accent sur notre vocation sociale et en adaptant et en rehaussant la capacité de l'organisation de fournir des programmes et des services de bien-être et de maintien du moral à la communauté des FAC qui grandit et évolue constamment.

Je suis heureux de vous apprendre que la mise en œuvre de notre Plan stratégique de 2017-2020 a été un succès. Les réalisations suivantes donnent un aperçu de ce que nous avons accompli ensemble au cours de l'exercice 2017-2018 :

- Lancement de sites Web mobiles de pointe : SISIP.com, ReconnaissanceFC.ca, AppuyonsNosTroupes.ca, Sans-Limites.ca et BoomersLegacy.ca;
- Ouverture de notre magasin phare CANEX à Petawawa;
- Participation, dans le cadre du programme Sans limites, aux Jeux Invictus à Toronto, où se sont affrontés plus de 550 concurrents de 17 pays durant huit jours de compétitions intenses dans 12 sports adaptés;
- Contribution exceptionnelle des Programmes de soutien du personnel (PSP) à une mission de l'OTAN dirigée par les FAC en Lettonie avec l'ouverture et l'exploitation de nouvelles installations de conditionnement physique et de loisirs;
- Remise par l'Agence spatiale canadienne d'un Prix d'excellence de la fonction publique 2017 dans la catégorie Excellence en profession à la Direction du conditionnement physique (DCP);
- Célébration des 70 ans du programme Gestion de l'éducation des enfants qui appuie les besoins en matière d'éducation des enfants des militaires canadiens au pays et de ses 50 années de soutien à l'éducation d'enfants de militaires à l'étranger;
- Lancement d'un nouveau régime d'assurance maladie grave conçu pour les conjoints des membres des FAC et la communauté des vétérans.

Ce Rapport annuel présente un aperçu des grandes réalisations vers l'atteinte des objectifs précisés dans notre nouveau Plan stratégique et, surtout, vers la satisfaction des besoins des membres de la communauté des FAC. Le thème du Rapport annuel – Façonnons notre avenir ensemble – souligne le début d'une ère nouvelle de collaboration alors que nous nous efforçons d'offrir des services à valeur ajoutée et une expérience harmonieuse aux membres des FAC, aux vétérans et à leur famille dans toutes les sphères de nos activités, tout en assurant la durabilité à long terme de nos services.

L'année à venir s'annonce une période stimulante pour les SBMFC. En raison de la nouvelle politique de défense du Canada Protection, Sécurité, Engagement, nous devons appuyer encore davantage les militaires et leur famille, ce qui s'aligne parfaitement avec notre mandat et nous met en position favorable pour l'avenir.

Je suis fier de tout ce que nous avons accompli et continuons d'accomplir. C'est un honneur de travailler, au sein des SBMFC, avec une équipe si dévouée et si passionnée qui a à cœur de servir la communauté militaire. Notre ardeur à la tâche donnera lieu à de nombreuses autres réussites. Nous avons pour objectif d'adapter nos programmes et nos services afin de nous assurer que la communauté des FAC est bien appuyée et résiliente sur les plans physique, psychologique et social.

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'S. Cantelon', with a long horizontal stroke extending to the right.

Commodore Sean N. Cantelon
Chef de la direction du Personnel des fonds non publics, Forces canadiennes
Directeur général des Biens non publics
Directeur général – Services de bien-être et moral





**PLAN
STRATÉGIQUE
DE 2017-2020
EN BREF**

Le Plan stratégique de 2017-2020 met l'accent sur la vocation sociale des SBMFC. Les SBMFC ont pour raison d'être la prestation de programmes et de services aux militaires, aux vétérans et à leur famille. Pour dispenser ces programmes et services, les SBMFC utilisent une combinaison de fonds publics et de fonds non publics qui s'inscrivent dans un cadre de responsabilisation des Biens non publics (BNP) des plus souples. Pour continuer à avoir du succès, nous devons veiller à ce que la communauté des FAC en ait pour son argent. Nous devons donc générer des revenus afin de maintenir et d'améliorer nos programmes.

Les priorités stratégiques sont orientées vers l'amélioration constante de la prestation de services et la durabilité à long terme de nos services. Ces priorités visent à rehausser la gouvernance, les communications, la capacité de prestation des services et la gestion des ressources humaines.

Nos entités commerciales, CANEX et la Financière SISIP, offrent une valeur exceptionnelle pour les produits vendus au détail et les services financiers; en retour, les profits réalisés servent à la prestation de nos services. Les activités d'intérêt particulier, comme les terrains de golf, les clubs de curling et les loisirs communautaires, offrent des services uniques aux communautés militaires canadiennes. Les revenus tirés de ces activités sont réinvestis dans la communauté, ce qui permet aux Programmes de soutien du personnel (PSP) de répondre à d'autres besoins locaux en matière de programmes. Appuyons nos troupes dispense également une vaste gamme de services pour appuyer la communauté des FAC grâce à des contributions

de particuliers, à des partenariats avec des entreprises canadiennes et aux relations avec des organismes tiers. Ils sont complétés par des programmes financés par l'État et offerts par le Programme des services aux familles des militaires et la Gestion de l'éducation des enfants, qui contribuent au bien-être des familles des militaires.

Le Plan stratégique de 2017-2020 gravite autour de trois grandes priorités stratégiques :

Excellence des services : offrir aux membres des FAC, aux vétérans et à leur famille des services à valeur ajoutée qui répondent à leurs besoins selon les normes les plus élevées.

Expérience intégrée : offrir une expérience harmonieuse aux membres de la communauté des FAC et au personnel dans tous les aspects de nos activités.

Engagement de service : maintenir l'administration des biens des BNP et une organisation à vocation sociale viable afin d'assurer la pérennité des services.

Ces priorités contribuent à définir les plans d'action et à orienter les objectifs de rendement. Elles renforcent la contribution des SBMFC à l'efficacité opérationnelle et élargissent la portée de nos programmes et services pour améliorer la santé et le bien-être des membres des FAC, des vétérans et de leur famille. Les priorités stratégiques ont donné lieu à un objectif principal axé sur l'amélioration continue de la prestation des services, ainsi qu'à trois objectifs d'appui visant l'amélioration de la gouvernance, des communications, de la capacité de prestation des services et de la gestion des ressources humaines.



Vimy offre une certaine instruction de base sur l'histoire militaire du Canada au terrain de parade du CMR.





Objectif stratégique n° 1 – Concevoir et offrir les meilleurs programmes et services dans leur catégorie, comme dicté par les dirigeants des FAC et compte tenu des besoins de notre communauté.

Objectif stratégique n° 2 – Mettre en place une stratégie durable en matière de gestion des risques associés aux ressources pour étendre et diversifier les sources de revenus, gérer les coûts et faire la meilleure

utilisation possible du cadre des BNP et du cadre de financement public.

Objectif stratégique n° 3 – Renforcer la capacité et la crédibilité des SBMFC en tant que fournisseur de choix de services de bien-être et de maintien du moral.


Objectif stratégique n° 4 – Acquérir, perfectionner, maintenir en poste et gérer les talents efficacement.



La mise en œuvre continue du Plan stratégique renforcera les SBMFC en 2020 en tant qu'organisation à vocation sociale reconnue et reliera leur capacité de générer des revenus à leur capacité d'offrir des services pour former un cercle vertueux de soutien qui rehaussera le bien-être des membres ainsi que l'intégrité et l'efficacité de l'ensemble des FAC.

Le plan d'action triennal de la stratégie se situe dans un horizon de 10 ans pour faire en sorte que les SBMFC soient convenablement orientés vers les circonstances actuelles et émergentes qui définissent les besoins en matière de bien-être et de maintien du moral de notre communauté.





Un pilote des Snowbirds, le major Mnaymneh, de Moose Jaw, passe du temps de qualité avec ses enfants après une période d'absence.

Les priorités et les objectifs du Plan stratégique de 2017-2020 sont précisés dans la vision et la mission des SBMFC.

Vision des SBMFC

D'ici 2020, doubler notre portée auprès de notre communauté, forte d'un million de membres, et être le fournisseur de choix en matière de prestation de programmes et de services de bien-être et de maintien du moral.

Mission des SBMFC

Appuyer directement la philosophie des Forces, « notre personnel d'abord, la mission, toujours », grâce à la prestation d'une gamme complète de programmes et de services de conditionnement physique, de sports et de loisirs, de soutien aux familles et aux activités de bienfaisance, de services de vente au détail et de services financiers personnels qui permettent aux membres de se concentrer sur leur efficacité opérationnelle et de mieux composer avec les défis uniques du mode de vie militaire.





**CONCEVOIR
ET OFFRIR LES
MEILLEURS
PROGRAMMES ET
SERVICES DANS
LEUR CATÉGORIE**

OBJECTIF STRATÉGIQUE N° 1

Cet objectif principal énonce l'intention d'améliorer constamment les services de bien-être et de maintien du moral et la capacité d'adapter et d'améliorer les programmes et les services actuels, de développer de nouveaux produits pour appuyer les besoins émergents et de mettre en œuvre de nouveaux modèles de prestation, mécanismes et processus internes de soutien. Les buts comprennent l'adaptation et l'amélioration constantes des programmes existants; la prestation de nouveaux produits commerciaux, programmes et services sociaux et de loisirs; la recherche et l'amélioration des occasions de partenariat; l'élaboration d'une stratégie d'affaires numériques et d'une feuille de route technologique robustes; et enfin, le soutien de la prestation intégrée de programmes et de services pour les militaires malades, blessés et en transition.

Réalisations

- Les Services aux familles des militaires ont commencé à travailler en étroite collaboration avec Anciens Combattants Canada afin de transformer le Programme pour les familles des vétérans en un programme national dans les 32 Centres de ressources pour les familles des militaires (CRFM) du Canada d'ici avril 2018.
- La Gestion de l'éducation des enfants a célébré son 70^e anniversaire de soutien aux familles des FAC lors d'une affectation. Les deux écoles outre-mer des FAC, soit l'AFNorth (Pays-Bas) et la SHAPE (Belgique), ont pour leur part célébré leur 50^e anniversaire en 2017. Les élèves ont relevé le défi de concevoir un nouveau logo. Les membres du jury ont arrêté leur choix sur le dessin de Leika Donatas, un élève de 12^e année à l'AFNorth.
- Plus de 15 000 militaires ont participé à une activité sportive lors de la Journée du sport des FAC, soit une augmentation de 16 % par rapport à l'année précédente. Par ailleurs, la Cérémonie du mérite sportif des FAC tenue à Ottawa, un événement qui souligne les réalisations sportives les plus extraordinaires de l'année, a couronné la Journée du sport des FAC.
- Les programmes de loisirs des PSP dans les bases ont joué un rôle déterminant dans le développement de communautés militaires actives, contribuant ainsi à leur bien-être et à leur résilience. Plus de 31 000 personnes ont pris part aux activités tenues dans le cadre de Juin, le mois des loisirs.
- Le Concours d'imagerie des FAC a célébré son 50^e anniversaire. Un total de 1 473 soumissions ont été reçues de 272 participants.
- La Financière SISIP a lancé un nouveau régime d'assurance maladie grave qui assure la protection des membres des familles des militaires contre tout fardeau financier imprévu associé à une maladie grave. Cette assurance est particulièrement importante pour les militaires libérés et leurs conjoints qui n'ont pas les mêmes avantages sociaux et la même couverture médicale que les membres actifs des FAC.
- Le Canada a été l'hôte du 49^e Championnat du monde militaire de marathon du Conseil international du sport militaire (CISM) tenu à Ottawa, en Ontario, en mai 2017. Plus de 100 athlètes militaires représentant 22 pays membres du CISM ont pris part à cet événement qui a coïncidé avec le Marathon



Demeurer actif - Le Cpl (ret) Tracy Howlett-Cooney s'amuse sur les pentes dans le cadre du programme de réadaptation et de réintégration de Sans limites.




d'Ottawa Banque Scotia. Un grand nombre d'athlètes militaires de calibre élevé y ont réalisé des records personnels qui les classent parmi les dix meilleurs coureurs du Marathon d'Ottawa Banque Scotia. Les coureurs et les coureuses de la Pologne ont dominé le championnat en raflant l'or, l'argent et le bronze respectivement.

- #MaVoix des Services aux familles des militaires a poursuivi sur sa lancée avec un nombre grandissant de membres de familles de militaires, soit 2640, qui participent activement par l'entremise d'un groupe fermé sur Facebook.
- La Série de championnat de jeux vidéo CANEX a continué à prendre de l'ampleur. Plus de 16 équipes de joueurs représentant des bases, des escadres et des unités de partout au pays se sont affrontées en ligne dans une série de matchs transmis en direct par le service de diffusion Twitch. La Série de jeux vidéo s'inscrit dans la stratégie permanente de CANEX pour rejoindre les milléniaux des FAC.
- À l'heure actuelle, plus de 226 000 cartes UneFC sont en circulation. Le bureau des adhésions UneFC a mis l'accent sur une stratégie de fidélisation des clients visant à informer les titulaires de la carte UneFC des nombreux avantages qui leur sont offerts.



- Les chercheurs en performance humaine de la DCP des PSP ont participé à la conception, la planification et la mise en œuvre de la composante physique de la campagne de recrutement d'astronautes pour l'Agence spatiale canadienne.
 - » Au Centre d'évaluation des astronautes 1 de Saint-Jean-sur-Richelieu, 12 employés locaux du conditionnement physique des PSP ont soutenu trois chercheurs en performance humaine de la DCP pour la tenue d'évaluations physiques en profondeur et de séances d'entraînement.
 - » Au Centre d'évaluation des astronautes 2 de Halifax, le personnel de la performance humaine et deux employés locaux ont tenu des séances d'évaluation physique dans des situations de stress élevé et des simulations réalistes de l'emploi. Selon les commentaires reçus de tous les candidats et de l'Agence spatiale canadienne, le processus de sélection était très professionnel, juste, méticuleusement planifié, bien exécuté, extrêmement exigeant et pertinent.

- Les employés des PSP et le personnel de soutien dans 32 bases et escadres au Canada ainsi qu'aux États-Unis et en Europe ont administré plus de 69 000 évaluations de la condition physique du personnel de la Force régulière et de la Force de réserve au cours de l'AF 2017-2018. Tirant parti de la technologie pour l'établissement des horaires, les évaluations, la production de rapports et la prestation de programmes, le personnel des PSP est maintenant mieux équipé pour faire un suivi et des comptes rendus des tendances relatives à la condition physique opérationnelle et liée à la santé des membres des FAC. Des efforts clés se poursuivent afin de mieux soutenir les dirigeants des FAC en ce qui concerne les programmes en matière de santé et de conditionnement physique.
- L'Association canadienne de counseling et de psychothérapie, en partenariat avec le Cercle canadien du leadership pour les familles des militaires et des vétérans, a publié un nouveau guide intitulé *Les conseillers et conseillères en milieu scolaire travaillant auprès des familles des militaires et des vétérans*. Cette publication vise à aider le personnel scolaire à fournir un meilleur soutien et à favoriser l'inclusion des enfants et des jeunes des familles des militaires et des vétérans au sein des écoles aux quatre coins du pays.
- Les Services aux familles des militaires ont collaboré avec le Collège des médecins de famille du Canada pour créer le nouveau guide *Conseil pratique : Les soins aux familles de militaires dans le Centre de médecine de famille*. Cette publication fournit des recommandations sur la façon dont les médecins de famille et les autres professionnels de la santé peuvent améliorer l'accès aux soins de santé pour les familles des militaires et soutenir la prestation de soins continus centrés sur le patient.
- Pendant la fin de semaine du jour du Souvenir, le Collège militaire royal à Kingston a accueilli la Tournée Hockey d'ici de Rogers. L'événement a servi de vitrine formidable pour Appuyons nos troupes et les SBMFC en général. Il comprenait également une émission spéciale sur le programme Appuyons nos troupes, diffusée sur Sportsnet.
- Grâce à nos partenaires et à nos donateurs, dans le cadre de l'opération Père Noël, 2432 colis contenant des articles bien de chez nous ont été envoyés à nos troupes déployées durant le temps des Fêtes.



Ron Maclean et Tara Slone ont du plaisir en compagnie du Col Dan Harris, directeur des Services aux familles des militaires, dans le cadre de la Tournée Hockey d'ici de Rogers au CMR.



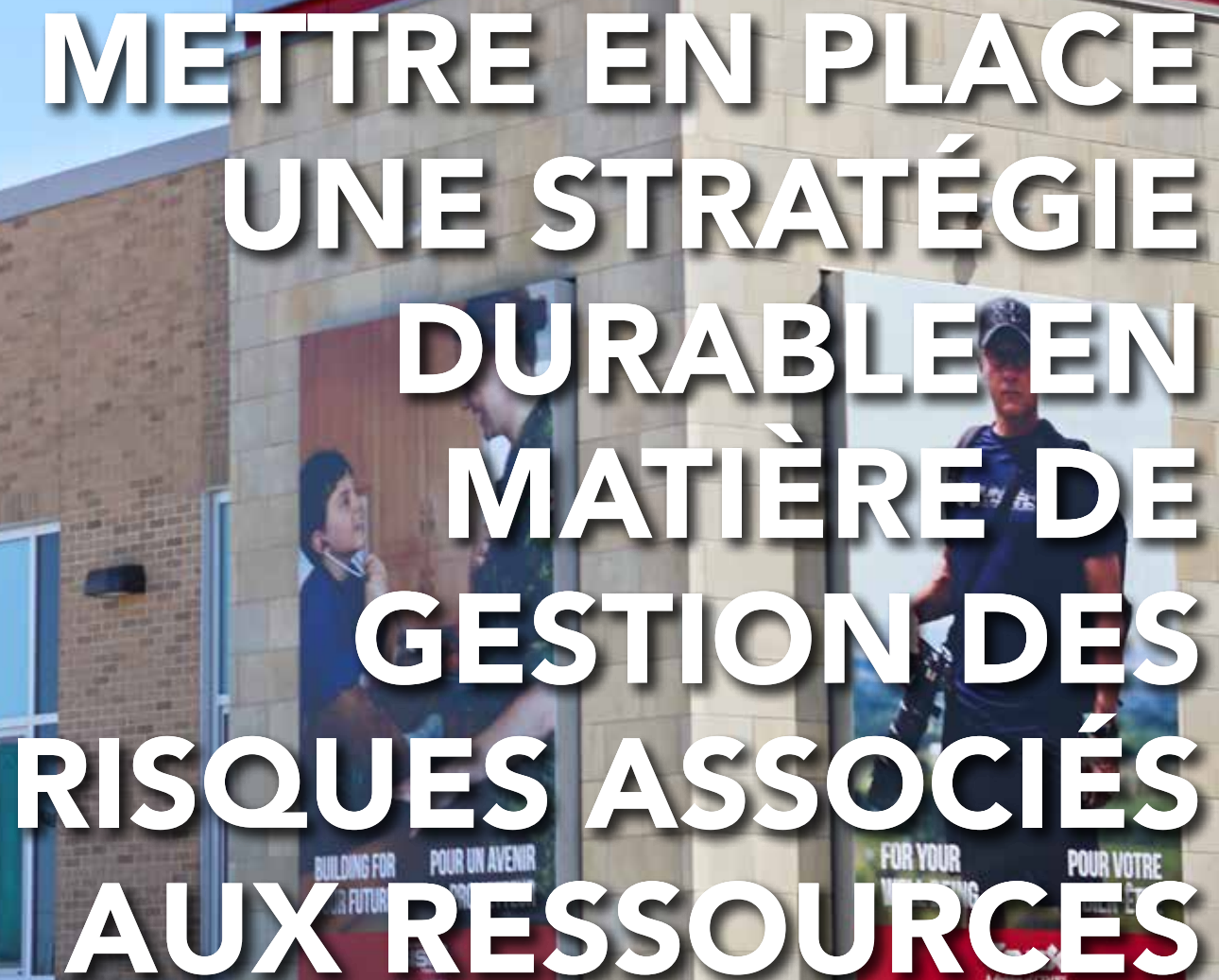


- On continue de consolider notre présence sur le Web avec la mise à jour continue du site ConnexionFAC.ca et le lancement de sites portant sur des programmes précis, notamment SISIP.com, ReconnaissanceFC.ca, AppuyonsNosTroupes.ca, Sans-Limites.ca et BoomersLegacy.ca. Tous les sites continuent d'évoluer et de s'améliorer en fonction des commentaires reçus des utilisateurs.
- Le site Web de la Financière SISIP, à savoir SISIP.com, a fait l'objet d'une refonte. Le concept a été complètement revu et amélioré pour veiller à ce que les membres des FAC et leur famille aient facilement accès à de l'information et à des produits financiers utiles et expressément conçus pour le mode de vie militaire.
- Plus de 343 000 \$ ont été alloués au Programme national de camps d'été Appuyons nos troupes, ce qui a permis à 593 enfants de familles de militaires, un nombre record, de vivre l'expérience d'un camp d'été.
- Le Programme national de bourses d'études Appuyons nos troupes a offert 28 bourses distinctes à des étudiants à l'échelle du Canada, pour un total de plus de 105 000 \$. Ces fonds sont amassés en partie grâce à la vente de plaques d'immatriculation portant le logo du ruban jaune Appuyons nos troupes en Alberta et au Manitoba et à la généreuse contribution de donateurs.
- Le Programme Sans limites a célébré son 10^e anniversaire.
 - » Plus de 3 200 membres des FAC malades ou blessés ont reçu un appui grâce à des centaines de camps d'activités sportives, physiques et récréatives, et à des milliers de subventions individuelles. Pour ce faire, le programme a offert un soutien de plus de 5,4 millions de dollars.
 - » Le programme a joué un rôle capital en appuyant la participation d'athlètes aux Jeux Invictus de 2017 à Toronto.
 - » L'Omnium de la capitale nationale pour Appuyons nos troupes a permis d'amasser 78 200 \$ en appui à Sans limites.
- Appuyons nos troupes a octroyé 3,6 millions de dollars en subventions et un autre 3,6 millions de dollars sous forme de prêts à faible taux d'intérêt pour appuyer les membres des FAC qui ont besoin de soutien supplémentaire en raison de circonstances imprévues ou de défis découlant du service militaire.

« Je tiens à vous exprimer ma profonde gratitude pour l'occasion qui m'a été donnée récemment de porter de nouveau la feuille d'érable en tant que membre d'Équipe Canada et d'écrire une page d'histoire en participant aux Jeux Invictus de 2017 à Toronto. Merci d'avoir transformé et sauvé des vies. Continuez votre excellent travail. »

– Cplc (ret) Mike Trauner, M.V.M., SM, CD, Mention élogieuse du commandant





**METTRE EN PLACE
UNE STRATÉGIE
DURABLE EN
MATIÈRE DE
GESTION DES
RISQUES ASSOCIÉS
AUX RESSOURCES**

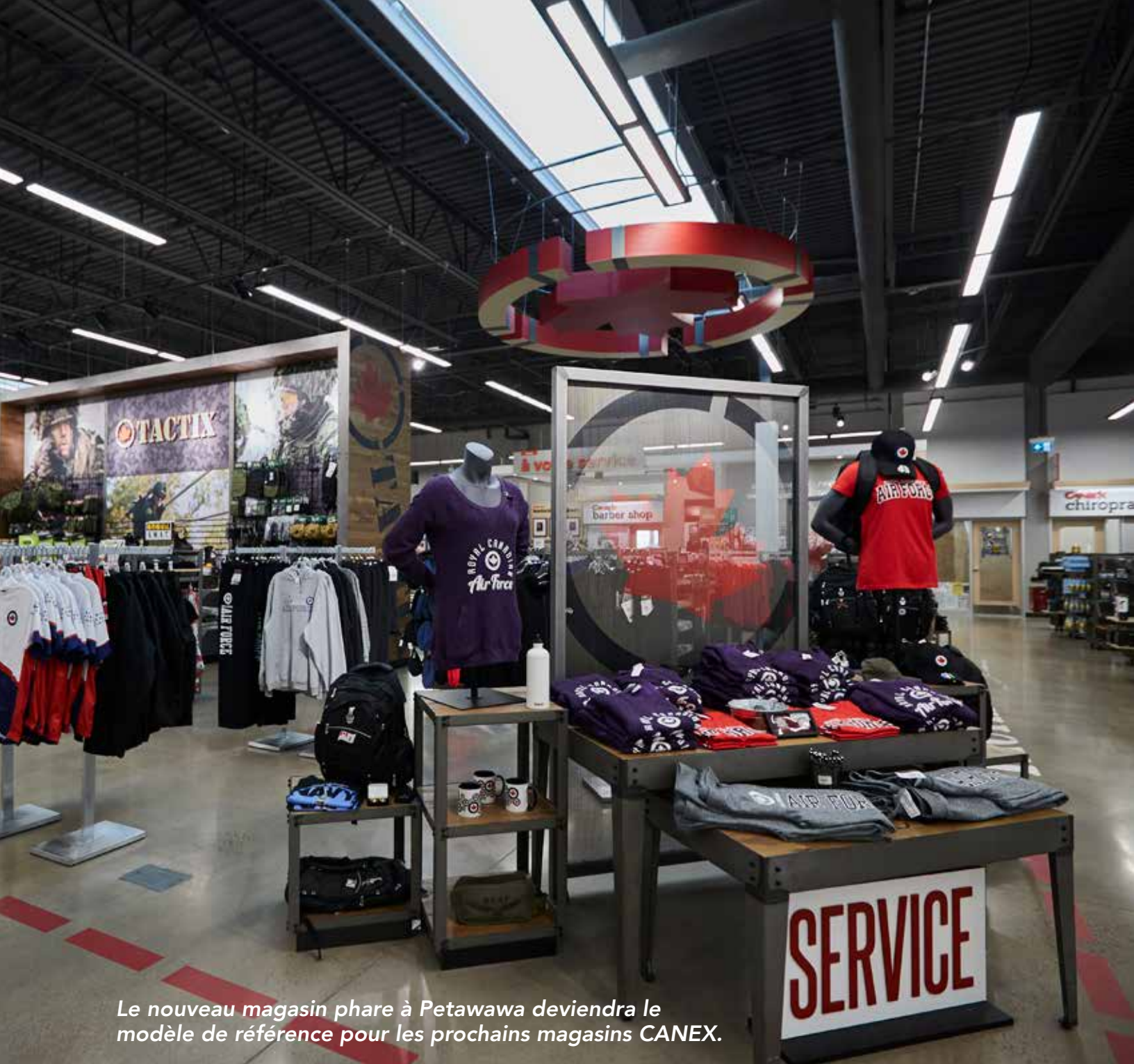
OBJECTIF STRATÉGIQUE N° 2

Cet objectif d'appui est le « centre de gravité » du Plan stratégique de 2017-2020 des SBMFC. Les buts comprennent la création d'une stratégie d'investissement à long terme; l'assurance d'une aide financière prévisible et durable; la production de revenus suffisants tirés des opérations pour appuyer la prestation de services de bien-être et de maintien du moral; et l'exercice d'une bonne gestion financière.

Réalisations

- Grâce au Programme d'entreprise numérique (PEN), une initiative qui reconnaît que l'investissement technologique est un élément crucial du Plan stratégique de 2017-2020 des SBMFC, les SBMFC ont doublé leur capacité d'exécuter des projets technologiques tout en quadruplant les investissements annuels dans la GI/TI. L'ensemble des projets liés au PEN de 2017-2018 étaient centrés sur l'amélioration de l'expérience client, l'augmentation de l'efficacité opérationnelle, la réduction des coûts opérationnels, l'amélioration de l'analytique de données et l'atténuation des risques d'entrave à la vie privée. En 2018-2019, l'objectif prioritaire sera la gestion des relations avec la clientèle de l'entreprise et l'atténuation des risques concernant la sécurité liée à la GI/TI.
- On a commencé l'élaboration et la mise en œuvre d'une stratégie d'investissement à long terme pour les Biens non publics afin d'assurer un rendement suffisant des investissements et d'appuyer la prestation de programmes et de services robustes.
- Le magasin phare CANEX a ouvert ses portes à Petawawa en avril 2017, dans les délais et les limites financières prévus. C'est le modèle de référence de CANEX pour ses projets à venir dans toutes les bases.
- CANEX et la Financière SISIP mettent à profit les innovations technologiques pour améliorer l'efficacité des processus commerciaux, comme les systèmes de points de vente (PDV) et un nouveau programme de gestion des relations avec la clientèle :
 - » CANEX a uni ses forces avec JESTA IS pour transformer ses façons de faire et améliorer considérablement l'expérience client. À l'aide d'un système de registre reposant sur l'analytique, le nouveau système de PDV permettra à CANEX d'améliorer ses processus de contrôle de gestion des stocks, d'approvisionnement et de marchandisage. Il dotera également l'équipe de marketing de CANEX d'un outil puissant qui lui donnera une idée plus claire des besoins d'achat de sa clientèle.




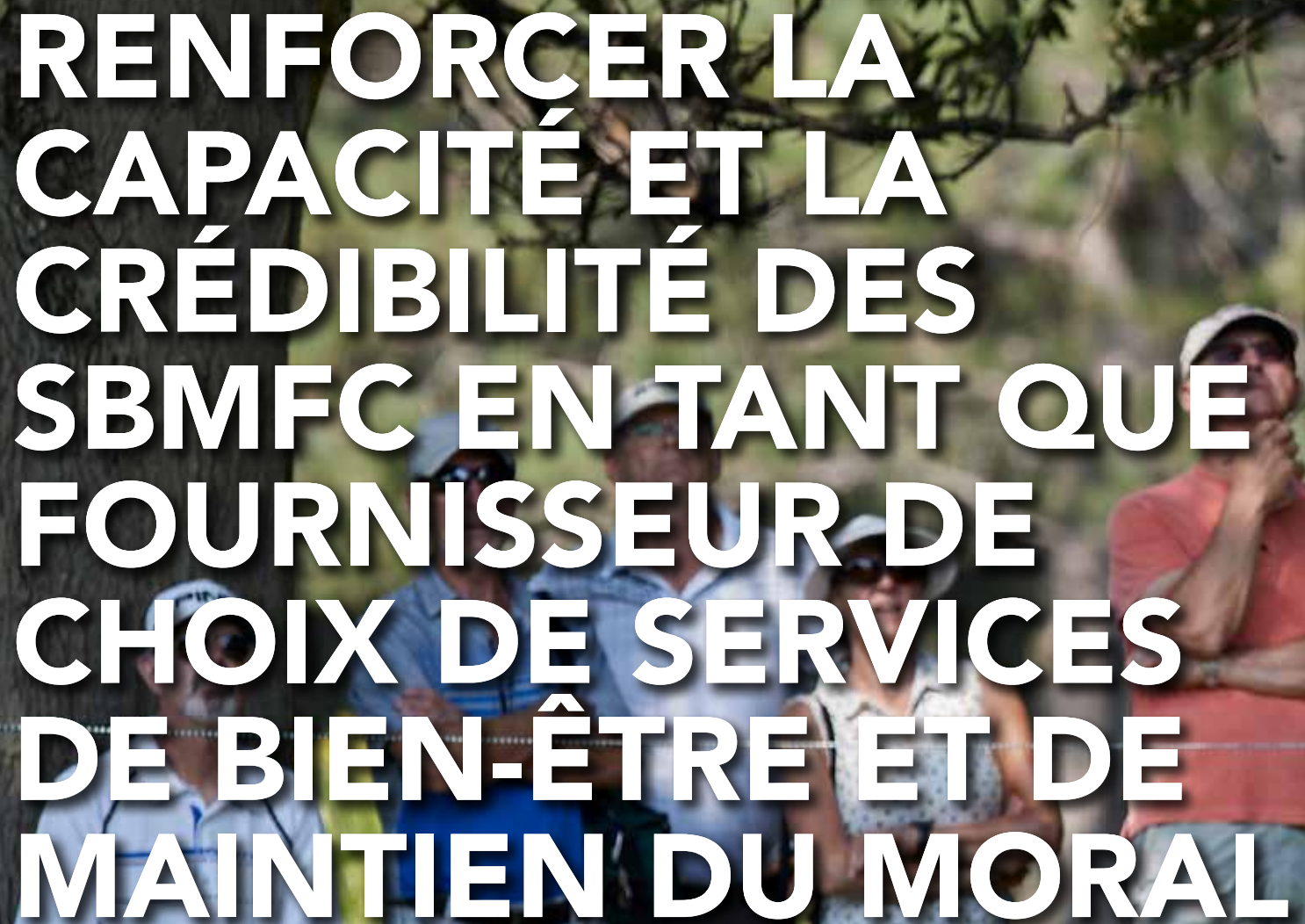


Le nouveau magasin phare à Petawawa deviendra le modèle de référence pour les prochains magasins CANEX.

Le nouveau Programme pour les familles des vétérans est maintenant offert partout au Canada aux vétérans libérés pour des raisons médicales, comme le PM 2 (ret) Stéphane Marcotte qui habite à Victoria avec son épouse Susan et son chien Sarge.




- 
- » La Financière SISIP a lancé de nouveaux produits relatifs à l'assurance et aux placements afin de répondre aux besoins des familles des membres des FAC. Elle continuera de trouver de nouvelles façons de faire connaître ces produits et prévoit doubler sa portée sur une période de cinq ans – afin de servir un plus grand nombre de familles de militaires tout en faisant davantage pour elles.
 - CANEX et la Financière SISIP ont axé leurs initiatives de marketing local sur le soutien des activités et événements locaux des bases, des escadres et des unités, ainsi que sur le maintien d'une présence et d'un engagement cohérents dans leurs communautés.
 - » Dans le cadre de Novembre est le Mois de la littératie financière, la Financière SISIP a tenu une journée portes ouvertes à l'échelle du pays pour répondre aux questions et donner des conseils en matière de santé financière.
 - Lorsque les membres de la communauté des FAC font leurs achats à CANEX ou utilisent les services de la Financière SISIP, une portion de l'ensemble des revenus est remise au fonds des bases, des escadres et des unités à l'échelle locale.
 - » En 2017-2018, leur contribution à la communauté des FAC a représenté plus de quatre millions de dollars.
 - Le 24 janvier 2018, Sherry Romanado, secrétaire parlementaire du ministre des Anciens Combattants et ministre associée de la Défense nationale, a annoncé au nom du ministre de la Défense, l'honorable Harjit S. Sajjan, l'octroi d'un nouveau financement de six millions de dollars par année pour la modernisation du Programme des services aux familles des militaires et la prestation d'un soutien supplémentaire aux familles des militaires.
 - » Ce financement supplémentaire permet aux CRFM de prolonger les heures d'ouverture des garderies, d'élargir la portée des programmes destinés aux jeunes et d'ajouter des services de soutien à la santé mentale pour les familles.
 - » Un service de counseling virtuel s'est ajouté à la Ligne d'information pour les familles. De plus, les membres des familles peuvent établir un horaire pour des séances de soutien avec le même conseiller, au besoin. Les familles bénéficient maintenant de services et de programmes de soutien plus souples.



**RENFORCER LA
CAPACITÉ ET LA
CRÉDIBILITÉ DES
SBMFC EN TANT QUE
FOURNISSEUR DE
CHOIX DE SERVICES
DE BIEN-ÊTRE ET DE
MAINTIEN DU MORAL**

OBJECTIF STRATÉGIQUE N° 3



*L'Omnium de la capitale nationale
pour Appuyons nos troupes
a permis d'amasser 78 200 \$
en appui à Sans limites.*



Dans le cadre du programme de recherche et développement de la DCP, Evan Walsh, des PSP, exécute une évaluation pour FORCE combat.

Cet objectif d'appui définit la façon dont les SBMFC communiquent et établissent la satisfaction des attentes en matière de prestation de services à l'intention de toute la communauté de la Défense. Les buts comprennent l'éducation et l'outillage des dirigeants des FAC à tous les niveaux pour qu'ils assument leurs responsabilités à l'égard des BNP; le marketing des SBMFC en tant qu'organisation à vocation sociale; l'élaboration et la mise en œuvre d'un Plan de communication stratégique; et enfin, l'amélioration continue de la gestion de nos ressources et de nos méthodes de travail internes.

Réalisations

- Les SBMFC ont organisé le Symposium des commandants des bases et escadres. Les participants ont interagi avec les hauts dirigeants du ministère de la Défense nationale (MDN), des FAC et des SBMFC pour améliorer leur compréhension des enjeux publics et non publics actuels ainsi que leurs connaissances stratégiques et opérationnelles, et établir d'excellentes relations de travail. L'événement était axé sur l'amélioration du soutien à la communauté des FAC de sorte que les hommes et les femmes de l'Armée, de la Marine et de l'Aviation puissent être plus efficaces au plan opérationnel.



- Les PSP ont fait preuve de souplesse et offert des services de soutien du moral de calibre mondial à la communauté des FAC, comme en témoigne les réalisations ci-dessous.
 - » Les PSP ont donné suite à une demande de dernière minute (10 jours) de la Marine en vue de réaliser une tournée de spectacles à l'intention de l'équipage de deux navires canadiens de Sa Majesté (NCSM) participant à l'Op POSEIDON. Le groupe rock canadien Cease and Desist, le comédien Mike MacDonald et l'artiste Hayley McLean ont présenté deux spectacles à bord des NCSM Ottawa et NCSM Winnipeg, à deux endroits en Corée du Sud.
 - » Le groupe Recherche et développement en performance humaine a établi un nouvel objectif en matière de conditionnement physique appelé FORCE combat afin de mieux refléter les exigences actuelles des opérations de combat. FORCE combat donne aux FAC un outil inestimable pour aider les militaires à se préparer en vue des opérations exigeantes d'aujourd'hui.

- » Quelque 18 membres du personnel ont été embauchés pour appuyer l'exécution de l'évaluation FORCE auprès de la Première réserve, lesquels ont été affectés dans des localités où le soutien à la Réserve était défaillant.
- » Afin de soutenir les opérations de déploiement pour la mission de la Roto O en Lettonie, les PSP ont effectué une série de visites sur place et mis sur pied une Maison internationale, un magasin de détail et un gymnase, qui viennent s'ajouter aux autres programmes de bien-être et de maintien du moral tels que l'opération Père Noël, l'indemnité de retour au domicile (IRD), ainsi que les services de barbier, de loisirs et de sport déjà établis.
- On a embauché une directrice du marketing et des communications chargée notamment de créer une stratégie organisationnelle en matière de communication, de marketing et de relations avec les parties intéressées.
 - » La stratégie définit une approche intégrée visant à positionner les SBMFC en tant que fournisseur de choix de services de bien-être et de maintien du moral en adaptant les communications internes et externes de l'organisation et en tirant parti des talents existants à l'échelle de l'organisation afin d'alimenter et d'appuyer notre désir d'adopter une approche organisationnelle axée sur les membres (clients).
 - » Les SBMFC changeront d'orientation pour devenir une organisation axée sur les membres plutôt que sur les programmes, les services et les produits. Ce faisant, les SBMFC créeront des produits, des services, des processus, des politiques et une culture visant à faire vivre à leur clientèle une expérience formidable lors de chaque interaction. L'anticipation des besoins de nos membres devient une composante cruciale de cette approche.
 - » Les SBMFC exploiteront les solutions technologiques pour permettre l'adoption d'une approche axée sur les membres, passant des communications imprimées traditionnelles au marketing et aux communications numériques.





A photograph of three people standing outdoors. On the left, a woman wears a blue knit hat, glasses, and a grey jacket. In the center, a woman with long brown hair wears a patterned scarf and a dark jacket. On the right, a man with a shaved head wears a blue jacket and a camouflage apron with a crest. They are all smiling. To their left is a large blue banner with the text 'FOR TROOPS' and a crest. The background shows a stone building.

**ACQUÉRIR,
PERFECTIONNER,
MAINTENIR EN
POSTE ET GÉRER
LES TALENTS
EFFICACEMENT**

OBJECTIF STRATÉGIQUE N° 4



SUPPORT OUR TROOPS

S
OUR
TROOPS

SOLDIER ON - SANS LIMITES

SOLDIER ON - SANS LIMITES

SOLDIER ON - SANS LIMITES

SANS LIMITES

CAMP COOK

CAMP COOK

CAMP COOK

CAMP COOK



La monitrice de conditionnement physique des PSP, Keira Lee, dirige une classe pour les troupes déployées à bord du NCSM St. John's dans la mer Baltique durant l'opération REASSURANCE.



Cet objectif d'appui vise à doter l'organisation d'un effectif motivé et qualifié, ce qui est essentiel à l'atteinte de tous les objectifs et priorités stratégiques organisationnels. Les buts comprennent la durabilité du régime de retraite; l'examen de la rémunération; la mesure et la maximisation de l'engagement des employés; la mise en œuvre d'un processus de planification des ressources humaines; la mise en place d'un plan intégré de formation et de perfectionnement pour l'organisation; l'adoption d'une stratégie de mieux-être des employés; et enfin, l'amélioration du profil d'équité en matière d'emploi des SBMFC.

Réalisations

- On a embauché des employés supplémentaires qui occupent des postes temporaires afin d'améliorer les résultats opérationnels. Cette augmentation est attribuable aux facteurs opérationnels suivants :
 - » Hausse du nombre de moniteurs de conditionnement physique à l'appui du programme pour la Réserve;
 - » Recherche et analyse en vue de soutenir le Plan global pour les familles des militaires;
 - » Augmentation du rythme des opérations de déploiement dans le but d'appuyer la mission en Lettonie.
- On a annoncé l'instauration de changements au Régime de retraite des employés des Fonds non publics des Forces canadiennes, qui entreront en vigueur le 8 juillet 2019. Les changements visent à gérer les risques associés aux régimes de retraite à prestations déterminées afin d'assurer la viabilité de notre régime à long terme tout en protégeant la proposition de valeur d'emploi de l'organisation.
- On a réalisé un sondage sur l'engagement des employés et diffusé les résultats. Ces résultats sont positifs; mentionnons que 89 % des employés se sentent connectés et engagés en ce qui concerne leur travail et sont motivés à bien le faire. Les domaines à améliorer comprennent la charge de travail; en effet, 48 % des employés se disent souvent ou toujours surchargés, et 74 % se disent modérément ou très préoccupés par le stress au travail. Les Ressources humaines travailleront en collaboration avec toutes les divisions de l'organisation pour mettre en place des plans d'action destinés à examiner de plus près ces questions.






DÉMOGRAPHIE DU PERSONNEL DES FONDS NON PUBLICS, FORCES CANADIENNES



Nombre total d'employés : 4 425
Catégorie I : 73 %
Catégorie II : 27 %
Femmes : 2 813
Hommes : 1 612

Temps plein : 2 008
Temps partiel : 724
Occasionnels : 1 149
Autres (étudiants, employés temporaires, moins de 3 mois) : 544



La représentante en assurance de la Financière SISIP à Petawawa, Denise Ray, est fin prête à servir la communauté militaire.

Les générations dans le milieu de travail

Génération Z (1996-2012) :	15 %
Milléniaux (1977-1995) :	42 %
Génération X (1965-1976) :	22 %
Génération du baby-boom (1946-1964) :	20 %
Génération silencieuse (1922-1945) :	1 %

Répartition des employés par division

Programmes de soutien du personnel (PSP) :	72 %
Services commerciaux (CANEX, Financière SISIP) :	12 %
Services aux familles des militaires (SFM) :	3 %
Services généraux et divisions de soutien :	10 %



**OÙ NOUS
TROUVER**

SBMFC

www.sbmfc.com

CANEX

www.CANEX.ca

**SERVICES AUX FAMILLES
DES MILITAIRES**

www.ConnexionFAC.ca

PSP

www.ConnexionFAC.ca

LA FINANCIÈRE SISIP

www.SISIP.com

CF1FC

www.cf1fc.ca

RECONNAISSANCE DES FC

www.ReconnaissanceFC.ca

APPUYONS NOS TROUPES

www.AppuyonsNosTroupes.ca

SANS LIMITES

www.Sans-Limites.ca

BOOMERS LEGACY

www.BoomersLegacy.ca



Services de bien-être et moral des Forces canadiennes

4210, rue Labelle
Ottawa (Ontario) K1A 0K2

