



# RAPPORT ANNUEL 2019-2020

[CONNEXIONFAC.CA](http://CONNEXIONFAC.CA)





# TABLE DES MATIÈRES

<b>MESSAGE DU CDIR</b> .....	4
<b>DES CHIFFRES QUI PARLENT</b> .....	8
<b>OBJECTIF STRATÉGIQUE N° 1</b> Concevoir et offrir les meilleurs programmes et services dans leur catégorie.....	10
<b>OBJECTIF STRATÉGIQUE N° 2</b> Mettre en place une stratégie durable en matière de gestion des risques associés aux ressources.....	16
<b>OBJECTIF STRATÉGIQUE N° 3</b> Renforcer la capacité et la crédibilité des SBMFC en tant que fournisseur de choix de services de bien-être et de maintien du moral.....	20
<b>OBJECTIF STRATÉGIQUE N° 4</b> Acquérir, perfectionner, maintenir en poste et gérer les talents efficacement.....	24
<b>POUR NOUS JOINDRE</b> .....	28



# MESSAGE DU CDIR

**Au cours de la dernière année financière, les SBMFC ont continué de travailler à l'atteinte de leurs quatre objectifs stratégiques même si la stratégie organisationnelle 2017-2020 tirait à sa fin.**

- Les SBMFC concevront et offriront les meilleurs programmes et services dans leur catégorie, conformément aux directives des dirigeants des FAC et selon les besoins de notre communauté.
- Les SBMFC mettront 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.
- Les SBMFC renforceront constamment leur capacité et leur crédibilité en tant que fournisseur de choix de services de bien-être et de maintien du moral dans notre communauté.
- Les SBMFC acquerront, perfectionneront, maintiendront en poste et géreront leurs talents efficacement.

En plus de boucler la dernière année de la stratégie 2017-2020, les SBMFC ont travaillé à l'interne et consulté les parties intéressées dans le but d'élaborer un document directeur à long terme qui les guidera pendant la prochaine décennie. Une nouvelle stratégie sur 10 ans, intitulée Des membres en santé, des communautés fortes, a été adoptée par le conseil des Biens non publics (BNP) et approuvée par le chef d'état-major de la défense en mars 2020. Cette nouvelle stratégie vise à offrir une valeur ajoutée à nos membres et à générer plus de retombées sur le plan individuel et communautaire. Elle propose une nouvelle mission, une nouvelle vision et de nouvelles valeurs, et consolide notre voix et notre raison d'être communes.

Le travail préparatoire pour nos trois nouvelles priorités stratégiques – amélioration de l'expérience membre et employé, maturité organisationnelle et innovation, et viabilité financière – a aussi

été entamé en 2019, et nous sommes passés d'un modèle organisationnel fragmenté à un modèle synchronisé sur le plan stratégique. Plusieurs initiatives pluriannuelles touchant l'ensemble de l'organisation ont été lancées, notamment en matière de gestion des risques et des données, de mesure du rendement et de transformation numérique, et une transition vers un modèle axé sur les employés et les membres plutôt que sur les produits a été amorcée.

Sachant que nos employés influencent directement la qualité des services offerts à nos membres, nous avons invité des leaders de toute l'organisation à participer à deux grands ateliers nommés Expérience axée sur les membres et les employés afin de définir une vision commune pour nos membres et notre organisation et de discuter de l'approche axée sur les membres et de la transformation numérique.

Nous avons conclu l'année financière 2019-2020 dans la tourmente de la pandémie mondiale de COVID-19, qui a bouleversé tant notre milieu de travail que notre offre de programmes et de services.

## UNE NOUVELLE STRATÉGIE SUR 10 ANS, INTITULÉE DES MEMBRES EN SANTÉ, DES COMMUNAUTÉS FORTES, A ÉTÉ ADOPTÉE.

---

# MESSAGE DU CDIR

Notre stratégie de placement prudente s'est avérée confirmée par les placements du Fonds central des Forces canadiennes (FCFC), de la réserve d'assurance de la Financière SISIP et de la caisse de retraite du Personnel des fonds non publics, Forces canadiennes gérés par les SBMFC, qui ont subi des pertes inférieures à leur indice de référence. Même si le marché a connu une importante reprise à la fin mars 2020, tous les fonds de placement enregistrent des pertes cette année. En réponse à la fermeture obligatoire des lieux de travail physiques, nous avons passé une bonne partie du mois de mars 2020 à créer une vaste programmation virtuelle, qui a été lancée en avril afin de contribuer au mieux-être de notre communauté.

La COVID-19 a eu un effet dramatique sur les services des BNP et les activités de CANEX dans les bases et les escadres. Au plus fort du confinement, 20 magasins CANEX étaient ouverts, ce qui montre à quel point leurs services sont

essentiels pour la communauté militaire. Malheureusement, CANEX a connu une piètre année financière en raison de la chute de sa marge bénéficiaire brute et de l'impact de la COVID-19 sur les ventes. Nous redoublerons d'efforts l'an prochain pour aider CANEX à remonter la pente.

La santé et la sécurité de nos employés et de nos membres demeurent ma priorité absolue. Je suis fier de nos réalisations et de notre capacité à relever des défis et à nous adapter. Je suis aussi convaincu que les SBMFC ont tout ce qu'il faut pour demeurer le fournisseur de choix des Forces armées canadiennes (FAC) et de la communauté UneFC encore longtemps.



**Sean N. Cantelon**

Directeur général des Biens non publics  
Chef de la direction du Personnel des  
fonds non publics, Forces canadiennes



A woman with long dark hair and glasses, wearing a black blazer and a necklace, is smiling and holding two wine glasses. She is standing in a restaurant or dining room with a chandelier in the background. The text "DES CHIFFRES QUI PARLENT" is overlaid on the image in a blue box.

**DES CHIFFRES  
QUI PARLENT**

---

## Le travail accompli tout au long de l'année témoigne de la détermination des SBMFC à servir la communauté militaire.

Voici quelques faits saillants.

- À Québec, en février 2020, les Programmes de soutien du personnel (PSP) ont accueilli le cinquième Congrès international sur la performance physique des soldats, auquel plus de 700 délégués de 28 pays ont participé. Ce congrès, le plus important à ce jour, était une occasion exceptionnelle de faire connaître le travail de recherche effectué par les PSP dans le domaine de la recherche et du développement en performance humaine. Les membres du personnel des PSP qui ont assisté au congrès ont eu l'occasion d'entendre des chercheurs du monde entier; il ne fait aucun doute que ce qu'ils ont appris aura des répercussions sur leurs pratiques et leurs interactions avec leurs collègues et les membres des FAC.
- Les mess au Canada ont généré 22,3 M\$ de revenus et offert des services et des activités de bien-être et de maintien du moral à plus de 100 000 membres (membres associés compris). Plus de 15 000 activités et événements ont eu lieu dans les 88 mess.
- Le 31 juillet 2019, les promotions et les offres exclusives aux membres proposées dans le cadre des événements locaux de la journée UneFC de CANEX ont généré des ventes de plus de 1,5 M\$. Les membres ont réalisé un nombre record de 15 000 transactions dans l'ensemble des magasins CANEX, ce qui indique bien l'importance de ces commerces.
- Le Réseau pour l'emploi des conjoints des militaires a pris de l'expansion : plus de 3 000 membres des familles des militaires y ont maintenant accès et 420 conjoints se sont prévalus de ses services d'aide à l'emploi. Ce service répond aux besoins uniques des membres des familles des militaires qui doivent déménager fréquemment et changer plusieurs fois d'emploi et de carrière.
- Grâce à Appuyons nos troupes, l'œuvre de bienfaisance officielle des FAC gérée par les SBMFC :
  - » 1 358 militaires malades ou blessés ont reçu de Sans limites une subvention pour participer à un camp ou pour acheter de l'équipement;
  - » 42 jeunes se sont partagé 78 350 \$ en bourses;
  - » 972 militaires et familles ont obtenu un prêt pour améliorer leur situation financière.

LE TRAVAIL ACCOMPLI TOUT AU LONG DE L'ANNÉE TÉMOIGNE DE LA DÉTERMINATION DES SBMFC À SERVIR LA COMMUNAUTÉ MILITAIRE.

---



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

OBJECTIF STRATÉGIQUE N° 1

---

Les SBMFC demeurent déterminés à améliorer la conception et l'exécution des programmes de bien-être et de maintien du moral afin de répondre aux besoins émergents de leurs membres. Au cours de la dernière année, nous nous sommes concentrés sur l'adaptation et la bonification des programmes existants, l'offre de nouveaux produits, programmes et services et l'amélioration des possibilités de partenariats à l'intention de nos membres. **Le dernier mois de l'année financière 2019-2020 a été consacré à une transition rapide vers les services à distance.**

- Les SBMFC ont géré le programme de sports des FAC et coordonné la participation des FAC aux Jeux Mondiaux Militaires. Les Jeux, qui ont eu lieu du 18 au 27 octobre, ont attiré 6 000 athlètes d'une centaine de pays et contribué au développement de l'esprit de corps, de l'autodiscipline et du leadership chez les 168 participants des FAC.
- Les PSP ont aussi beaucoup travaillé à améliorer la santé et la condition physique du personnel des FAC afin d'accroître l'état de préparation opérationnelle en mettant en œuvre la stratégie de performance physique ÉQUILIBRE des FAC, qui repose sur quatre comportements (P4) : l'activité physique, l'alimentation axée sur la performance, la prévention des blessures et le sommeil.
- Les loisirs communautaires des PSP ont engrangé 11,2 M\$ en offrant dans les bases et les escadres, à 76 599 personnes, un total de 9 896 cours allant des arts aux

activités aquatiques en passant par le basketball, le bocce, la danse, la décoration, les cours de premiers soins, le conditionnement physique, le golf, le jardinage, la peinture, le Pilates, les camps de sports, les camps lors de la relâche scolaire, le tennis et le tai-chi. Cela représente une augmentation de 14 % par rapport à l'année dernière. De plus, 1 468 membres de l'Équipe de la Défense ont été inscrits sur une liste d'attente pour des programmes qui affichaient complet. Les familles des militaires ont pu économiser environ 15 M\$ en frais de mise en forme, de sports et de loisirs (en comparaison des cours offerts par les organismes municipaux, privés et sans but lucratif).

- Plus de 250 000 lecteurs de 16 localités comptent sur les journaux des FAC pour s'informer des opérations, des programmes de bien-être et de maintien du moral et de l'ensemble de la communauté. Collectivement, leur tirage total atteint 85 000 exemplaires par numéro. Ces journaux ont généré 2,5 M\$ en revenus l'an dernier.
- Les 35 activités d'intérêt particulier offertes au Canada (golf – 14, curling – 6, camping – 5, nautisme – 7, équitation – 4, chasse et pêche – 3) ont généré 14 M\$ de revenus et permis à 350 000 participants des FAC et des communautés environnantes de profiter de services et d'activités de bien-être et de maintien du moral.
- Les Services aux familles des militaires (SFM) ont créé et mis en œuvre une campagne sur les

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

## OBJECTIF STRATÉGIQUE N° 1

relations saines au nom des FAC pour éduquer les familles des militaires sur la façon d'entretenir une relation de couple plus harmonieuse et de prévenir la violence familiale. Sur le site connexionFAC.ca, le schéma et le continuum des relations intimes ont été visités 1 200 fois et les pages Web de la campagne, 3 000 fois.

- Les SFM ont élaboré un protocole d'intervention en cas de situation de crise ou d'urgence pour les familles vivant aux États-Unis. Ils ont aussi mis sur pied un programme en ligne pour améliorer l'expérience des familles et adopté le logiciel Penelope pour faciliter la gestion des dossiers.
- La Ligne d'information pour les familles a fourni 307 séances virtuelles de soutien émotionnel.
- Dans l'ensemble du Canada, 2 422 personnes provenant de 1 099 familles de militaires ont eu accès à un médecin de famille grâce au Réseau de médecins à l'intention des familles des militaires de Calian, ce qui a facilité l'intégration à leur nouvelle communauté au moment

du déménagement. Cela représente une augmentation de 39 %.

- Cette année, 3 000 membres des familles de militaires libérés pour des raisons médicales se sont prévalus du Programme pour les familles des vétérans et 800 personnes ont bénéficié d'interactions de soutien.
- Appuyons nos troupes a financé la participation de 182 enfants ayant des besoins spéciaux aux programmes de camps d'été offerts par les PSP. Ce nombre était de 115 l'an dernier; il s'agit donc d'une hausse de 58 %. Ce programme aide les familles qui doivent composer avec l'incertitude et les changements qui accompagnent les déménagements.
- L'an dernier, CANEX a ajouté plus de 100 nouveaux produits militaires à sa collection, dont des écussons, des bottes, des casquettes et des bérets, ce qui aide les membres de la communauté à trouver tout ce dont ils ont besoin en un même endroit. Les ventes de ces articles ont généré 3,4 M\$ et 1,3 M\$ de profits bruts. Cette hausse des ventes

a permis d'accroître les sommes remises aux bases et aux escadres, qui servent à financer directement des activités et des événements des communautés militaires locales.

- Plus de 19 000 membres ont participé au programme Primes CANEX et ont échangé une valeur de 524 670 \$ en points contre des marchandises. Nos membres continuent d'accumuler des points en faisant leurs achats et les profits sont directement versés à la communauté des FAC.
- CANEX a organisé la quatrième Série de championnat de jeux vidéo, qui a eu lieu du 25 au 27 octobre. L'événement, qui se déroulait en direct en ligne, a attiré 137 joueurs. Participants et spectateurs se sont divertis dans une ambiance amicale et 8 000 \$ en prix ont été remis aux vainqueurs. Le taux de participation à cet événement a grimpé de 8 % par rapport à l'an dernier.
- La première édition de la campagne « Un don en cadeau » de CANEX tenue pendant 12 jours en décembre a permis de récolter 16 466 \$ de quelque 6 000 donateurs qui magasinèrent, somme qui a été versée à Appuyons nos troupes pour contribuer au bien-être de la communauté des FAC et répondre aux besoins les plus urgents.
- Vingt magasins CANEX sont demeurés ouverts tout au long de la pandémie de COVID-19, la plupart étant situés dans de petites localités ayant peu d'options d'approvisionnement. Dans des endroits comme Shilo, Suffield et Goose Bay, CANEX est devenu

## DANS L'ENSEMBLE DU CANADA, 2 422 PERSONNES PROVENANT DE 1 099 FAMILLES DE MILITAIRES ONT EU ACCÈS À UN MÉDECIN DE FAMILLE.

---

l'une des principales sources de nourriture et de biens essentiels pour les familles des militaires. Le personnel de CANEX a été extrêmement résilient et a permis aux résidents de ces localités de s'approvisionner de façon sécuritaire. Être désigné un service essentiel met en évidence la mission originale de CANEX, soit veiller à ce que les familles des militaires disposent des mêmes services que tous les autres Canadiens.

- Les programmes affinitaires ont généré 4,86 M\$ de revenus, un montant supérieur aux cibles combinées de 4,75 M\$. Nos membres continuent de profiter des avantages de ces programmes (les Services bancaires pour la communauté de la défense canadienne, La Personnelle, Compagnie d'assurances ainsi que les rabais, récompenses et

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

## OBJECTIF STRATÉGIQUE N° 1

offres de Reconnaissance FC), qui leur font économiser 65 M\$ annuellement. Cela représente une hausse d'économie de 20 %.

- En décembre 2019, les SBMFC ont prolongé de dix ans leur partenariat avec BMO Banque de Montréal. BMO continuera donc d'être la banque officielle et le fournisseur exclusif de services bancaires et de produits financiers des membres de la communauté de la défense canadienne, et de leur offrir des services bancaires gratuits, des cartes de crédit sans frais annuels, des prêts hypothécaires flexibles, la possibilité de consulter leur cote de crédit sans frais et la protection OnGuard gratuite contre le vol d'identité.
- La Financière SISIP a interagi avec ses clients à plus de 67 000 reprises et leur a fourni de l'information sur la sécurité financière.
- La Financière SISIP a continué d'offrir des produits d'assurance vie adaptés au mode de vie des militaires. Au total, 140 422 membres et vétérans des FAC et leurs conjoints sont assurés, et un total de 59,7 M\$ en réclamations a été versé aux

membres assurés, une diminution par rapport à l'an dernier. Le régime d'assurance de la Financière SISIP est l'un des mieux gérés et des plus sûrs sur le plan financier au Canada.

- En janvier 2020, 1 016 réservistes de 28 unités de la 4<sup>e</sup> Division du Canada ont répondu à l'appel des SBMFC pour participer à un jeu-questionnaire divertissant. L'événement a connu un franc succès : 80 % des participants ont dit s'être amusé, 81 % ont dit avoir appris de nouvelles choses, 81 % joueraient à nouveau et 91 % ont préféré le format virtuel aux rencontres en personne. Cette formule s'est avérée un moyen peu coûteux et attrayant de rejoindre les réservistes et, vu le succès qu'elle a remporté, nous comptons répéter l'expérience.



A man with short brown hair, wearing clear safety glasses and a white zip-up hoodie over a dark t-shirt, is leaning forward in a workshop or factory setting. He is wearing blue nitrile gloves and appears to be working on a piece of machinery or a workbench. The background is slightly blurred, showing industrial equipment and a bright, well-lit environment.

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

OBJECTIF STRATÉGIQUE N° 2

---

Soucieux d'assurer une bonne gestion, les SBMFC ont mis 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 des cadres de financement des BNP et de l'État. Ils sont demeurés vigilants tout au long de l'année dernière en évaluant en continu leurs capacités et leur gestion des ressources.

- Les SBMFC ont tiré des revenus de leurs investissements immobiliers en maintenant un taux d'inoccupation inférieur à 5 % au Complexe Queensway, ce qui était largement inférieur à la moyenne du marché, qui s'élevait à 8 %. Les revenus immobiliers font partie des revenus du FCFC, lequel verse des sommes d'argent aux SBMFC.
- Au cours de la dernière année, les Services généraux se sont efforcés d'accroître leur collaboration avec les bases et les escadres. Pour ce faire, l'agente organisationnelle de l'environnement a représenté les SBMFC auprès des groupes de travail du sous-ministre adjoint (Infrastructure et environnement) du ministère de la Défense nationale, d'agents locaux de l'environnement des bases et escadres et du réseau du Commandement du personnel militaire. La conseillère supérieure des biens immobiliers a aussi représenté les SBMFC auprès des groupes de travail du sous-ministre adjoint (Infrastructure et environnement), des Opérations immobilières (échelles locale et nationale), du Commandement du personnel militaire et d'Inside Edge Properties. Ces efforts de

## LES SERVICES DE L'INFORMATION ONT ÉTABLI UN CADRE OFFICIEL DE PREMIÈRE QUALITÉ POUR LA GESTION DES PROJETS DE GI/TI.

coordination et de collaboration avec les bases et les escadres sont nécessaires pour assurer la conformité immobilière et environnementale dans toutes les localités.

- En septembre 2019, les SBMFC ont dévoilé leur stratégie 2019-2020 en matière d'information et de technologie, qui présente les SBMFC comme une organisation à vocation sociale numérique et axée sur les membres capable d'offrir une meilleure expérience membre.
- Les Services de l'information ont aussi établi un cadre officiel pour la gestion des projets de gestion de l'information/technologie de l'information fondé sur les pratiques exemplaires en vigueur dans le domaine. La nouvelle procédure, uniforme et mesurable, permet une utilisation optimale des ressources des BNP.
- Les PSP ont amassé 2 M\$ en commandites et entretenu des

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

## OBJECTIF STRATÉGIQUE N° 2

---

relations avec des centaines d'acteurs du secteur privé afin de soutenir les programmes des FAC qui n'ont droit qu'à un soutien partiel de la part des BNP ou de l'État, ou qui ne touchent aucune aide.

- Le logiciel de gestion des activités BookKing a été mis à niveau et un rapport quotidien des ventes uniformisé est maintenant utilisé dans les centres de loisirs des bases et escadres. Ces initiatives ont amélioré les services aux membres et réduit le fardeau administratif. Chaque année, plus de 5,2 M\$ en transaction sont traités au moyen de BookKing.
- Les SFM ont obtenu une somme de 810 000 \$ pour la formation d'une équipe de services aux familles chargée d'offrir du soutien aux unités qui doivent composer avec un rythme opérationnel soutenu.
- Les SBMFC ont publié une version révisée de leur profil de risque organisationnel comportant un cadre de gestion des risques amélioré. Parmi les mesures de gestion des risques qui ont été prises, on compte notamment plusieurs initiatives de cybersécurité et de protection des données.

- En réponse à l'augmentation des attaques contre le réseau des SBMFC, l'équipe de la cybersécurité des Services de l'information a amélioré ses paramètres de signalement, revu les contrôles de protection des courriels et adopté un mode d'authentification à facteurs multiples. Les nouvelles mesures de sécurité appliquées au réseau des BNP contribuent à réduire les risques de piratage et à protéger les actifs informationnels et les données des membres des SBMFC.
- Les marchés mondiaux ont été très volatils en février 2020 lorsque la pandémie a commencé, ce qui a fait passer le taux de rendement du portefeuille du FCFC à -1,9 % pour la dernière année financière (comparativement à des indices de référence de -3,9 % et de 6,14 % pour l'année 2018-2019). Nous avons pu réduire les pertes en raison de l'adoption préalable d'une stratégie de placement active, plutôt que passive.
- Vu les pertes de placement enregistrées par le FCFC, les entités des BNP qui touchent normalement des intérêts calculés en fonction du taux de rendement du FCFC n'ont rien reçu pour l'année financière 2019-2020; **le Fonds a toutefois conservé son capital.** Les entités ayant choisi d'autres options ont touché leurs intérêts comme à l'habitude.

LES SFM ONT  
OBTENU UNE  
SOMME DE  
810 000 \$ POUR LA  
FORMATION D'UNE  
ÉQUIPE DE SERVICES  
AUX FAMILLES  
CHARGÉE D'OFFRIR  
DU SOUTIEN AUX  
UNITÉS QUI DOIVENT  
COMPOSER AVEC  
UN RYTHME  
OPÉRATIONNEL  
SOUTENU.

---



**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

---

**Les SBMFC ont passé la dernière année** à renforcer leur capacité en tant que fournisseur de choix de services de bien-être et de maintien du moral et à travailler **à faire mieux connaître leur rôle d'organisation à vocation sociale** au sein de leur communauté. Cette approche a contribué à renseigner et à sensibiliser les dirigeants militaires de tous les niveaux quant à l'exercice de leurs responsabilités à l'égard des BNP.

- La conseillère supérieure des biens immobiliers a visité les bases et les escadres pour guider les gestionnaires dans l'exercice de leurs responsabilités à l'égard des BNP, particulièrement en ce qui a trait à la conformité des immeubles. Des rapports après action ont aussi aidé les gestionnaires divisionnaires à s'acquitter de ces responsabilités.
- Les SBMFC ont travaillé sans relâche au cours de la dernière année pour améliorer la gestion environnementale des programmes des BNP. Ils ont notamment présenté les exigences législatives et les obligations de déclaration en matière d'environnement lors de visites aux bases et escadres et de réunions trimestrielles, en plus de les publier sur la page Conformité environnementale de leur site Web.
- Les SBMFC ont tenu leur Symposium annuel des commandants des bases et escadres, qui a aidé 53 hauts dirigeants des FAC à comprendre leurs responsabilités relatives aux BNP et la manière dont les SBMFC favorisent l'état de préparation opérationnelle dans les bases, les escadres et les unités et durant

les missions de déploiement.

- Les SBMFC ont continué de répondre aux priorités ciblées dans la Stratégie en matière de communication, de marketing et de relations avec les parties intéressées des SBMFC (2018-2021).
- Les SBMFC ont tenu un premier atelier Expérience axée sur les membres et les employés les 4 et 5 septembre 2019 à Ottawa. Un groupe formé de 113 employés de toutes les divisions et de toutes les localités s'est réuni pour élaborer une vision commune à l'intention des employés et des membres. Pour continuer sur cette lancée et tirer le maximum du travail effectué lors cette rencontre, un deuxième atelier a été organisé les 19 et 20 février 2020; 124 employés étaient présents.
- Les SBMFC ont créé un nouveau bulletin mensuel pour informer les membres d'UneFC des programmes et services offerts sans envoyer des messages à répétition. Plus de 250 000 membres d'UneFC y sont actuellement abonnés.
- Une formation sur l'expérience client a été offerte à tout le personnel de vente de CANEX au Canada de façon à ce que les compétences des employés cadrent mieux avec les besoins de la communauté militaire.
- La Financière SISIP a élaboré et mis en œuvre des pratiques de planification et de gestion opérationnelle pour améliorer son service à la clientèle et accroître la responsabilisation de ses conseillers. Ces mesures ont permis d'améliorer

l'éducation financière ainsi que le marketing et la prestation des services visant à répondre aux besoins de nos membres.

- L'équipe des commandites des PSP et l'Aviation royale canadienne (ARC) ont conclu une nouvelle entente de niveau de service, dans laquelle les PSP s'engagent à trouver des commanditaires pour la course, le bal et les activités du centenaire de l'ARC durant les cinq prochaines années. L'équipe siège maintenant au comité de planification des activités de financement de l'Armée, de la Marine et de la Force aérienne.
- L'équipe des commodités des PSP envoie toutes les semaines des commodités et des articles saisonniers aux membres des FAC déployés dans 50 endroits du monde.
- L'équipe de soutien aux déploiements a organisé sept tournées de spectacles qui ont diverti 2 200 membres des FAC affectés à des missions et des opérations, notamment à Izmir en Turquie, au camp Adazi en Lettonie, à Rota en Espagne, à la SFC Alert, au Mali et à la base aérienne Ali Al Salem au Koweït.
- L'un des rôles des PSP est de fournir des services de vente au détail aux membres des FAC en déploiement. Depuis le début de l'opération REASSURANCE en Lettonie, les SBMFC exploitent un magasin qui vend des aliments, du café Tim Hortons, des articles de toilette, des souvenirs et d'autres fournitures. Tous les profits bruts vont à la mission et sont redistribués aux membres des pays d'origine et du pays-cadre. Au cours de la dernière année financière, le magasin des PSP a enregistré des ventes d'une valeur de 2,6 M\$, qui ont donné lieu à la distribution de 715 000 \$ de profit pour financer les activités de bien-être et de maintien du moral des membres de l'OTAN.
- Pour offrir un repos bien mérité aux membres des FAC durant leur déploiement, les services de déplacement du Soutien aux déploiements ont réservé des billets d'avion d'une valeur de plus de 8 M\$ pour aider plus de 3 400 membres des FAC à se déplacer durant leur congé à partir de 20 zones de missions opérationnelles partout dans le monde.
- Les SFM ont mis sur pied un groupe de travail sur l'ACS+ afin d'élaborer des procédures qui assureront la conformité de nos politiques et de nos services aux normes du gouvernement canadien, la prise en compte de l'identité et de la réalité de chacun de nos membres et la protection des populations vulnérables.
- Les programmes virtuels des SBMFC sont devenus essentiels dans le contexte de la pandémie de COVID-19. La bonification de la programmation virtuelle était une façon de rester en contact avec notre communauté et de permettre à nos membres de poursuivre leur entraînement, de rester en forme et d'avoir accès à du soutien financier et social et à des

services de ventes au détail. Depuis le 18 mars, les SBMFC offrent du contenu en ligne et ont commencé à offrir graduellement 12 heures de cours de conditionnement physique virtuel par jour et 14 heures d'ateliers de promotion de la santé par semaine. En date du mois d'avril, 540 heures de contenu étaient à la disposition de notre communauté.





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

OBJECTIF STRATÉGIQUE N° 4

---

Cette année, les SBMFC ont continué de se pencher sur les **processus de planification des ressources humaines visant à embaucher et à perfectionner des talents qui seront un gage d'excellence**, à maximiser l'engagement des employés et à leur offrir des programmes et des ressources qui **soutiennent leur bien-être** et leurs intérêts.

- En 2019-2020, les SBMFC ont continué d'offrir des horaires de travail flexibles, des options de congé, des occasions de formation et de perfectionnement, des subventions, des indemnités, des primes et des avantages sociaux pour attirer et maintenir en poste un effectif axé sur les résultats et pour améliorer leur proposition de valeur. Le 1<sup>er</sup> avril 2019, un rajustement au marché a été appliqué à la grille salariale pour que nos salaires demeurent concurrentiels par rapport à ceux du marché du travail externe.
- Plusieurs améliorations ont également été apportées aux régimes d'avantages sociaux au cours de la dernière année, notamment : augmentation de la couverture maximale pour les soins de santé mentale à 1 500 \$ par personne, ajout de psychothérapeutes et de travailleurs sociaux à la liste des fournisseurs admissibles et élimination de la limite de 40 \$ par visite pour les soins paramédicaux.
- Le modèle des compétences partagées a été mis à jour en novembre 2019; il comporte des indicateurs comportementaux ainsi que les habiletés et les capacités associées. Le nouveau modèle appuie une stratégie de gestion des talents

qui favorise l'instauration d'une culture axée sur le rendement.

- Soucieuse du bien-être au travail, la Division des ressources humaines a bonifié la section Bien dans sa peau, bien au boulot du site Web des SBMFC, organisé des foires nationales sur le mieux-être, intégré des comportements favorisant un milieu de travail sain et respectueux dans le modèle des compétences partagées et augmenté la visibilité du Programme d'aide aux employés et à la famille.
- Le 11 mars 2020, l'Organisation mondiale de la Santé a déclaré un état de pandémie en raison de l'écllosion de la COVID-19 dans de nombreux pays. Les SBMFC ont soutenu le chef d'état-major de la défense et maintenu les services essentiels là où ils étaient nécessaires en mobilisant des employés sur place, mais aussi en encourageant le plus possible le télétravail dès que la présence sur place n'était pas requise.
- En partenariat avec le réseau des champions, les SBMFC continuent de bâtir un effectif et un milieu de travail diversifiés et inclusifs

**LES SBMFC  
CONTINUENT  
DE BÂTIR UN  
EFFECTIF ET UN  
MILIEU DE TRAVAIL  
DIVERSIFIÉS ET  
INCLUSIFS.**

---

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

## OBJECTIF STRATÉGIQUE N° 4

---

au moyen de diverses initiatives, comme la campagne de déclaration volontaire menée en octobre 2019, la création d'un Mur de la diversité où figurent des messages des employés de partout au pays, et des efforts de sensibilisation générale pour communiquer l'importance du respect et de l'inclusion dans notre milieu de travail.

- Les PSP ont formé 63 nouveaux candidats à des postes de bien-être et de maintien du moral lors de deux séances de formation à Kingston, en Ontario. Les PSP ont affecté 17 candidats à l'opération IMPACT au Koweït et en Iraq, 41 candidats à l'opération REASSURANCE en Lettonie et trois coordonnateurs du conditionnement physique, des sports et des loisirs à bord du NCSM Ottawa, du NCSM Regina et du navire de ravitaillement Asterix. Ils ont aussi affecté des coordonnateurs des loisirs pour donner six séances de décompression dans un tiers lieu dans le cadre des opérations IMPACT, PRESENCE, ADDENDA et SOPRANO.
- Au cours de la dernière année, la Division des services de l'information a consacré ses efforts à s'assurer d'avoir les compétences nécessaires pour réussir la transformation

numérique. Pour ce faire, 76 % des employés de la Division ont participé à 145 formations dans le but de mettre à niveau ou d'acquérir des compétences en technologie et en affaires. La Division s'est aussi activée à mettre en œuvre un plan intégré d'apprentissage et de perfectionnement visant à développer le savoir-faire numérique de tous les employés des SBMFC. À cette fin, des cours sur la suite Microsoft Office (MS) ont été offerts à toutes les divisions. Un total de 141 cours ont été suivis dans l'organisation. Fait à souligner, 121 de ces cours étaient jugés essentiels pour le savoir-faire numérique. Ils se sont avérés particulièrement importants, puisque nombre de nos employés sont passés au télétravail en mars 2020 en raison de la pandémie de COVID-19.





**POUR NOUS  
JOINDRE**

---



[communications@sbmfc.com](mailto:communications@sbmfc.com)  
Centre de services aux membres : 1-855-245-0330  
[connexionFAC.ca](http://connexionFAC.ca)

Au service de la communauté militaire



Services de bien-être et moral des Forces canadiennes

4210, rue Labelle  
Ottawa (Ontario) K1A 0K2