



# plan d'action 2007-2008

Adopté par le conseil d'administration  
à Montréal le 8 novembre 2006

Suivi fait le 29 novembre 2007

## 1- STRUCTURE

Orientation : Favoriser la participation active de tous les acteurs impliqués dans la structure démocratique et organisationnelle de l'organisme.

### Conseil d'administration régional

Objectifs	Moyens	Indicateurs	Résultats attendus	Échéancier	Ressources	Suivi
Consolider la structure participative de l'organisme.	Adapter au besoin la structure des comités (mission, règles de fonctionnement et autres).	Nombre de comités ponctuels et permanents actifs.	Continuité du travail des quatre comités permanents (bulletin, loisir, roses d'or, jeux) et création d'autres comités au besoin, tel que celui du 35 <sup>e</sup> anniversaire de fondation.	En continu	Le CA, la direction, les coordonnateurs de programmes et autres bénévoles.	Travail se fait en continuité au niveau des 4 comités permanents. Comité du 35 <sup>e</sup> dissout suite à la réalisation de l'événement.
Actualiser la vie démocratique de l'organisme.	Modifier les règlements généraux en fonction d'une pleine participation des membres individuels régionaux à l'assemblée générale de l'organisme.	Droit de vote donné aux membres individuels.	Augmentation de la présence des membres individuels à l'AGA et donc de leur participation active.	2008-1	Le CA.	À développer

### Clubs

Objectifs	Moyens	Indicateurs	Résultats attendus	Échéancier	Ressources	Suivi
Accroître la qualité et la quantité des relations avec les clubs.	Mettre en place une stratégie de visite des clubs afin d'établir leurs besoins et le portrait de la situation.  Mettre à jour les dossiers des clubs par l'obtention des documents pertinents (règlements généraux, états financiers, procès-verbaux d'assemblées générales, etc.)	Nombre de visite dans les clubs.  Nombre de dossiers complets des clubs.	25 visites annuellement.  Avoir tous les dossiers complets des clubs.	2007-2  2008-2	Le CA, la direction et l'agent de développement.	Plus de 30 visites de clubs réalisées en 2007, mais une stratégie reste à développer pour rencontrer tous les ca des clubs pour mettre à jour leur dossier et notre « relation d'affaire » afin de promouvoir la FADOQ.

	Offrir des formations en gestion ou autres (loisir, recrutement, trésorerie, etc.) aux membres des conseils d'administration des clubs.	Nombre de formations offertes.	Tenue d'une formation annuelle sur les rôles et responsabilités pour les administrateurs de clubs. Une autre formation au besoin.	2008-1		Des formations personnalisées sur les règlements généraux ont eu lieu avec 4 clubs.
	S'assurer de la plus grande participation possible des clubs aux assemblées des administrateurs des clubs.	Nombre de participants présents à chacune des assemblées.	Avoir plus d'une centaine de participants aux assemblées et rejoindre au moins 60% des clubs.	2008-2		La participation aux assemblées augmente graduellement.
Dynamiser les clubs afin de renouveler leur clientèle.	Augmenter le nombre de membres FADOQ dans les CA des clubs.  Augmenter le nombre de membres FADOQ dans les clubs.	Nombre de membres FADOQ siégeant sur les CA.  Nombre de membres FADOQ dans les clubs	Augmenter le nombre de membres FADOQ des CA dans les clubs de 50%.  Augmenter le membership dans les clubs de 10% en proposant de nouvelles stratégies de recrutement.	2008-2	Le CA, la direction. Plan marketing de la FADOQ provinciale.	À développer

### Fonctionnement interne

Objectifs	Moyens	Indicateurs	Résultats attendus	Échéancier	Ressources	Suivi
S'assurer d'un rendement efficace du personnel.	Favoriser la connaissance générale des dossiers au niveau de tous les employés.  Répondre aux attentes de la clientèle en matière de satisfaction.  Offrir un cadre de travail dynamique.  Favoriser la formation continue des employés.	Résultats des évaluations de rendement des employés.  Évaluation par les participants aux activités organisées.  Intérêt des employés pour leur travail.  Nombre de formations auxquelles ont participé les employés.	Connaissance générale de tous permettant une polyvalence des employés.  Offrir un service à la clientèle de qualité se traduisant par une satisfaction de la clientèle.  Climat de travail dynamique confirmé par la bonne humeur et l'intérêt démontré au travail.  Participation des employés à des formations ciblées.	En continu	Tout le personnel et les bénévoles impliqués dans le service à la clientèle	L'ensemble des employés satisfait aux exigences de leur poste et ont une bonne connaissance de la FADOQ. Deux employés ont suivi une formation en 2007 pour les aider dans leurs tâches. D'autres restent à venir.

## 2- LOISIRS

Orientation : Développer notre leadership dans la promotion de la pratique d'activités physiques, récréatives et sportives chez les personnes de 50 ans et plus.

### Jeux de l'Île de Montréal des 50 ans et plus

Objectifs	Moyens	Indicateurs	Résultats attendus	Échéancier	Ressources	Suivi			
Promouvoir l'activité physique par l'organisation des Jeux de l'Île de Montréal des 50 ans et plus.	Réaliser les Jeux sur deux semaines incluant des activités gratuites et un volet participatif afin de favoriser l'ambiance de fête et la participation.	Réalisation des Jeux sur deux semaines incluant le Défi Santé et des volets compétitifs et participatifs à plus de la moitié des disciplines présentées.	Augmentation de la participation générale et de la satisfaction de la clientèle grâce à la diversité des activités présentées, à la qualité du travail d'organisation et de réalisation du comité et à l'aspect promotionnel des Jeux.	2007-1 et 2008-1	Le CA, la direction, le coordonnateur et le comité organisateur.	Les Jeux 2007 ont eu lieu dans une diversité d'endroits. Ils ont connu une hausse de participation de 53%. et ont présenté 4 disciplines suppl. Sur les 15 disciplines au programme, 8 avaient un volet participatif.			
	Favoriser l'alternance des sites de rencontres des activités récréatives et sportives sur l'ensemble de l'Île de Montréal.	Ne pas tenir la même discipline au même endroit que l'année précédente si la diversité et la qualité des installations le permettent.					Les évaluations des participants sont positives dans 100% des cas répertoriés.		
	Offrir un service de qualité aux membres dans les différents aspects organisationnels de l'événement.	Évaluation des participants.						Manque un responsable dans 8 disciplines.	
	Consolider le comité organisateur représentatif de l'ensemble des activités récréatives et sportives.	Comité organisateur composé d'un responsable par discipline présentée.							Augmentation de la participation due aux efforts de promotion.
	Faire la promotion des Jeux à l'intérieur et à l'extérieur de notre réseau.	Nombre d'affiches et dépliants distribués. Couverture médiatique obtenue.							
Célébrer de façon particulière le 10 <sup>e</sup> anniversaire des Jeux en 2007.	Caractère original des activités du 10 <sup>e</sup> .								

## Jeux des Aînés du Québec

Objectifs	Moyens	Indicateurs	Résultats attendus	Échéancier	Ressources	Suivi
Former une délégation représentant la région de l'île de Montréal aux Jeux des Aînés du Québec.	Budgéter le financement des participants aux Jeux des Aînés du Québec.	Montant identifié au budget.	Budgéter 2000\$ pour la participation de notre délégation.	2007-2 et 2008-2	Le CA, la direction et le coordonnateur.	Nous avons financé pour un montant global de 3265\$.
	Faire connaître les Jeux à l'aide d'articles dans le bulletin, sur le site, etc.	Nombre d'articles promotionnels des Jeux.	Meilleure connaissance des Jeux dans notre réseau.	2008-1		Article promotionnel dans le Bulletin et sur le site internet.
	Encourager les autres regroupements régionaux FADOQ à inclure des disciplines sportives dans leurs Jeux pour une présentation de ces disciplines aux Jeux des Aînés du Québec.	Nombre de disciplines sportives présentées aux Jeux des Aînés du Québec.	Présentation d'au moins deux disciplines sportives parmi les suivantes : badminton, course, tennis, natation.			Travail effectué au niveau du comité Défi 50 +, de la planification stratégique provinciale et des autres directions régionales.

## Activités récréatives, sportives, culturelles et sociales

Objectifs	Moyens	Indicateurs	Résultats attendus	Échéancier	Ressources	Suivi
Mettre sur pied une programmation d'activités complémentaires aux activités des clubs.	Présenté le Programme Un temps pour l'art.	Programmation des activités.	Encourager la clientèle à développer des habitudes culturelles régulières.	En continu	La direction, l'agent de développement et le comité loisir.	Plus de 25 activités présentées dans ce programme.
	Organiser des Jeux en Tête (bridge, carte, scrabble et autres).	Nombre d'événements ou de tournois présentés.	Présenter un tournoi de bridge annuel et évaluer la possibilité de présenter un autre événement Jeux en Tête.	2007-2		2 tournois de bridge/an présentés.
	Établir un partenariat avec les musées de Montréal.	Nombre de musées partenaires et nature du rabais accordé aux membres.	Offrir aux membres un rabais dans 2 ou 3 musées de Montréal.	2008-2		Entente signée avec les muséums nature Montréal. Refus de la part des musées Pointe

	Faire connaître les activités des autres régions (Inter régionalisation) et développer des activités en partenariat avec les autres régions.	Nombre d'activités promues et organisées en collaboration.	Promouvoir, via le site internet, les événements des autres régions s'adressant à tout le Québec et organiser le tournoi de golf interrégional.	En continu	à Callières et des Beaux arts.  Promotion des Jeux d'hiver des Laurentides et de la Randonnée de ski de fond et raquettes du Saguenay. Organisation du tournoi de golf interrégional.
	Identifier des responsables d'activités dans les clubs et maintenir des relations de collaboration.	Liste des responsables d'activités dans les clubs et nombre de rencontres ou communiqués leur étant adressés.	Accentuer la promotion des activités locales et régionales à toute la clientèle.	2007-2	À développer
	Développer le réseau des activités récréatives aux membres individuels.	Nombre d'activités offertes aux membres.	Offrir un service direct aux membres individuels.	En continu	Poursuite des ateliers offerts en 2006, développement de nouveaux, tels improvisation, horticulture, rendez-vous des marcheurs, troupe de théâtre.
	Étudier la mise sur pied d'un processus continu d'encouragement à l'activité physique.	Résultats recueillis suite à l'analyse du dossier.	Développer notre leadership en matière de promotion de l'activité physique.	2008-2	À développer

## Ateliers FADOQ.CA

Objectifs	Moyens	Indicateurs	Résultats attendus	Échéancier	Ressources	Suivi
Poursuivre et bonifier le programme de formation en informatique « Ateliers FADOQ.CA ».	Établir un partenariat avec les centres communautaires et autres organismes de formation.	Nombre de partenariat conclu.	Offre de plusieurs alternatives à la clientèle qui juge nos installations trop éloignées.	En continu	L'agent de développement et les formateurs.	Développement d'un partenariat avec la bibliothèque de PAT.
	Coordonner le travail de l'équipe de bénévoles et recrutement de bénévoles au besoin.	Réunions et suivis auprès des formateurs et nombre de nouveaux bénévoles.	Satisfaction de nos formateurs et formation de nouveaux bénévoles.			Recruter 2 nouveaux bénévoles en 2007 et 4 rencontres annuelles de suivi avec l'équipe.
	Assurer le suivi auprès des participants des Ateliers.	Inscription, présence et évaluation.	Rétention et satisfaction de la clientèle.	2007-1		Les ateliers sont complets.
	Maintenir une campagne publicitaire continue.	Couverture médiatique obtenue.	Bonne couverture médiatique permettant une maximisation des inscriptions.			Couverture médiatique suffisante.
	Poursuivre la formation des formateurs.	Nombre de nouveaux ateliers offerts.	Offrir un atelier de caméra numérique.			Offre un atelier sur le traitement de la photo numérique

## Voyages régionaux

Objectifs	Moyens	Indicateurs	Résultats attendus	Échéancier	Ressources	Suivi
Bonifier l'offre de voyage de court, de moyen et de long séjour.	Effectuer une campagne publicitaire auprès des médias.	Couverture médiatique.	Parution des voyages dans le Bel-Âge et dans les journaux hebdomadaires.	En continu	La direction et la responsable des voyages.	Emphase à accentuer.
	Établir des partenariats avec les clubs.	Nombre de partenariat établi.	4 et 5 partenariats annuels.	2007-2		Les clubs semblent ne pas vouloir développer ce service, sont très « possessifs » de leurs voyages respectifs.

### 3- MISSION SOCIALE

Orientation : Favoriser une plus grande autonomie et une implication active des aînés de l'Île de Montréal dans les dossiers sociaux affectant leur qualité de vie (santé, logement, sécurité, vie citoyenne, etc.).

#### Programme Qualité-Vie

Objectifs	Moyens	Indicateurs	Résultats attendus	Échéancier	Ressources	Suivi
Contribuer à l'offre de loisir culturel dans les CHSLD et les résidences privées de la région.	Gérer l'enveloppe du Programme Qualité-Vie.	Nombre de résidences et de clients rejoints.	Participer à une soixantaine de spectacles et rejoindre plus de 4000 personnes.	En continu	La direction.	4079 personnes ont bénéficié de nos services dans le cadre de 65 spectacles.
	Budgéter du financement supplémentaire pour améliorer notre support aux résidences dans le cadre du programme Qualité-Vie.	Financement supplémentaire budgété.	Prévoir un budget supplémentaire de 2000\$ à 4000\$ pour rejoindre plus de résidents.	2007-2		59 spectacles ont été offerts dans 28 résidences différentes pour un total de 4832 personnes touchées par nos contributions totalisant 3350.00\$ dans la formule améliorée.

#### Programme Roses d'Or

Objectifs	Moyens	Indicateurs	Résultats attendus	Échéancier	Ressources	Suivi
Favoriser l'amélioration qualitative des résidences privées pour aînés situées sur l'Île de Montréal.	Poursuivre le programme « Rose d'Or » - An deux de la phase II.	Offre de formations dans le continuum de services aux résidences privées.	Offrir 5 à 7 formations sur des thèmes variés offertes à différents points de services dans les deux langues.	2007-1	La direction, la coordonnatrice du programme et le CAR.	5 séries de formation ont été organisées
	Poursuivre le programme « Rose d'Or » - An un de la phase III.	Recrutement des résidences à participer au programme pour la parution du Bottin 2008-2010	Augmenter le nombre de résidences participantes de 10 à 15% par rapport à 2006-2008, donc rejoindre 110-115 résidences.	2007-2008		Il n'y aura pas de recrutement dans le cadre du programme actuel.

	Suivre le dossier de la certification obligatoire de la Loi 83.	La décision du gouvernement quant à l'organisme reconnu pour l'application de la Loi.	Poursuite ou arrêt du Programme Roses d'Or.	2007		Le programme doit être modifié et accepté par le gouvernement pour poursuivre ses activités.  Poursuite des activités de suivi. Réalisation de 23 visites de suivi de la part de la coordonnatrice et de 4 rencontres du CAR.
--	-----------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------	------	--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

### Dossiers sociaux

Objectifs	Moyens	Indicateurs	Résultats attendus	Échéancier	Ressources	Suivi
Défendre les droits et les besoins des aînés de 50 ans et plus.	Travailler en partenariat avec le service de police de Montréal et les organismes concernés pour contrer la violence faite aux aînés.  Publier des chroniques sur la sécurité des aînés sur le site internet et dans le bulletin.	Nombre d'actions posées ou de démarches entreprises visant la sécurité des aînés.  Le nombre de chroniques publiées.	Assurer la promotion d'initiatives et participation à des comités visant à mieux outiller les aînés en matière de sécurité.  Quatre chroniques par année pour sensibiliser notre clientèle aux mesures de sécurité.	En continu	Le CA et la direction.	Membre du RQCAA et du comité vigie-aînés du SPVM. Développement du cache monnaie avec le SPVM. Participation au colloque provincial sur la sécurité des aînés.  Le SPVM publie 4 chroniques annuellement dans le bulletin de liaison et sur le site internet.
Développer notre leadership social.	Identifier des dossiers rassembleurs, tels que la sécurité dans les rues, dans les parcs, l'éclairage urbain, la grosseur du nom des rues, l'entretien des routes en hiver, l'accès à des équipements et installations.	Nombre de dossiers identifiés et défendus publiquement.	Défendre deux ou trois dossiers rassembleurs comme démonstration de notre implication directe dans la défense des droits et intérêts.	2008-1	Le conseil d'administration et la direction.	Allocution lors de la Consultation sur les conditions de vie des aînés. Dépôt d'un mémoire sur la place des aînés dans la famille montréalaise. Promotion de

	Analyser la possibilité de s'associer à une cause sociale qui vient directement en aide aux aînés démunis.	Résultat de l'analyse.	Identification d'une cause.	2007-2		l'importance de la sécurité des aînés par diverses implications. Dossier des proches aidants apporter au CA provincial. Membre du comité transport avec COMACO. Pétition sur la résiliation du Bail.
	Faire connaître à notre clientèle les dossiers traités par la FADOQ.	Le niveau de connaissance de la clientèle du travail de la FADOQ dans les dossiers traités.	Identification, par la clientèle, des dossiers majeurs traités.	2008-1		À développer.  Éditorial du Bulletin consacré aux dossiers sociaux. Mise à jour régulière d'information sur le site internet.

### Conférences et Formations

Objectifs	Moyens	Indicateurs	Résultats attendus	Échéancier	Ressources	Suivi
Rendre accessible à la clientèle de l'information sur différents sujets.	S'associer à des organismes partenaires pour la présentation de conférences, ateliers, débats et formations diverses.  Participer à des forums.	Nombre de partenariats et d'offres développés.  Nombre de forums auxquels nous avons pris part.	Assurer la promotion, en partenariat, d'un minimum de deux conférences mensuellement.  Assister à un minimum de deux colloques par année pour se tenir à jour sur différents dossiers.	En continu	Le CA et la direction.	Promotion des conférences de l'OVS, de l'IUGM, de la soc. Alzheimer, formations réseau Entre-Aidants, de l'Asso. l'amitié n'a pas d'âge, du Centre d'action bénévole de Montréal, etc.  Vieillir en sécurité, à quelles conditions; De 55 à 105 ans, mille façons de s'engager; Journée de la santé publique; Colloque ARCPQ

### Service de références

Objectifs	Moyens	Indicateurs	Résultats attendus	Échéancier	Ressources	Suivi
Référer les aînés de Montréal vers les ressources adéquates.	Mettre à jour régulièrement la liste des différents services, références téléphoniques et listes sur le site internet et au bureau régional.	Référence adéquate	Offre d'un service répondant aux demandes de la clientèle.	En continu	La direction et la réceptionniste.	Service de références au quotidien.

## 4 - COMMUNICATION ET MARKETING

Orientation : Assurer l'efficacité de l'ensemble des moyens de communication existants et à venir en fonction d'une communication efficace entre les différentes instances internes et avec les interlocuteurs externes.

### Partenariat

Objectifs	Moyens	Indicateurs	Résultats attendus	Échéancier	Ressources	Suivi
Établir de bonnes relations de partenariat.	Respecter les ententes de partenariat avec AXA, l'Agence de santé, et autres.  Bonifier les avantages à la carte dans les secteurs de la santé, des loisirs, des biens de consommation et des services.	La qualité des relations et la continuité du partenariat.  Le nombre de partenaires.	Assurer la qualité des relations avec les partenaires.  Maintenir une bonne entente avec les partenaires actuels et ajouter 3 nouveaux partenaires par année.	En continu	La direction	Mise à jour de toutes les ententes (pochette de presse, éléments de visibilité)  Dossier pris en charge par l'agent de développement. Ajout de 7 nouveaux partenaires.

### Bulletin régional

Objectifs	Moyens	Indicateurs	Résultats attendus	Échéancier	Ressources	Suivi
Produire un Bulletin de qualité.	Publier un contenu original, intéressant et diversifié en avec le personnel, comité de lecture, des bénévoles et des partenaires.	La satisfaction générale de la clientèle.	Présentation d'articles d'intérêt général et de nos activités régionales démontrant notre implication et nos services.	En continu	La direction, le comité de lecture, des bénévoles et les coordonnateurs.	Bulletin publié 4 fois par année de 12 à 16 pages : chroniques, articles divers et activités.

Rejoindre l'ensemble de nos membres et de notre clientèle.	Publier des articles traitant des activités ou événements des clubs et membres individuels.	Nombre d'articles publiés.	Publier un portrait de membre ou de club par parution.	2007-2	La direction, des bénévoles et une ressource externe (anglophone).	« Portrait de membre » est publié à chaque parution. La promotion de nos activités est faite dans chaque Bulletin.
	Publier des articles pour les membres anglophones.	Nombre d'articles publiés.	Publier un article en anglais par Bulletin.	2007-2		À développer.
	Évaluer la possibilité d'élargir la distribution du Bulletin.	Nombre de points de distribution externe.	Se faire connaître à l'extérieur du réseau FADOQ.	2008-2		Bulletin envoyé à tous les partenaires et collaborateurs.

### Site internet

Objectifs	Moyens	Indicateurs	Résultats attendus	Échéancier	Ressources	Suivi
Mettre l'accent sur l'information concernant la clientèle des 50 ans et plus ainsi que sur la promotion des clubs et des membres individuels.	Dynamiser le site en favorisant le renouvellement des articles et des chroniques.	Date des mises à jour effectuées.	Mise à jour hebdomadaire des sections chroniques, nouvelles et babillard.	En continu	La direction et l'agent de développement.	Mise à jour quasi quotidienne.
	Rédiger des articles traitant de la vie associative et des réalisations des membres individuels.	Nombre d'articles produits.	Accroître l'intérêt des membres et appropriation du site par les clubs.	2008-1		À ce jour, 7 clubs utilisent le site internet pour fournir de l'information à leurs membres.
	Mettre en place une page anglophone sur le site.	Mise en ligne de la page anglophone.	Développer l'intérêt des membres anglophones.	2007-2		À développer.
	Faire parvenir le Bulletin courriel régulièrement.	Nombre de bulletins courriel envoyés.	Soulever l'intérêt des membres.	En continu		Bulletin envoyé 2 fois par mois.

## Visibilité générale

Objectifs	Moyens	Indicateurs	Résultats attendus	Échéancier	Ressources	Suivi
Accroître notre visibilité.	Participer à divers salons locaux et régionaux.	Nombre de salons.	Accroître la connaissance de la clientèle sur l'existence de notre organisme, ses services et ses réalisations.	En continu	Le CA, la direction et l'agent de développement	Participation à 8 salons ou kiosques d'information dans des événements grand public.
	Intensifier les rapports avec les médias.	Couverture médiatique obtenue.	Augmenter le membership.	2007-2		Pas d'augmentation de membres, mais couverture des Jeux et du 35 <sup>e</sup> anniversaire.
	Évaluer la possibilité de faire des placements publicitaires.	Budget identifié.		2007-1		Placements effectués à 7 reprises dans le Bel-Âge, l'Itinéraire et l'Agenda de l'AERVM.
	Développer des outils et objets promotionnels.	Nombre d'outils et d'objets développés.		2008-2		Crayons, serviettes, porte-cartes.
	Identifier différents moyens pour augmenter notre visibilité générale.	Nombre de moyens identifiés.		2008-1		Activités porte-ouverte (ex. Semaine FADOQ), publicités, conférences dans les résidences et associations diverses, inscription des partenaires au Bulletin Courriel et à la revue Virage, participation à des Salons, collaborations avec organismes d'ainés. Promotion de notre organisme par le biais de Prix Dollard-Morin reçu au niveau régional et provincial.

## 5 - FINANCEMENT

Orientation : Augmenter les revenus afin de mieux remplir la mission sociale et de loisir de l'organisme.

### Membership

Objectifs	Moyens	Indicateurs	Résultats attendus	Échéancier	Ressources	Suivi
Augmenter le nombre de membres.	Mettre sur pied une campagne de recrutement, arrimée avec celle provinciale.	Le nombre de nouveaux membres suite à cette campagne.	Assurer l'autofinancement de cette campagne par le nombre d'adhésions obtenues.	2007-1	Le CA, la direction et l'agent de développement.	Promotion avec Paul Hervieux. Promotion crédit de 3\$ pour les clubs.
	Recruter de nouveaux clubs d'intérêts.	Nombre de nouveaux clubs.	Recruter un nouveau club annuellement.	2008-2		En développement
	Mettre sur pied des nouveaux projets autofinancés.	Développement des projets.	Mettre sur pied un nouveau projet annuellement.	2007-2		Cache monnaie, Déjouez l'hiver, Zoom Santé,
	Développer de nouvelles activités grand public ouvertes à tous.	Nombre de nouvelles activités ayant permis de recruter des membres.	Recruter de nouveaux membres par le biais de ces activités.	2007-2		Rendez-vous des marcheurs, Semaine FADOQ, Zoom Santé, Déjouez l'hiver
	Réaliser une relance auprès des personnes n'ayant pas renouvelé entre 2001 - 2005.	Nombre de membres recrutés avec les relances.	Assurer l'autofinancement de cette relance	2007-1		Relance effectuée.

### Subventions

Objectifs	Moyens	Indicateurs	Résultats attendus	Échéancier	Ressources	Suivi
Identifier de nouvelles sources de financement.	Effectuer une recherche parmi les organismes subventionnaires.	Nombre de demandes de subvention faites.	Démarrer les nouveaux projets avec l'aide d'une subvention.	En continu	La direction et l'agent de développement.	Subventions demandées : Agence et DSP pour Roses d'Or, Du Cœur à l'action pour Cache monnaie, OPEQ pour ordinateurs dans les clubs.