

# Plan stratégique 2021–2024

**CRÉER.**

**PARTAGER.**

**MOBILISER.**



# RAISON D'ÊTRE >

DE LE SPORT C'EST POUR LA VIE

Améliorer la qualité de vie du plus grand nombre de personnes possible grâce au sport et à la littératie physique.

# ASPIRATIONS 2030 >

- Projets, produits et services percutants
- Expertise diversifiée grâce aux meilleurs talents
- Leadership d'opinion innovant
- Résilience et viabilité financières





## VISION >

Apporter du changement positif dans les systèmes et la société en offrant des possibilités équitables de participer à des expériences de sport et de littératie physique de qualité.

## MISSION >

**CRÉER, PARTAGER** et **MOBILISER** les connaissances pour soutenir le sport, les loisirs, la santé, l'éducation et les agences gouvernementales au moyen d'une gestion de projet efficace et des ressources de qualité en matière de sport et de littératie physique, tout en éliminant les obstacles à l'équité, à la diversité, à l'inclusion et à l'accessibilité.



**VALEURS** > Ces valeurs expriment notre vision du monde et se reflètent dans tout ce que nous disons et faisons en tant qu'organisation.

**COLLABORATION POUR UN SUCCÈS À LONG TERME**

Notre succès est entièrement lié à la force de la collaboration avec nos partenaires et intervenants ainsi qu'à l'objectif commun que nous partageons avec eux.

**INNOVATION**

Nous visons à innover avec de nouvelles méthodes et idées et de nouveaux produits et services, et à continuer à fournir une expertise en littératie physique et en sport de qualité dans les sphères de la planification, de la programmation et des politiques publiques.

**ÉQUITÉ, DIVERSITÉ, INCLUSION ET ACCESSIBILITÉ**

Nous accueillons différents points de vue et expériences pour enrichir nos projets, produits et services, ce qui contribue à éliminer les obstacles qui empêchent chacun de bénéficier d'occasions de pratiquer un sport de qualité et de développer sa littératie physique.



## CITOYENNETÉ MONDIALE

Nous aspirons à contribuer de manière significative à la société en suivant les conseils des ressources clés et les recommandations sociales, y compris, mais sans s’y limiter : les objectifs de développement durable des Nations Unies; les appels à l’action de la Commission de vérité et réconciliation du Canada; le *Plan d’action mondial pour l’activité physique*; *Une Vision commune pour favoriser l’activité physique et réduire la sédentarité au Canada : Soyons actifs*; et la *Politique canadienne du sport*. En adoptant ces objectifs dans tout ce que nous faisons, nous pouvons agir comme un catalyseur de changement dans les communautés et les organisations du monde entier.

## AMÉLIORATION CONTINUE, MÊME EN CONTEXTE DIFFICILE

Nous croyons dans le *kaizen*, une philosophie d’entreprise japonaise d’amélioration continue. Nous nous engageons à réfléchir et à trouver une meilleure voie à suivre dans tout ce que nous faisons – avec nos partenaires, avec nos équipes, avec nos solutions.

## INTÉGRITÉ

Nous nous efforçons de faire la bonne chose, de la bonne manière, toujours. Nous sommes déterminés à être transparents; à joindre le geste à la parole; à collaborer ouvertement; à apprendre et à grandir avec humilité; à agir avec honnêteté, respect et honneur; à être réceptifs aux commentaires et à ne pas avoir peur d’être nous-mêmes.

## NOTRE HISTOIRE >

En 2014, la Société du sport pour la vie a été constituée en tant que société à but non lucratif, une évolution naturelle après 10 années de croissance du mouvement du mouvement Au Canada, Le sport c'est pour la vie. Nous avons œuvré pour devenir catalyseur de changement et connecteur de systèmes au profit des individus de tous âges et capacités, notamment des populations traditionnellement mal desservies et des groupes en quête d'équité. Au cours des cinq dernières années, Le sport c'est pour la vie a élaboré plus de 120 ressources et fourni des services à plus de 130 communautés canadiennes. Grâce à nos produits et services de gestion de projet et de mobilisation des connaissances, nous nous sommes connectés à près de 100 nations et plus de 100 partenaires. L'organisation a connu une croissance telle qu'elle rejoint maintenant près de quatre millions de personnes chaque année.





## Les trois PRIORITÉS STRATÉGIQUES >

de Le sport c'est pour la vie pour 2021-2024 :

- 1** Renforcer les relations et alliances stratégiques (nouvelles et existantes) dans les domaines du sport, des loisirs, de la santé, du bien-être et de l'éducation afin d'améliorer la qualité du sport et de faire progresser la littératie physique.
- 2** Améliorer la diffusion des produits et des savoirs ainsi que la mobilisation afin d'accroître notre portée et notre impact à l'échelle mondiale.
- 3** Optimiser le rendement de notre organisation afin d'en assurer la pérennité.

## PRIORITÉ STRATÉGIQUE

Renforcer les relations et alliances stratégiques (nouvelles et existantes) dans les domaines du sport, des loisirs, de la santé, du bien-être et de l'éducation afin d'améliorer la qualité du sport et de faire progresser la littératie physique.

## OBJECTIFS STRATÉGIQUES

- Générer davantage d'occasions pour les organisations et les dirigeants des domaines du sport, des loisirs, de la santé et de l'éducation d'accéder à des ressources de savoir de premier plan, à des possibilités de formation et à des outils qui leur permettront de renforcer les capacités de leurs communautés en matière de sport de qualité et de littératie physique.
- Inspirer et soutenir l'élaboration de politiques gouvernementales interconnectées; l'avancement des programmes et des investissements dans l'éducation, le sport et l'activité physique; l'amélioration de la conception des infrastructures de loisirs; et l'ajout de programmation en lien avec la santé et le bien-être.
- Bâtir et maintenir un réseau actif de partenaires dans les domaines du sport, des loisirs, de la santé et de l'éducation qui travailleront ensemble pour promouvoir le sport de qualité et la littératie physique
- Élaborer une stratégie de mise en marché pour identifier les opportunités et cibler les investissements.

---

## PRIORITÉ STRATÉGIQUE

Améliorer la diffusion des produits et des savoirs ainsi que la mobilisation afin d'accroître notre portée et notre impact à l'échelle mondiale.

---

---

## OBJECTIFS STRATÉGIQUES

- Innover et faire évoluer les ressources de savoir de Le sport c'est pour la vie en mettant l'accent sur le développement à long terme des athlètes et des participants; la confiance, la motivation et l'apprentissage social et émotionnel qui découlent du développement de la littératie physique; et le lien global entre le sport et l'activité physique et la santé mentale.
- Aider les organisations et les dirigeants du sport, des loisirs, de la santé et de l'éducation à améliorer la qualité des programmes et l'efficacité de leur conception et de leur exécution.
- Diversifier l'offre des produits Le sport c'est pour la vie en termes de format et de prix pour en accroître la portée, l'accessibilité et l'impact, ainsi que pour assurer la viabilité financière de l'organisation.
- Élaborer des programmes de certification Le sport c'est pour la vie dans le but de renforcer et de maintenir la qualité du contenu et la réalisation de ses approches et de sa méthodologie.
- Mesurer l'impact à long terme de la gestion de projet, de la mobilisation des connaissances et des ressources Le sport c'est pour la vie.



## PRIORITÉ STRATÉGIQUE

Optimiser le rendement de notre organisation afin d'en assurer la pérennité.

### OBJECTIFS STRATÉGIQUES

- Assurer la saine gouvernance, le contrôle financier et la conformité.
- Moderniser nos systèmes de gestion de l'information et de production de rapports.
- Rehausser la capacité de notre équipe à s'engager de manière proactive, significative et efficace sur une base continue avec nos partenaires, nos intervenants et nos représentants.
- Créer un environnement de travail dynamique et positif pour maintenir une main-d'œuvre talentueuse et motivée.
- Rechercher des gains d'efficacité dans l'ensemble de l'organisation.

# MESURER NOTRE SUCCÈS >

**Opérations**

**Finances**

**Offre de  
produits**

**Impact  
social**

**Personnes  
/ Talents**

**Innovation**

**Relations  
avec les  
partenaires**

**Offre de  
services**

**Initiatives  
stratégiques**



**Le sport c'est  
pour la vie**

---

**CREER. PARTAGER. MOBILISER.**