



CANADIAN ARTHRITIS NETWORK | LE RÉSEAU CANADIEN DE L'ARTHRITE

Conseil consultatif des consommateurs

Plan stratégique pour 2005 et les années suivantes

HISTORIQUE

Le 30 novembre et le 1^{er} décembre 2002, le Conseil consultatif des consommateurs (CCC) s'est réuni pour sa première session de planification stratégique. Le processus fut difficile mais couronné de succès puisque les membres ont terminé les deux jours avec un plan stratégique très complet comprenant les activités souhaitées et les tâches détaillées favorisant la participation des consommateurs au Réseau canadien de l'arthrite (RCA). Le plan stratégique a été présenté au comité de gestion du RCA et a reçu l'approbation du conseil du RCA. C'était un plan très ambitieux mais avec l'intérêt, l'engagement et l'initiative manifestés par ce groupe exceptionnel de consommateurs, nous avons réalisé la plupart des activités prévues par le plan stratégique.

Le CCC a connu un changement important dans sa composition au début de 2004. Quatre de ses membres avaient complété leurs mandats et il fallait de nouvelles personnes dévouées pour les remplacer. Pour ce faire, on a mis en place un processus de nomination visant à remplacer ces membres au cours des mois précédant ce changement imminent. On a aussi décidé à ce moment que le Nord du Canada et les communautés autochtones devaient avoir des représentants au sein du Conseil.

On a recruté de nouveaux membres et nous les avons intégrés au CCC lors de la retraite Transitions qui a eu lieu en février 2004. L'année 2004 a d'ailleurs été une année de transition autant pour les nouveaux membres que pour les « anciens » membres. Nous avons aussi décidé d'étendre notre partenariat en incluant de nouveaux membres associés d'autres organismes d'intervention sur l'arthrite et en précisant les paramètres de l'engagement et des responsabilités du CCC. À la fin de 2004, les membres nouveaux et existants ont pensé qu'ils étaient prêts à préparer un nouveau plan stratégique pour les prochaines années.

Le 14 novembre 2004, à la fin de l'assemblée annuelle du RCA, le Conseil consultatif des consommateurs s'est réuni à Vancouver pour entreprendre sa deuxième session de planification stratégique. Les participants comprenaient :

MEMBRES DU CCC

Jay Fiddler (coprésident)	Colombie-Britannique
Jean Légaré (coprésident)	Québec
Delphine Elleze	Nord du Canada
Anne Fouillard	Provinces de l'Atlantique
Diane Gerhard	Manitoba
Joyce Greene	Communautés autochtones
Marlene Harrison	Alberta
Catherine Hofstetter	Ontario
Wilson Quail	Saskatchewan

MEMBRES ASSOCIÉS

Corrie Billedeau	Patients-partenaires contre l'arthrite
Anne Dooley	Alliance canadienne des arthritiques

Sandy Lockwood
Pam Montie

Arthritis Consumer Experts
Conseil consultatif des consommateurs du Centre
de recherche sur l'arthrite du Canada

La session a commencé avec un exercice de mise en situation où le groupe a déterminé les réalisations, les leçons tirées et les défis de l'année précédente. Le groupe a révisé ses valeurs, sa vision et ses énoncés de mission. Ces exercices ont pour but de créer des occasions et de favoriser la créativité dans la mise au point du plan. D'autres exercices comprenaient la détermination et la mise en ordre de priorité des domaines de travail. Les membres étaient d'avis qu'il y avait encore du travail à faire dans les domaines déterminés au cours de la dernière session de planification.

RÉSULTATS ET DÉFIS DU CCC EN 2004

Résultats et réalisations

- des réalisations organisationnelles comme la gestion budgétaire, les paramètres, le protocole des réunions et autres éléments;
- de meilleures communications;
- la variété des membres : vers une diversité croissante
- incitation à faire partie d'autres conseils comme l'Organisation nationale de la santé autochtone (ONSA);
- le recrutement et la participation des nouveaux membres;
- l'excellence et le professionnalisme au sein du CCC;
- la formation scientifique des membres;
- la reconnaissance par les Réseaux de centres d'excellence (RCE).

Défis

- la reconnaissance de l'importance des réseaux et des associés;
- la communication;
- l'esprit d'équipe;
- la dissémination de l'information;
- les questions exclusives et la confidentialité;
- la reconnaissance de la valeur de la participation des consommateurs au RCA;
- la diffusion des connaissances sur l'arthrite dans la communauté autochtone;
- la clarification du transfert et de l'échange de connaissances et de leurs applications.

VALEURS DU CCC

- responsabilité
- grande inclusivité
- intégrité
- transparence

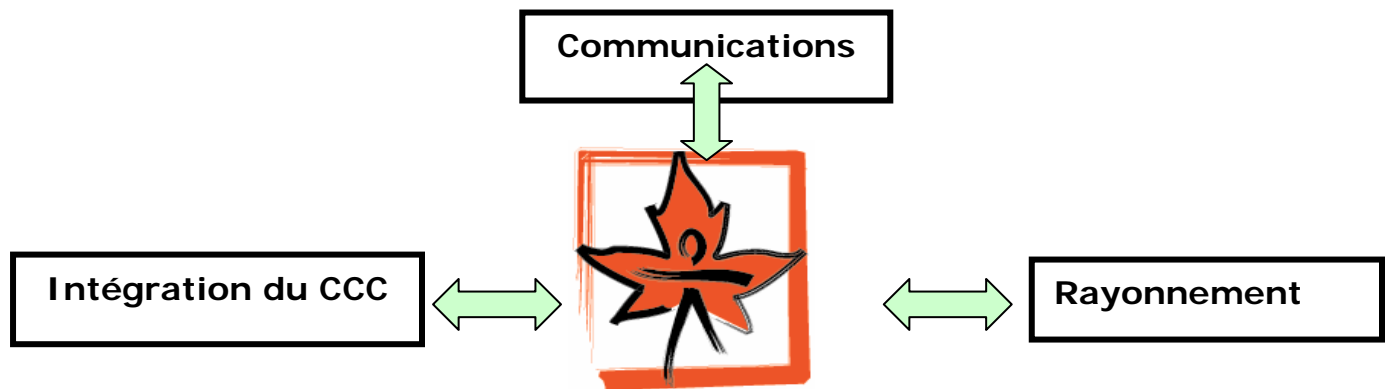
VISION DU CCC

Le Conseil consultatif des consommateurs : un partenaire essentiel du RCA dans la création d'un monde sans arthrite, grâce à la recherche

MISSION DU CCC

Le Conseil consultatif des consommateurs contribue de façon importante, au nom des personnes atteintes d'arthrite, à améliorer la pertinence et l'accessibilité du travail du RCA par le moyen de l'engagement, de la connaissance et de l'expérience des personnes atteintes d'arthrite.

DOMAINES STRATÉGIQUES DU CCC



PLAN D'EXPLOITATION

A. Domaine stratégique : Communication

But 1 : Améliorer les communications internes du CCC

Activité

1. Développer des systèmes pour l'orientation, la communication et la succession des membres et membres associés du CCC.
2. Mettre en œuvre les processus et procédures internes du CCC.

But 2 : Améliorer la communication entre le CCC et le RCA

Activité

1. Préparer un plan de communication intégré CCC/RCA.
2. Créer un processus uniforme de partage de l'information entre le CCC et le RCA.
3. Publier mensuellement des articles concernant les consommateurs dans les publications internes du RCA (CANnexions et Conjonctions).

B. Domaine stratégique : Intégration du CCC dans tous les programmes du RCA – recherche et transfert et échange de connaissances

But 1 : Améliorer l'engagement des consommateurs dans la planification et l'exécution de tous les projets de recherche

Activité

1. Impliquer les consommateurs dans des projets de recherche.
2. Éduquer les chercheurs du RCA concernant les modèles d'engagement des consommateurs dans la recherche.
3. Assurer que les consommateurs sont engagés dans le Consortium canadien de recherche en rhumatologie.
4. Informatique, mise en banque de matériel biologique et code d'éthique

C. Domaine stratégique : Diffusion

But 1 : Développer et mettre en œuvre un plan de diffusion CCC/RCA auprès des consommateurs arthritiques, du public, des gouvernements, du secteur bénévole de la santé et de l'industrie

Activité

1. Déterminer les façons dont chacun de ces groupes peut utiliser le CCC/RCA.

But 2 : Améliorer les compétences des membres du CCC en recherche et développement et en intervention

Activité

1. Organiser des ateliers sur des sujets de recherche et d'intervention à l'intention des membres et membres associés du CCC lors de chaque réunion en personne.
2. Offrir aux membres l'occasion d'assister à des conférences et ateliers commandités par d'autres organismes.
3. Fournir des ressources aux consommateurs qui étudient des demandes de bourses.
4. Améliorer la formation des consommateurs.