

>>> 2024 T3

TABLEAU DE BORD DU
PLAN STRATÉGIQUE





La PGA du Canada a lancé son nouveau **plan stratégique** en 2022, et le bureau national, le conseil national et les zones ont travaillé en étroite collaboration au cours des deux dernières années pour atteindre les objectifs afin de répondre aux besoins de nos membres et de l'industrie du golf.

Ce rapport décrit ce sur quoi nous travaillons actuellement dans chacun de nos quatre piliers et comment nous progressons vers chaque objectif. Il s'agit de la première mise à jour trimestrielle que nous nous sommes engagés à fournir jusqu'à l'expiration du plan stratégique en 2026.

Nous sommes fiers des succès que nous avons remportés jusqu'à présent et enthousiasmés par le travail qui nous attend alors que nous nous développons en tant qu'association et que nous continuons à trouver des moyens nouveaux et innovants de soutenir nos membres et leurs parcours professionnels.



PILIERES

DÉVELOPPEMENT ET CROISSANCE DES MEMBRES

Une formation et un enseignement de pointe qui permettent aux membres d'exceller dans toutes les carrières de l'industrie du golf.

1

STRUCTURE ORGANISATIONNELLE

Une structure organisationnelle qui offre des services égaux et cohérents, une efficacité accrue et une position unie dans tout le pays.

2

LEADERSHIP ET GOUVERNANCE

L'excellence organisationnelle et opérationnelle est le fondement de notre succès.

3

NOTORIÉTÉ DE LA MARQUE

Rehausser la marque de la PGA du Canada en tant qu'association de premier plan auprès des membres, des intervenants et du public.

4

> OBJECTIFS

>> SUR QUOI TRAVAILLONS-NOUS ?

>>> STATUT

Élargir et diversifier la formation et le développement des professionnels du golf

- Développer des cours qui s'alignent aux spécialisations et qui les soutient.
- Développer davantage de formations pour les golfeurs de différents niveaux

- Un nouveau cours est en cours d'élaboration et sera lancé l'année prochaine
- Le cours de coaching a été testé avec succès en septembre et le cours officiel sera lancé en 2025.
- Le module en ligne « Introduction au golf pour les personnes à capacités réduites » a été lancé à l'Académie de formation en septembre.

Créer de multiples voies d'accès à l'adhésion en fournissant une éducation pertinente

- Développement d'un concept pour un parcours d'adhésion non-ECJ

- Le concept final sera soumis à l'approbation du conseil d'administration au quatrième trimestre. Le lancement est prévu pour le début de l'année 2026.

Les membres du personnel de soutien doivent être rémunérés sur la base d'un salaire de subsistance approprié

- Réalisation d'une enquête annuelle sur la rémunération et les avantages
- Obligation d'indiquer le salaire ou la fourchette de salaire sur les offres d'emploi

- Les résultats de 2023 seront communiqués en octobre
- Les normes minimales de divulgation des salaires sont entrées en vigueur le 1er mars.
- Élaboration en cours de propositions de fourchettes de salaires par fonction dans l'ensemble du pays.

Augmenter le nombre d'installations de golf qui emploient un membre de la PGA du Canada

- Lancement du projet pilote Right Fit
- Développer le service de l'emploi pour augmenter la capacité

- Le projet pilote Right Fit a été lancé en juin et les conseillers ont contacté plus de 225 clubs/ installations dans tout le pays.

Mettre en œuvre des programmes et des services équitables et inclusifs pour diversifier la composition des membres de la PGA du Canada.

- Poursuite de la mise en œuvre des recommandations du rapport du groupe de travail EDI

- Voir les mises à jour de la carte de score EDI pour savoir ce que nous avons accompli à ce jour et nos priorités pour 2024.

> OBJECTIFS

>> SUR QUOI TRAVAILLONS-NOUS ?

>>> STATUT

Créer des services et des programmes équitables pour toutes les zones dans les deux langues

- Réexaminer notre politique en matière de langues officielles
- Mettre tout en œuvre pour que les communications/ services aux membres et au public soient fournis simultanément en anglais et en français

- La nouvelle politique en matière de langues officielles a été approuvée par le conseil d'administration en août.
- Collaboration plus étroite avec la PGA du Québec pour identifier les lacunes.

Une association forte et unie pour soutenir des programmes, des services et un soutien harmonisés aux membres

- Engagement du comité de gouvernance pour aider à organiser la retraite des dirigeants
- Réalisation d'une série de sondages et de groupes de discussion avec le personnel national, le conseil d'administration et les directeurs généraux de zone et leurs conseils d'administration afin de recueillir leurs commentaires avant la retraite
- Mise à jour des accords de zone

- Terminé
- Les actions des groupes de travail passent maintenant à la phase d'évaluation ou de mise en œuvre, y compris l'appel d'offres pour un nouveau site web et la présentation/vidéo d'accueil des nouveaux membres.
- Les accords de zone sont en cours de mise à jour.

Améliorer les services, l'efficacité des opérations et la communication entre les parties prenantes, les membres et les zones

- Augmenter le partage des zones dans les appels mensuels nationaux/de zone
- S'assurer que les rapports des directeurs nationaux pour les réunions du conseil d'administration fournissent des mises à jour sur les programmes/services offerts dans chaque zone

- Les actions de zone sont désormais un point permanent de l'ordre du jour
- Elles font l'objet d'un examen permanent

Planifier et mettre en œuvre des partenariats significatifs et mutuellement bénéfiques
(services, non-financière, argent, programmes, etc.)

- Mise en place d'un mécanisme de suivi pour les partenaires nouveaux, existants et potentiels
- Création d'un service de parrainage au sein de la PGA du Canada
- Création d'un groupe de travail sur le parrainage

- Les rapports finaux sont en cours d'élaboration pour les partenaires. Ils seront diffusés en décembre.



> OBJECTIFS

>> SUR QUOI TRAVAILLONS-NOUS ?

>>> STATUT

Favoriser une communication directe et ouverte entre la PGA du Canada et ses zones

- Organiser des appels mensuels avec les directeurs exécutifs de zone
- Envoi aux zones et au conseil d'administration national d'une synthèse mensuelle des mises à jour opérationnelles
- Faire en sorte qu'un représentant national assiste aux AGA des zones
- Élaboration d'un calendrier pour les appels des présidents de zone
- Diffuser le plan stratégique trimestriel et la carte de bord EDI
- Fournir des rapports mensuels au conseil national, aux conseils de zone et aux directeurs exécutifs de zone sur les comités du conseil et les groupes de travail

- Les appels mensuels se poursuivent
- 9 bulletins mensuels diffusés depuis le début de l'année
- Le PDG de la PGAC a assisté à 8 AGA
- Un appel du président de zone a été organisé jusqu'à présent et un autre est prévu pour la fin du mois d'octobre.
- La deuxième fiche d'évaluation a été diffusée au troisième trimestre.
- Trois rapports mensuels des groupes de travail/comités du conseil d'administration ont été diffusés.

Recruter, développer et fidéliser un personnel dévoué pour diriger l'organisation

- Élaboration d'un manuel d'orientation pour le nouveau personnel
- Établir des exigences minimales en matière d'intégration
- Révision des critères de publication des offres d'emploi

- L'intégration des nouveaux employés a été achevée et sera utilisée pour tous les recrutements futurs.
- La demande d'adhésion à Great Place to Work Canada a été complétée et les résultats sont attendus pour le quatrième trimestre.

Recruter et développer un conseil d'administration basé sur les compétences

- Le Comité Exécutif crée un processus pour aborder la question de la responsabilité du Conseil dans l'exercice de ses fonctions (c'est-à-dire la présence aux réunions, la participation, l'engagement dans la Zone, l'engagement avec les propriétés de la PGA du Canada)

- Normes minimales en cours d'établissement pour le conseil national d'administration

Mettre en œuvre des stratégies visant à diversifier le leadership aux niveaux opérationnel et de gouvernance de l'organisation

- Examen annuel des pratiques de recrutement

- Mise en œuvre de pratiques visant à éliminer les préjugés lors du recrutement (entretien d'embauche, examen du curriculum vitae) et mise en œuvre de procédures d'entretien d'embauche cohérentes (c'est-à-dire plusieurs personnes, au moins deux séries d'entretiens d'embauche).

PILIER 4

NOTORIÉTÉ DE LA MARQUE



> OBJECTIFS

>> SUR QUOI TRAVAILLONS-NOUS ?

>>> STATUT

Augmenter le nombre de membres qui recommanderaient la PGA du Canada comme cheminement de carrière

- Cibler un public spécifique de joueurs à faible handicap et une population plus jeune

- Ce projet a été déplacé à 2025

Améliorer l'utilisation de l'image de marque et du logo actuels

- Mise à jour de nos lignes directrices en matière de marque
- Création de nouveaux logos pour les photos de profil des Zones
- Co-diffusion de contenu avec les Zones
- Vérification des canaux de médias sociaux des zones pour s'assurer de la conformité de la marque
- Création et distribution de modèles aux zones

- Les logos des zones ont été complétés et partagés
- Les logos commémoratifs ont été partagés avec les zones et le bureau national ainsi que les zones ont modifié leurs profils sociaux en adoptant le logo de la Journée nationale pour la vérité et la réconciliation.

Promouvoir activement les histoires, les réussites et les innovations de nos membres

- Création d'une campagne sur les femmes dans le golf en partenariat avec The Gist
- Storytelling continu/médias sociaux/contenu

- Le contenu d'Apprendre à jouer au golf continue d'être partagé sur nos canaux sociaux et présenté lors de la Semaine nationale des entraîneurs.
- Le nombre d'abonnés sur Instagram est passé de 9 500 à 13 000 cette année grâce à des narrations de qualité (37 %).
- 8 histoires de membres partagées au cours des trois premiers trimestres

Marketing stratégique visant les adeptes du golf pour faire connaître les divers rôles des professionnels de la PGA du Canada

- Élargir la boutique de la PGA
- Diversification de la base de données photographiques

- La première extension de la boutique a été lancée en août et nous avons enregistré plus de 40 nouvelles ventes au cours de la première semaine.
- 1000 nouvelles photos ont été ajoutées à la base de données depuis le début de l'année.



PROCHAIN TABLEAU DE BORD – T4, 2024