

Le Salon du livre du Grand Sudbury



Plan stratégique 2024-2028

Adopté par le conseil d'administration le 4 décembre 2023

Plan stratégique 2024-2028

Préambule

Une planification stratégique permet à une organisation d'identifier des axes et des objectifs vers lesquels tendre en s'appuyant sur les enjeux et les opportunités auxquels elle doit faire face. Sa mise en œuvre est inscrite dans le temps sans que pour autant toutes les activités soient réalisées et tous les objectifs poursuivis soient nécessairement atteints.

La démarche actuelle entreprise par le Salon du livre du Grand Sudbury (SLGS) vise à revisiter la planification stratégique 2020-2023 (dont la réalisation a été marquée en grande partie par la pandémie COVID-19) et à l'actualiser en fonction d'un contexte nouveau.

Pour réaliser ce travail, le SLGS a fait appel aux services de l'experte-conseil Anne-Marie Trudel pour animer une plénière avec les membres du conseil d'administration, le personnel et des invités clés. Pour alimenter les discussions, la direction générale a également consulté une douzaine de partenaires, dont les bailleurs de fonds, les partenaires de programmation ainsi que les partenaires institutionnels du SLGS.

Le document déposé à la réunion du 23 octobre 2023 constitue une version préliminaire de la planification stratégique 2024-2028 dont l'adoption se fera en fin d'année. Il s'agit d'un document de travail interne qui ne devra pas circuler. Une première partie reprenant des éléments de contexte auxquels s'ajoutent des notes de la consultante sert à mettre en évidence les facteurs qui influenceront à notre sens, les décisions stratégiques du conseil d'administration.

La direction générale souhaite recevoir par ailleurs les réactions et les commentaires des membres du conseil d'administration avant de travailler sur son déploiement et sa mise en œuvre.

Table des matières

PREAMBULE	1
TABLE DES MATIERES	2
CONTEXTE	3
DÉMÉNAGEMENT À LA PLACE DES ARTS	3
UN CENTRE-VILLE PEU FRÉQUENTÉ : TÉLÉTRAVAIL ET CRISE D'OPIOÏDES.....	3
LA PANDÉMIE DE COVID ET LE NUMÉRIQUE : ENTRE CRISE ET OPPORTUNITÉS POUR LE SLGS.....	4
FERMETURE DES PROGRAMMES FRANCOPHONES DE L'UNIVERSITÉ LAURENTIENNE	4
INFLATION ET AUGMENTATION DES COÛTS	4
OUVERTURE DE LA LIBRAIRIE-BOUTIQUE.....	5
FERMETURE DU SALON DU LIVRE DE HEARST.....	5
IMPORTANCE DE FAIRE ÉVOLUER LA PROGRAMMATION	5
REVENUS AUTONOMES.....	6
NE PAS SE SUBSTITUER AUX PARTENAIRES ET À LEUR MISSION.....	6
CHANGEMENT DE LEADERSHIP/PROCESSUS DE SUCCESSION EN 2024	6
NOTES DE LA CONSULTANTE	7
L'IMPACT DES SALONS DU LIVRE	7
MOYENS DE COMMUNICATION BONIFIES	7
MISSIONS, VISION ET VALEURS.....	8
APPROCHES PRECONISEES ET AXES STRATEGIQUES	10
AXE 1 : IDENTIFIÉ ET ENGAGEMENT	11
AXE 2 : ACCÈS AUX LIVRES	12
AXE 3 : PROGRAMMATION.....	13
AXE 4 : FINANCEMENT ET DÉVELOPPEMENT DES CAPACITÉS	14
AXE 5 : GOUVERNANCE	15
PLAN D' ACTIONS.....	16

Contexte

Avec le temps, les organisations doivent s'adapter à un contexte en constante évolution. Pour le SLGS, les prochaines années seront déterminantes, voire critiques, car plusieurs éléments de son environnement se conjugueront aux défis que posera inévitablement le changement de direction générale. Cependant, le changement s'accompagne souvent d'opportunités à découvrir et à saisir — c'est dans cet esprit que le SLGS entame cette réflexion hautement stratégique.

Comme évoqué par la direction générale actuelle, voici les principaux enjeux et opportunités — souvent interreliés — auxquels le SLGS devra faire face :

Déménagement à la Place des Arts

Le déménagement à la magnifique Place des Arts (PdA) permet au SLGS de s'ancrer dans un lieu unique, où se déroulent de nombreuses activités destinées à son public. Cet ancrage est porteur d'une dynamique prometteuse, favorable à l'établissement d'habitudes de fréquentation.

Cependant, ce déménagement comporte aussi des défis. Le premier concerne l'organisation du Salon du livre dans un espace restreint, nécessitant une gestion rigoureuse de l'espace. Le second défi est d'ordre financier, avec des coûts importants liés à l'utilisation du lieu, de ses équipements, ainsi qu'aux services associés.

Centre-ville peu fréquenté : télétravail et crise d'opioïdes

Bien que l'installation à la PdA soit une opportunité pour fidéliser le public en un lieu central, elle n'est pas exempte de difficultés liées à la fréquentation du centre-ville de Sudbury, qui a considérablement diminué.

Cette situation, qui n'est pas unique à Sudbury depuis la pandémie de COVID-19, est exacerbée par le développement du télétravail, qui réduit la présence au centre-ville. Les habitudes des gens ont changé, et il est désormais nécessaire de les convaincre de revenir dans cette zone, tandis que de nombreux commerces, affectés par une baisse drastique de leur chiffre d'affaires, ont réduit leurs activités et leurs heures d'ouverture, ce qui impacte à son tour l'offre globale du centre-ville.

À cela s'ajoutent la crise des opioïdes et une augmentation de l'itinérance, deux phénomènes qui peuvent dissuader une partie du public de fréquenter le centre-ville.

Cette baisse d'achalandage impose des efforts de communication et de marketing encore plus soutenus pour convaincre les gens de s'y rendre, un défi partagé par tous les partenaires de la PdA.

La pandémie de COVID-19 et le numérique : entre crise et opportunités pour le SLGS

La pandémie de COVID-19 a forcé le SLGS à s'adapter rapidement en optant pour un virage virtuel dès le printemps 2020, en seulement quelques semaines. Depuis, plusieurs activités virtuelles ont été organisées, permettant de diffuser une programmation à un public plus vaste. Toutefois, il est désormais évident que de nombreux milieux, notamment les écoles, préfèrent les activités en présentiel.

Néanmoins, ces expériences ont permis au SLGS de développer de nouvelles compétences ; l'organisation est désormais mieux outillée pour réfléchir de façon stratégique à l'utilisation du numérique.

Le virage numérique offre également des outils précieux pour rejoindre encore plus efficacement les différentes clientèles ciblées par le SLGS. Ces outils, qui doivent impérativement faire partie d'une stratégie de communication régulièrement mise à jour, peuvent également soutenir les partenaires dans leur volonté d'offrir des activités culturelles et littéraires. Par exemple, le portail Web développé pour le Marathon de lecture pourrait être mis à la disposition des conseils scolaires et des enseignants qui souhaitent s'en emparer et le faire perdurer au-delà des priorités immédiates du SLGS.

Fermeture des programmes francophones de l'Université Laurentienne

La fermeture des programmes francophones de l'Université Laurentienne a eu des répercussions profondes sur la communauté francophone de Grand Sudbury. En plus des étudiants qui ont dû s'expatrier pour poursuivre leurs études en français, une partie significative de la population francophone a quitté la ville à la suite de l'abolition d'environ 200 postes (tant parmi le corps professoral que le personnel administratif).

Inflation et augmentation des coûts

Les défis budgétaires liés à l'installation du SLGS à la Place des Arts ne sont qu'un aspect des pressions financières auxquelles l'organisation est confrontée. L'inflation a également un impact sur la planification des activités du SLGS, notamment en ce qui concerne les coûts de déplacement, qui ont considérablement augmenté. Cela affectera la capacité du Salon à inviter un grand nombre d'auteurs et d'autrices.

De plus, l'inflation a des répercussions importantes sur les partenaires du SLGS, tels que les conseils scolaires. Par exemple, les coûts de transport des élèves vers le Salon représentent une pression financière supplémentaire, ce qui pourrait influencer leur décision de participer ou non. Dans ce contexte, la participation des jeunes au Salon, accompagnés de leurs parents, devient essentielle. Le SLGS devra donc redoubler d'efforts pour attirer un public plus large, y compris les familles.

Ouverture de la Librairie-boutique

Le projet d'ouvrir une librairie jumelée à une boutique à la PdA se concrétisera dans les prochains mois. Les activités du SLGS et le succès de la Librairie-boutique sont étroitement liés. Bien qu'il s'agisse de deux entités distinctes, les deux directions devront établir des collaborations solides afin de promouvoir et faciliter l'accès aux livres en langue française auprès du grand public. Cette collaboration se manifestera également dans les programmations qu'elles mettront en œuvre conjointement.

Ce partenariat pourrait avoir un effet bénéfique en élargissant leur capacité à toucher un public commun. Cependant, des impératifs financiers, tant pour le maintien de la foire du livre que pour la survie de la Librairie-boutique, rendront cette coopération indispensable. L'un des défis majeurs sera pour le SLGS de gérer et d'encadrer les ressources et le temps alloués à l'accompagnement et au développement de ce projet, qui en est encore à ses débuts.

Fermeture du Salon du livre de Hearst

En février 2023, l'équipe du Salon du livre de Hearst a annoncé qu'après plusieurs années de difficultés, elle ne poursuivrait plus l'organisation de son événement. Les organisateurs espèrent néanmoins maintenir des rencontres avec des auteurs et autrices dans les écoles, ainsi qu'auprès du grand public.

Alors que les deux Salons se tenaient en alternance, la fermeture du Salon de Hearst amène le SLGS à réfléchir à la fréquence de ses propres éditions et à sa contribution au milieu culturel et littéraire francophone du Nord de l'Ontario.

L'importance de faire évoluer la programmation

Le SLGS organise une foire du livre tous les deux ans, alternant avec un ensemble d'activités les années intermédiaires. Pour maintenir l'intérêt des partenaires et assurer une participation soutenue, il est essentiel que la programmation soit régulièrement renouvelée. Le Marathon de lecture, présenté depuis maintenant dix ans (soit cinq éditions), reste un succès, mais la baisse de participation récente montre qu'une réflexion est nécessaire pour revitaliser cet événement et éviter un essoufflement.

De plus, l'inflation a des répercussions importantes sur les partenaires du SLGS, tels que les conseils scolaires. Par exemple, les coûts de transport des élèves vers le Salon du livre représentent une pression financière supplémentaire, ce qui pourrait influencer leur décision de participer ou non. Dans ce contexte, la participation des jeunes au Salon du livre, accompagnés de leurs parents, devient essentielle. Le SLGS devra donc redoubler d'efforts pour attirer un public plus large, y compris les familles.

Revenus autonomes

Comme plusieurs événements culturels, le SLGS dépend du soutien financier des bailleurs de fonds. Toutefois, une gestion rigoureuse exige qu'il génère des revenus autonomes. L'un des bailleurs, la Ville du Grand Sudbury, a exprimé le souhait que 20 % du budget annuel provienne de revenus autonomes. Il est donc essentiel que le Salon élabore une stratégie pour capter ces sources de financement. La location de stands, la billetterie, la vente d'ateliers scolaires, ainsi que les commandites constituent les principales sources de revenus autonomes.

La diversification des revenus et l'augmentation des fonds provenant de sources privées ou non gouvernementales présentent des défis particuliers pour les salons du livre. Il faut notamment tenir compte de la capacité de payer des exposants, tout en veillant à ne pas nuire aux ventes en salon par un prix d'entrée trop élevé. Par ailleurs, la tenue annuelle du SLGS permettrait d'augmenter ces revenus, tout comme l'élargissement de l'offre d'ateliers scolaires aux classes d'immersion.

Ne pas se substituer aux partenaires et à leur mission

Les salons du livre organisent de nombreuses activités en collaboration étroite avec des partenaires qui ont eux-mêmes des missions à remplir. Ces institutions peuvent parfois être tentées de déléguer certaines de leurs responsabilités aux salons. Bien que leurs objectifs puissent partiellement coïncider — comme encourager la lecture —, il est crucial que le SLGS veille à ne pas se substituer à ses partenaires, tels que les conseils scolaires, et à respecter leurs mandats respectifs.

Changement de leadership et processus de succession

La directrice générale actuelle du SLGS a informé le conseil d'administration de son intention de changer de poste et quitter ses fonctions d'ici la prochaine année. Cette annonce offre à l'organisation l'occasion de mettre en place un processus de succession, assurant non seulement la continuité de l'organisme, mais aussi son développement, en se donnant les moyens de saisir les opportunités à venir.

Le plan stratégique devra prendre en compte ce changement important. Il pourrait être déployé en deux phases : une phase de transition sur une période de 12 mois (2024) et une phase de développement (2025-2028).

La première phase coïncidera avec la préparation de la prochaine foire du livre prévue pour le printemps 2024. La seconde phase (2025-2028) marquera une transformation majeure avec la tenue annuelle du Salon du livre. La programmation du SLGS devra être adaptée en fonction des ressources et priorités qu'il se fixera, mais aussi en fonction des retours de ses partenaires actuels et futurs. Bien que ces deux phases se chevaucheront en partie en 2024, il est essentiel de les distinguer pour bien prioriser les actions à entreprendre.

Notes de la consultante

L'impact des salons du livre

Les salons du livre sont des événements rassembleurs qui permettent au public de découvrir des livres ainsi que leurs auteurs et autrices. Ils constituent un lieu et une occasion extraordinaire de promouvoir la lecture en français.

Le Salon du livre est un outil particulièrement efficace dans un environnement minoritaire, surtout lorsque la lecture peine à s'inscrire dans l'imaginaire et les habitudes de la population. À ce défi s'ajoute la forte concurrence des loisirs, caractérisée par une offre culturelle presque infinie, souvent en anglais, incluant des plateformes télévisuelles ou de diffusion en continu, ainsi que la musique. Le concept d'économie de l'attention souligne la compétition intense pour capter l'attention des « consommateurs » et met en lumière l'importance de disposer d'outils de communication efficaces pour susciter leur intérêt pour les livres et la lecture en français.

La tenue d'un salon du livre, en raison de son ampleur, de sa programmation et de sa durée limitée, représente une occasion en or d'attirer cette attention sur la lecture, les livres et leurs artisans. Cet événement peut redonner un statut séduisant à la lecture en français, dont l'impact dépasse largement la durée de l'événement.

De plus, l'événement et l'attention qu'il suscite dans les médias offrent une visibilité médiatique difficile à obtenir le reste de l'année, créant ainsi un véritable buzz médiatique. Une étude menée par l'Association québécoise des Salons du livre (AQSL) a démontré que les ventes de livres en librairie augmentent de façon significative dans le mois suivant la tenue d'un salon dans une région, car elles profitent du rayonnement médiatique et publicitaire de l'événement.

Moyens de communication bonifiés

La technologie permet de toucher rapidement les différentes clientèles d'un salon, qu'il s'agisse des exposants, des auteurs et autrices, des écoles ou du grand public. Ces outils de communication sont non seulement essentiels pour travailler efficacement avec les partenaires, mais aussi pour atteindre des publics cibles, tels que les écoles.

À l'interne, ces moyens favorisent une professionnalisation et une organisation du travail beaucoup plus efficaces. Il est important de continuer à innover. De plus, les outils développés pour des projets spécifiques, comme le Marathon, pourraient être réutilisés dans le cadre d'initiatives différentes si des changements devaient être apportés aux projets actuels.

Missions, vision et valeurs

Mission d'organisme de bienfaisance

Promouvoir l'éducation et la lecture en langue française auprès du public en offrant des conférences, des ateliers et des activités de médiation culturelle entre le public et des auteurs et autrices d'œuvres littéraires.

Mission du plan stratégique 2024-2028

Le Salon du livre du Grand Sudbury est un organisme d'animation culturelle qui donne le goût de la lecture et fait la promotion de la littératie, de la littérature et des auteurs et autrices de langue française, tout en soutenant l'excellence artistique.

Pour ce faire, il présente annuellement un Salon du livre qui comprend une foire du livre, des visites scolaires, une tournée d'auteurs et d'autrices en salle de classe ainsi qu'une programmation complète et diversifiée.

Vision

Le Salon du livre du Grand Sudbury réunit les francophones et les francophiles de tous âges et tous horizons autour de la lecture en français.

Le SLGS est une organisation innovante, dynamique et pérenne qui offre une programmation annuelle. Il assure un leadership dans le Nord de l'Ontario en médiation culturelle de même qu'en promotion de la lecture tout en favorisant l'accès au livre en langue française.

Valeurs



Inclusion

Les activités du SLGS sont accessibles au plus grand nombre de francophones et de francophiles possible.



Passion

Le SLGS est passionné par la lecture.



Collaboration

Le SLGS collabore avec ses partenaires et ses associés, actuels et potentiels, à l'atteinte d'objectifs communs.



Innovation

Le SLGS se distingue par ses animations autour de la lecture et du livre.



Empathie

Le SLGS est attentif aux préférences et aux défis de lecture que doivent relever des membres de la communauté qu'il dessert.

Approches préconisées

Le SLGS mettra l'accent sur :

- Un rapprochement avec ses publics cibles et ses partenaires ;
- Le déploiement annuel de son Salon du livre ;
- Le développement du goût de la lecture ;
- L'élaboration et la mise en œuvre d'un processus de succession.

AXES STRATÉGIQUES

Le plan stratégique du SLGS s'articule autour de cinq grands axes stratégiques, chacun porteur d'objectifs et d'actions. Ces axes demeurent tout aussi pertinents qu'à l'adoption du dernier plan stratégique, et ce, malgré les changements contextuels survenus dans l'environnement du SLGS.

Sur le fond, la réalité du SLGS et son ancrage dans un milieu minoritaire restent inchangés, tout comme les enjeux liés à l'accès au livre en français. La programmation est au cœur de sa stratégie pour promouvoir la lecture, et il est essentiel que le public en ait connaissance. Il convient donc d'investir les efforts nécessaires pour en assurer la promotion. Enfin, le financement, la capacité de l'organisation à remplir sa mission ainsi qu'une saine gouvernance sont des éléments incontournables pour garantir sa stabilité et sa durabilité.

1. Axe identité et engagement
2. Axe accès au livre
3. Axe programmation
4. Axe financement et développement des capacités
5. Axe gouvernance

Axe 1 : Identité et engagement

Vision stratégique

Le SLGS est une organisation ancrée dans son milieu. Il s'assure de bien connaître les besoins de la population qu'il dessert et valorise son ancrage minoritaire. S'inscrivant dans une approche de collaboration, il conjugue ses actions à celles de ses partenaires afin d'atteindre des objectifs partagés.

Objectifs

1. Renforcer sa collaboration et développer des ententes avec ses partenaires pour encore mieux arrimer ses initiatives aux besoins de ceux-ci, notamment les conseils scolaires francophones (CSGN, CSC Nouvelon).
2. Consolider sa participation aux activités des communautés culturelles, LGBTQ2S+ et autochtones et voir à leur représentation dans sa programmation.
3. Assurer la récurrence d'activités conjointes.

Actions

Le SLGS consulte les conseils scolaires francophones (CSGN, CSC Nouvelon) pour mieux connaître leurs besoins et ajuster ses initiatives en fonction de ceux-ci, et ce, en tenant compte des moyens dont il dispose.

Le SLGS modifie ou met en place des partenariats qui lui permettront de tenir un salon du livre tous les ans. Notamment, il suscite la participation annuelle au Salon du livre des élèves des conseils scolaires francophones.

Le SLGS participe aux activités artistiques et culturelles des organismes du milieu.

Le SLGS renforce ses partenariats afin de continuer à offrir des activités conjointes.

Le SLGS développe des partenariats avec les organismes qui représentent et desservent les communautés culturelles et LGBTQ2S, entre autres avec Mosaïque interculturelle/Salon du livre afro-canadien et le Salon du livre des Premières Nations, le Centre de santé communautaire du Grand Sudbury et Wordstock Sudbury ;

Le SLGS offre une billetterie à tarifs solidaires et inclusifs « payez ce que vous pouvez » qui correspond à la situation actuelle des publics qui assistent aux événements du SLGS.

Axe 2 : Accès aux livres

Vision stratégique

Le SLGS donne aux gens un accès important au livre en français, et ce, dans sa matérialité et sous toutes ses formes dans un environnement où cet accès est limité.

Objectifs

1. Organiser annuellement un Salon du livre pour offrir à la population un accès aux livres de langue française.
2. Contribuer au succès commercial de la Librairie-boutique de la Place des Arts en participant à son démarrage, à sa bonne gouvernance et en offrant son soutien à sa direction générale.

Actions

Le SLGS offre des incitatifs financiers aux exposants et aux éditeurs pour qu'ils participent à la foire du livre annuelle du SLGS.

Le SLGS désigne un auteur ou une autrice qui assume la présidence d'honneur du Salon du livre et nomme une présidence jeunesse en plus d'une présidence « lecteur ou lectrice ».

Le SLGS négocie une entente avec la Librairie-boutique pour qu'elle agisse à titre de libraire officielle du Salon du livre.

Le SLGS soutient le déploiement des opérations de la Librairie-boutique, participe à l'embauche de la main-d'œuvre, fournit des conseils pour les achats d'inventaire et appuie les communications et la mise en œuvre de ses différentes initiatives.

Le SLGS appuie également la direction générale de la Librairie-boutique dans ses rencontres de partenariats stratégiques.

Le SLGS organise des activités conjointes avec la Librairie-boutique pour mousser les ventes de livres pendant toute l'année.

Le SLGS élabore et met en œuvre en collaboration avec la Librairie-boutique des initiatives pour favoriser l'accès aux livres en français.

Axe 3 : Programmation

Vision stratégique

Le SLGS propose à longueur d'année une programmation diversifiée qui répond aux besoins de ses différents publics et s'assure de la faire connaître. Il prône l'excellence artistique. C'est par la tenue du Salon du livre qu'il fait le mieux rayonner et découvrir le livre, les auteurs et autrices ainsi que la lecture.

Objectifs

1. Donner le goût de la lecture.
2. Faire la promotion de la littératie, de la littérature et des auteurs et des autrices de langue française, tout en soutenant l'excellence artistique.
3. Inscrire le SLGS dans l'imaginaire des francophones et francophiles tant du moyen-nord de l'Ontario que d'ailleurs.

Actions

Le SLGS offre une programmation annuelle et organise son événement phare qui combine une foire du livre, un festival littéraire annuel et une tournée scolaire.

Le SLGS privilégie la participation d'auteurs, d'autrices et d'artistes du Canada français, des communautés autochtones et des communautés culturelles.

Le SLGS élargit son offre d'activités jeunesse pour rejoindre les familles exogames et francophiles et les inviter à fréquenter son événement.

Le SLGS participe avec ses partenaires, notamment du milieu scolaire, à des projets complémentaires au Salon du livre afin de donner le goût de la lecture aux jeunes. À titre d'exemple, il pourrait se servir de ses communications et de ses contacts pour mettre en place des activités de promotion de la lecture. Il pourrait aussi renforcer des mécanismes de collaboration avec les animateurs et animatrices culturels des conseils. Il peut enfin proposer des collaborations aux organismes artistiques et culturels qui offrent des activités destinées à ceux-ci.

Le SLGS met en place une stratégie de communication en fonction des différents publics qu'il souhaite rejoindre afin de promouvoir la lecture, les livres et leurs auteurs et autrices tout en suscitant leur participation à ses activités.

Le SLGS élabore et s'engage dans des ententes et des partenariats pour pérenniser son événement annuel et favoriser la participation des partenaires et des publics. Ces partenariats visent le contenu de la programmation et sa promotion avec des médias.

Axe 4 : Financement et développement des capacités

Vision stratégique

Le SLGS consolide puis accroît ses ressources financières afin de bénéficier des moyens suffisants pour organiser chaque année un salon du livre et offrir une programmation annuelle.

Sa stabilité financière lui permet d'effectuer les changements auxquels il est convié, et ce, en s'appuyant sur une équipe adéquate, compétente et mobilisée.

Objectifs

1. Consolider un budget adéquat pour assurer le déploiement de ses activités qui inclut l'organisation d'un Salon du livre annuel.
2. Développer une stratégie budgétaire pluriannuelle qui tient compte des ressources nécessaires pour assurer la pérennité de ses opérations.
3. Assurer une transition/succession saine à la direction générale en mettant en œuvre la meilleure structure opérationnelle.
4. Élaborer un cadre pour le partage de ressources humaines et financières avec la Librairie-boutique.

Actions

Le SLGS adopte un budget réaliste qui reflète ses besoins financiers pour produire une édition annuelle de son Salon du livre.

Le SLGS dépose sa deuxième demande de financement de base sur quatre (4) ans au Conseil des Arts du Canada pour assurer une meilleure planification et la pérennité de ses activités.

Le SLGS met en place des stratégies pour augmenter ses revenus autonomes. Il travaille notamment à faire augmenter la demande d'ateliers scolaires en bonifiant l'offre, mais surtout en diversifiant les partenaires à qui ils sont offerts.

Le SLGS identifie de nouvelles sources de financement public puis dépose des demandes pour pallier l'inflation et l'augmentation des dépenses liées à la programmation.

Le SLGS élabore et signe une entente administrative pour encadrer le partage de ressources avec la Librairie-boutique.

Axe 5 : Gouvernance

Vision stratégique

Le conseil d'administration du SLGS est représentatif de la communauté qu'il dessert et il est informé des faits et des actualités qui lui seront utiles pour assurer son développement. Les membres du conseil d'administration sont engagés dans leur communauté.

Objectifs

1. S'assurer que la composition de son conseil d'administration reflète la réalité de la communauté dans lequel le SLGS est ancré.
2. Mesurer sa performance et son impact sur la communauté en compilant des données et en analysant les résultats.
3. Assurer un processus de succession sain au sein du conseil d'administration et du personnel.

Actions

Le conseil d'administration du SLGS déploie des efforts pour être plus représentatif des clientèles visées.

Le SLGS recueille des données afin d'évaluer régulièrement sa performance, sa capacité de rejoindre ses clientèles et de mesurer l'impact de ses activités.

Le conseil d'administration encadre et supervise un processus de transition à la direction générale. Il accompagne étroitement la nouvelle direction générale dans son processus d'intégration.

Le conseil d'administration donne les moyens à la direction générale pour qu'elle participe à une communauté de pratique composée de pairs dans laquelle tous les participants peuvent partager des connaissances et des expériences et apprendre les uns des autres.

Le SLGS participe à des événements littéraires et à des réflexions sur le milieu du livre et les arts littéraires afin de rester à l'affût de pratiques exemplaires, de poursuivre le réseautage et de bénéficier d'occasions de perfectionnement.

Le conseil d'administration du SLGS s'appuie sur des comités, dont le comité de gouvernance, le comité de ressources humaines et le comité de finances et de collecte de fonds, pour assurer une saine gouvernance et une bonne gestion de l'organisme.