

# *RETRAITE EN ACTION*

## **PLAN D'ACTION 2008 à 2010**

**6 août 2008**

# **LA RAISON D'ÊTRE**

## **de**

# **Retraite en Action**

Dans la poursuite de sa **MISSION** de contribuer à gérer la qualité de vie des jeunes retraités,

RETRAITE EN ACTION poursuit les quatre buts suivants :

- favoriser l'épanouissement personnel des jeunes retraités;
- permettre le maintien d'une retraite active au sein de la communauté;
- développer des services qui favorisent le maintien d'une bonne qualité de vie à la retraite
- mettre en valeur l'expérience et l'expertise des jeunes retraités pour le bien de la communauté.

## LE CRÉDO

### Retraite en Action

Dans l'exercice de sa gestion, du choix de la programmation et du déroulement de ses activités, REA valorise les nombreuses valeurs identifiées par ses membres

<p style="text-align: center;">Variété</p> <p style="text-align: center;">Diversité</p> <p style="text-align: center;">Adaptation aux divers groupes d'âge</p> <p style="text-align: center;">Le français</p> <p style="text-align: center;">Flexibilité</p> <p style="text-align: center;">Court terme des cycles</p> <p style="text-align: center;">Richesse intellectuelle</p> <p style="text-align: center;">Mieux être</p> <p style="text-align: center;">Débouché pour les compétences des gens</p> <p style="text-align: center;">Réseautage</p> <p style="text-align: center;">Innovation</p> <p style="text-align: center;">Apprentissage par l'expérience</p> <p style="text-align: center;">Qualité et compétence des personnes ressources et des responsables</p> <p style="text-align: center;">Respect des personnes et de la diversité</p> <p style="text-align: center;">Dynamisme</p> <p style="text-align: center;">Transparence à tous les niveaux</p> <p style="text-align: center;">L'ouverture</p> <p style="text-align: center;">Le sens du partage</p> <p style="text-align: center;">La générosité</p> <p style="text-align: center;">L'entraide</p> <p style="text-align: center;">L'exercice de choix personnel sans contraintes</p> <p style="text-align: center;">Convivialité</p> <p style="text-align: center;">Authenticité</p>	<p style="text-align: center;">Rire</p> <p style="text-align: center;">Climat de confiance</p> <p style="text-align: center;">Investissement personnel</p> <p style="text-align: center;">Reconnaissance des compétences et des contributions</p> <p style="text-align: center;">Une organisation sans frontières géographiques</p> <p style="text-align: center;">Une structure non hiérarchique</p> <p style="text-align: center;">L'absence de compétition</p> <p style="text-align: center;">Un coût raisonnable des activités</p> <p style="text-align: center;">L'accueil</p> <p style="text-align: center;">L'interaction</p> <p style="text-align: center;">Les différences de milieux d'origine et d'expériences</p> <p style="text-align: center;">Camaraderie</p> <p style="text-align: center;">Créativité collective</p> <p style="text-align: center;">Le sens d'appartenance</p> <p style="text-align: center;">Les groupes restreints favorable à la communication interpersonnelle</p> <p style="text-align: center;">Le dépassement</p> <p style="text-align: center;">La passion de vivre et des intérêts</p> <p style="text-align: center;">L'enrichissement par l'expérience des autres</p> <p style="text-align: center;">Bien-être et santé</p> <p style="text-align: center;">L'accessibilité aux dirigeants, aux mécanismes organisationnels et à la location des activités</p> <p style="text-align: center;">La précision de l'information</p> <p style="text-align: center;">La simplicité organisationnelle</p>
---	--

## **PLAN D'ACTION TRIENNAL 2008 à 2010**

### **ORIENTATION 1 : Se doter de meilleurs outils de gestion pour mieux connaître nos membres et les membres potentiels; et pour mieux communiquer avec eux**

- Poursuite du développement du site Internet,
  - o création d'un comité d'informatique
    - définition du projet (concept, budget, calendrier, firme, etc.)
    - initialisation du contenu
    - analyse des soumissions
  - o préparation d'un contrat et approbation
  - o réalisation et suivi du projet
  
- Réalisation du profil des membres
  - o initialisation du contenu à faire avec Phase 1 (définition du profil)
  - o cueillette d'information à réaliser avec adhésion/renouvellement de membership
  - o affichage sur le site Internet
  
- Offre d'ateliers de groupes focus composés de baby boomers pré-retraités de façon cyclique
  
  
- Poursuite et développement d'un projet d'appui à l'emploi pour les travailleurs âgés et jeunes retraités en offrant des ateliers

## **ORIENTATION 2 :**

### **Élaborer la structure organisationnelle**

- **Définir la structure organisationnelle et les rôles des différents participants**
- **Élaborer et harmoniser des pratiques et politiques par rapport aux activités de REA**
- **Créer une banque de bénévoles**

- Élaboration et harmonisation des pratiques et des politiques de RÉA ( par ex., coût des activités, rémunération des animateurs, organisateurs et conférenciers, communication avec les membres, confidentialité et protection de la vie privée des membres, recrutement, cotisation, programmation ...)
  - cueillette et compilation des pratiques existantes (liste)
  - approbation de la liste par le C.A.
  - ⊖ élaboration de politiques si nécessaire (groupes de travail, mandats, personnes ressources...)
  - approbation du C.A.
  - affichage sur le site Internet
  - distribution aux responsables d'activités diverses
  
- Élaboration d'une structure organisationnelle et les rôles des différents participants ( C.A., comités, sous-comités, mandats, représentations, etc.)
  - établissement de pratiques et politiques (nouvelles et anciennes) tel que coût, nombres, ....
  - définition des rôles et tâches et d'un calendrier d'étapes de production (contenu : propositions, approbation,...)  
(contenant : format, révision linguistique, ...)
  
- Création d'une banque de bénévoles
  - identification des événements et des activités qui requièrent des bénévoles (par ex., Déjeuners des « flyés », etc.
  - identification des rôles/tâches bénévoles (par ex., accueil, repas, communication, remerciements/présentation, etc. )
  - réalisation de la banque
  - affichage sur le site Internet
  - embauche d'une personne pour la coordination et l'encadrement

### **ORIENTATION 3 :        Gérer la croissance de REA**

- Gérer la décision prise d'adopter un taux de croissance modérée et naturelle pour les 3 prochaines années
  - o accueil des membres qui entrent sans faire de publicité (environ 80-100 par année)
  - o maintien de l'encadré dans le bulletin de programmation
  
- Recherche d'un emplacement ou de locaux disponibles et appropriés aux besoins de RÉA
  - o exploration des possibilités suivantes :
    - Centre Richelieu de Vanier
    - Centre de la Ville d'Ottawa situé dans l'ancienne église St-Brigid
    - Autres du côté québécois
  - o prise de décision par le C.A

**ORIENTATION 4 :**        **Encourager les initiatives concernant les enjeux sociaux**

- **Tisser des liens avec les autres organismes francophones**
- **Promouvoir un mode de vie écologique**

- Identification d'organismes canadiens et internationaux dans le but d'une coopération précise
  - participation d'un membre de Solidarité internationale, représentant de REA, au colloque de l'Association internationale francophone des aînés à Québec du 4-6 juin 2008 dans le but d'identifier des implications possibles
  
- Appui, au besoin, à la FAFO *dans le but de préserver, revendiquer et promouvoir les droits des francophones et de la francophonie canadienne*
  
- Appui aux initiatives qui font la promotion d'un mode de vie écologique
  
- Mise en place d'un groupe de travail afin de suggérer des activités à la programmation **Environnement-Virage vert**
  - identification et réalisation d'activités de promotion et d'incitation à faire le virage, par ex.,
    - élimination des bouteilles d'eau en plastique par des bouteilles non toxiques et sécuritaires, achats de produits équitables
    - recyclage de certains appareils (par ex., machines coudre, etc.)
    - récupération des piles
    - promotion des produits verts et biologiques
    - promotion des achats locaux
  - promotion sur le site Internet (par ex., capsules informatives affichées périodiquement, babillard/kiosque lors de rassemblements, etc.)

*Retour*