



BIG BROTHERS BIG SISTERS OF CANADA
LES GRANDS FRÈRES GRANDES SŒURS DU CANADA

Normes de gestion organisationnelle

Vision

Chaque enfant au Canada ayant besoin d'un mentor a un mentor.

Mission

Les Grands Frères Grandes Sœurs du Canada adhèrent à l'énoncé de mission suivant :

Nous nous engageons envers la jeunesse canadienne à devenir chef de file des programmes de mentorat axés sur un bénévolat de grande qualité.

Valeurs fondamentales

Les valeurs fondamentales suivantes ont été approuvées par le Conseil d'administration des Grands Frères Grandes Sœurs du Canada :

- Nous croyons que le développement sain de chaque enfant est rehaussé par des relations de mentorat positives et enrichissantes.
- Nous croyons en la concertation de nos efforts avec d'autres organismes afin de promouvoir des milieux sains et sécuritaires pour les enfants.
- Nous croyons que notre force consiste en la collaboration entre nos employés et nos bénévoles dans la prestation de nos services.
- Nous croyons que tous les programmes des GFGS doivent maintenir les normes les plus élevées possibles afin d'assurer l'obtention de résultats positifs pour les enfants et leurs familles.
- Nous croyons que nous devons refléter la diversité des communautés que nous desservons.

NORMES

A. RELATIONS AVEC LE BUREAU NATIONAL

1. L'agence affiliée a un énoncé de vision et de mission clairement défini et articulé qui est conforme à celui des GFGSC et qui guide sa prise de décisions.
2. L'agence affiliée adhère à l'Entente d'affiliation.

B. PLANIFICATION ET ÉTABLISSEMENT DE LA VISION

1. L'agence affiliée a un plan stratégique valide (modèle fourni) qui comprend des plans opérationnels et financiers. (L'interprétation fournira un modèle et inclura l'énoncé suivant : « L'agence devrait encourager tous les détenteurs d'intérêts à livrer des commentaires dont il sera tenu compte lors de l'élaboration de sa vision, sa mission et son plan stratégique. »)

C. RÉGLEMENTATION ET LÉGISLATION

1. Le statut d'organisme de bienfaisance enregistré auprès de l'Agence du revenu du Canada est maintenu, et toutes les exigences de l'ARC sont satisfaites.
2. L'agence affiliée est constituée en société conformément aux lois de la province où elle est située et a une Constitution en vigueur, des Règlements généraux, des politiques et des procédures qui définissent clairement au moins :
 - a. la raison d'être de l'association;
 - b. un processus d'élection pour les officiers et les administrateurs;
 - c. la durée du mandat des membres du Conseil d'administration et les officiers;
 - d. un mécanisme et un processus relativement à la résolution des différends;
 - e. un mécanisme et un processus relativement aux griefs;
 - f. la régularité de la tenue des réunions.
3. L'agence affiliée fonctionne selon ses Règlements généraux approuvés.
4. L'agence affiliée passe en revue et met à jour ses Règlements généraux, au besoin, sur une base régulière.
5. Une Assemblée générale annuelle dûment constituée est tenue afin d'élire les membres du Conseil d'administration, de nommer les vérificateurs, de présenter les états financiers et de ratifier les actes du Conseil d'administration. L'Assemblée générale annuelle a lieu conformément à la législation provinciale. (Fournir les adresses web dans l'interprétation.)

6. L'agence affiliée tient des procès-verbaux de toutes ses réunions administratives conformément aux lois en vigueur.
7. L'agence affiliée respecte les lois fédérales et provinciales qui s'appliquent (par exemple les règlements régissant la santé et la sécurité, la législation relative à la protection de la vie privée et les lois touchant les normes d'emploi).
8. Le Conseil d'administration assure que les documents réglementaires sont soumis aux organismes gouvernementaux appropriés conformément aux exigences juridiques, incluant sans toutefois s'y limiter :
 - a. le paiement de l'impôt sur le revenu, s'il y a lieu;
 - b. les contributions au Régime de pensions du Canada;
 - c. le paiement des contributions au Programme d'assurance-emploi;
 - d. les demandes de remboursement de la taxe sur les produits et services; et
 - e. la déclaration de renseignements sur le statut d'organisme de bienfaisance.

D. GOUVERNANCE

1. Le Conseil d'administration de chaque agence affiliée accomplit au moins ce qui suit :
 - a. il établit pour l'organisme des buts à court et à long terme qui sont conformes à la vision de l'agence et à la vision des GFGSC;
 - b. il approuve et met à jour (au besoin) toutes les politiques organisationnelles incluant, sans toutefois s'y limiter, les politiques régissant la prestation des services, la confidentialité des renseignements, l'administration, les ressources financières, la gestion financière et les relations avec les médias;
 - c. il assure que l'agence est financée (sans exiger des frais au parent ou au tuteur pour la prestation des services), est située dans des installations adéquates, et est dotée en personnel et en équipement d'une manière correspondant à ses programmes et services; et
 - d. il approuve chaque année un budget et contrôle régulièrement les revenus et dépenses.
2. Les rôles et responsabilités du Conseil d'administration sont clairement énoncés par écrit et guident toutes les actions des membres du Conseil d'administration.
3. L'agence affiliée dispose d'un système de développement pour son Conseil d'administration qui englobe le recrutement, l'orientation, la formation, le développement du leadership et l'évaluation des membres du Conseil.
(Interprétation : La composition du Conseil d'administration reflète la communauté

desservie et possède les compétences requises pour gouverner efficacement l'organisme.)

4. Les membres du Conseil d'administration reçoivent une orientation touchant l'agence, connaissent et comprennent toutes les ententes, politiques et normes qui régissent celle-ci, et parfont régulièrement leurs connaissances en assistant à des conférences, en communiquant avec le Bureau national et les autres agences, et en passant du temps avec le personnel de leur propre agence.
5. Un aperçu de l'agence et des responsabilités du Conseil d'administration est communiqué aux personnes avant qu'elles deviennent membres du Conseil d'administration.
6. Les procès-verbaux de toutes les réunions du Conseil d'administration sont conservés par l'agence conformément aux règlements gouvernementaux.
7. Les présidents des Conseils d'administration fournissent au Bureau national de l'information sur leurs coordonnées afin de faciliter la communication entre le Bureau national et les Conseils d'administration locaux.
8. La majorité des membres du Conseil d'administration ne sont pas reliés personnellement d'une façon compromettant leur jugement dans la réalité, ou pouvant être perçue comme telle par la communauté.
9. Les membres du Conseil d'administration qui occupent des postes de direction ou possèdent un pouvoir de signature ne sont pas reliés personnellement d'une façon pouvant compromettre leur jugement dans la réalité, ou pouvant être perçue comme telle par la communauté.
10. Les membres du Conseil d'administration ne sont pas reliés aux employés d'une façon pouvant compromettre leur jugement dans la réalité, ou pouvant être perçue comme telle par la communauté.
11. L'agence affiliée dispose de politiques et procédures qui définissent les comptes à rendre, la responsabilité et les communications.
12. Le Conseil d'administration des agences affiliées a adopté un code d'éthique conforme au code d'éthique approuvé par les Grands Frères Grandes Sœurs du Canada. (Le code d'éthique des GFGSC sera annexé.)

E. GESTION FINANCIÈRE

1. L'agence affiliée a des politiques financières qui reflètent des pratiques comptables canadiennes généralement reconnues.

2. Les politiques de conservation des dossiers sont conformes à la Loi de l'impôt sur le revenu du Canada.
3. Des contrôles financiers internes sont établis et suivis incluant, sans toutefois s'y limiter :
 - a. des pouvoirs de signature appropriés (qui devraient couvrir les chèques, les reçus à des fins fiscales, les achats et les contrats/autres engagements);
 - b. la production de rapports internes;
 - c. les paiements au Receveur général, etc.; et
 - d. des vérifications et des mécanismes pour assurer que l'argent reçu est déposé de façon opportune et comptabilisé.
4. Les reçus émis à des fins fiscales sont conformes aux exigences d'Impôt Canada.
5. L'agence affiliée a une stratégie de développement financier qui est révisée annuellement et approuvée par le Conseil d'administration. Cette stratégie est élaborée en tenant compte de la viabilité.
6. L'agence affiliée respecte une politique de collecte de fonds socialement responsable. (Interprétation : visitez le site http://www.ccp.ca/page.asp?ethical_fundraising_code_one pour avoir un exemple.)
7. L'agence affiliée a une politique régissant la protection des renseignements personnels de ses bienfaiteurs (Interprétation : fournir celle des GFGSC.)
8. Des états financiers mensuels sont soumis au Conseil d'administration à des fins d'approbation. Ces états devraient contenir au moins :
 - a. un bilan;
 - b. un état des résultats pour le mois et des résultats cumulatifs pour l'année à ce jour;
 - c. une comparaison avec les chiffres budgétés pour le mois, et les chiffres budgétés cumulatifs pour l'année à ce jour;
 - d. une comparaison avec les chiffres réels de la dernière année pour le mois, et les chiffres cumulatifs pour l'année à ce jour.

F. GESTION DES RESSOURCES HUMAINES

REMARQUE : Les normes des ressources humaines qui se retrouvent actuellement dans les normes de sécurité de l'enfant seront intégrées dans les normes de gestion organisationnelle.

1. L'agence affiliée embauche un employé de direction pour assurer sa direction et sa gestion.

2. Le Conseil d'administration a un processus en place pour évaluer les besoins de leadership de l'agence et un processus pour évaluer les postulants qui répondent aux besoins définis. Le Conseil d'administration offre une formation continue pour assurer le développement des aptitudes et capacités appropriées de l'employé de direction.
3. Le directeur général¹ reçoit une orientation spécifique aux GFGSC qui est pertinente à son poste pendant sa première année d'emploi.
4. L'agence affiliée a un système selon lequel les politiques régissant les ressources humaines sont passées en revue et communiquées aux employés sur une base régulière.
5. Des dossiers des ressources humaines sont tenus sur tous les employés et sont rangés dans un classeur verrouillé au bureau principal de l'agence.
6. Le Conseil d'administration a une politique régissant les relations entre les employés et les clients. (Interprétation : l'agence est consciente du degré auquel les relations des employés peuvent avoir un impact sur sa viabilité et sa crédibilité. Un exemple sera fourni.)
7. L'agence affiliée s'assure que tous les nouveaux employés reçoivent une orientation à sers politiques et pratiques. (Interprétation : cela comprendra aussi les lois fédérales et provinciales touchant la protection de la vie privée).
8. L'agence affiliée a des politiques et procédures écrites en ce qui touche le recrutement, la sélection, la formation, l'affectation, la supervision et l'évaluation d'étudiants.
9. Les étudiants sont supervisés par un employé qualifié.
10. Les étudiants font part de leurs opinions et recommandations, mais les décisions finales sont prises par un employé qualifié.
11. Les superviseurs signent toutes les notes de dossier rédigées par les étudiants durant la prestation des services.
12. Les entrevues avec les postulants bénévoles menées par les étudiants sont supervisées à un degré proportionnel à leur éducation et leur expérience.

H. RELATIONS AVEC LES MÉDIAS

¹ L'appellation directeur général fait référence à l'employé de direction, qui peut aussi être appelé directeur, responsable de jumelage, D.G., etc.

1. L'agence affiliée a établi une stratégie de communication pour informer de ses activités et décisions ses détenteurs d'intérêts internes, par exemple les Petits Frères et les Petites Sœurs, les familles, les bénévoles et les donateurs.
2. L'agence affiliée a établi une stratégie de relations publiques visant à faire connaître davantage les buts des Grands Frères Grandes Sœurs auprès des membres du public et d'autres personnes qui ne sont pas directement engagées avec l'agence.
3. L'agence affiliée utilise une approche proactive envers les relations avec les médias consistant à créer des liens et fournir de l'information, et à émettre des communiqués de presse et des idées d'articles faisant la promotion du travail des GFSGS.
4. L'agence affiliée répond rapidement et le plus franchement possible à toutes les demandes d'information présentée par les médias.
5. L'agence affiliée a établi un protocole de communication qui permet d'interagir avec rapidité, responsabilité et compassion avec ses principaux détenteurs d'intérêt et les médias dans l'éventualité d'une crise.
6. L'agence affiliée a identifié un premier porte-parole organisationnel et un deuxième porte-parole auxquels elle a offert une formation appropriée afin d'assurer qu'elle est le mieux représentée dans le cas de situations très visibles. (Interprétation : voir les exemples ci-joints.)

I. ÉTABLISSEMENT D'ALLIANCES

1. Des partenariats sont formés avec des organismes, des corporations, le gouvernement, etc. dans le but de rehausser le bien-être des enfants dans leur communauté et d'accroître la visibilité de l'agence et de ses services.
2. Les communautés sont bien informées des services des agences affiliées.
3. L'agence affiliée connaît la démographie de la communauté locale et les services offerts par d'autres organismes au service des jeunes dans la communauté.

J. INSTALLATIONS

1. L'organisme maintient un emplacement/bureau situé à l'extérieur de la résidence personnelle d'un employé ou d'un membre du Conseil d'administration.
(Interprétation : dans le but de rehausser le profil de la communauté, d'avoir de la visibilité dans la communauté, d'être considéré comme un organisme viable, professionnel et légitime offrant des services de haute qualité, et de façon à ce que l'information soit accessible et adéquatement protégée.)

2. L'agence affiliée maintient des installations physiques sécuritaires et accessibles.
3. L'agence affiliée s'assure qu'elle dispose de l'espace requis pour mener des entrevues privées dans un milieu professionnel.

K. GESTION DES RISQUES

1. L'agence affiliée évalue régulièrement les risques relativement à la sécurité des employés, des bénévoles, des enfants et de leurs familles. Des politiques et procédures appropriées relativement à la gestion des risques sont élaborées et mises en oeuvre.
2. L'agence affiliée a des politiques et procédures pour protéger ses documents dans l'éventualité d'un désastre tel un incendie ou une inondation.
3. Toutes les polices d'assurance de l'agence sont conservées pendant 100 ans après leur date d'expiration.

L. CONFIDENTIALITÉ DES RENSEIGNEMENTS PERSONNELS

1. L'agence affiliée a désigné un chef de la protection des renseignements personnels. (Interprétation : expliquer que cette responsabilité peut être intégrée dans un poste existant, p. ex. celui de D.G., de directeur de la collecte de fonds, de directeur du marketing, etc.)
2. L'agence affiliée met en oeuvre et publie une politique de confidentialité qui traite des lois provinciales et fédérales régissant la protection des renseignements personnels. (Interprétation : voir l'exemple fourni.)
3. L'agence affiliée obtient et conserve un consentement écrit pour les renseignements personnels qu'elle recueille sur une personne.
4. L'agence affiliée veille à la protection de tous les renseignements personnels en sa possession, et elle établit et maintient des contrôles de sécurité appropriés.
5. L'agence affiliée s'assure que des mesures appropriées pour la protection des renseignements personnels sont en place et opérationnelles au sein de tout organisme de tierce partie avant de conclure une entente pour partager des renseignements personnels avec ledit organisme.

.....
www.charitylaw.ca

www.carters.ca/pub/checklst/charity.pdf

www.charityvillage.com/cv/research/index.asp

ressources humaines dans le secteur bénévole : avec des ressources et une trousse de bonnes pratiques en RH sur le site www.hrvs.ca.

Le préambule devrait :

- avoir un ton positif;
- indiquer clairement où le processus s'inscrit au sein de l'organisme;
- indiquer l'inclusivité du processus élaboré;
- jouer un rôle au niveau de la force et la résistance, et démontrer son degré d'importance en ce qui touche le plan stratégique et le but stratégique;
- correspondre au moins aux politiques et procédures organisationnelles :
 - les agences peuvent faire davantage,
 - cela peut servir de rampe de lancement,
 - il est possible de partager le développement avec le reste du mouvement, et de rehausser les capacités des agences membres et du mouvement;
- enlever le terme « minimum » pour les normes couramment acceptées que les agences fortes affichent;
- faire référence à des normes « fondamentales » au lieu de « minimales »;
- éviter le terme « minimum » dans les titres, mais employer plutôt une expression qui suggère qu'il s'agit d'une base sur laquelle il est possible de bâtir;
- utiliser une terminologie propre au développement des acquis.