



Société d'histoire  
de la région de Terrebonne

# PLAN STRATÉGIQUE 2020-2022

## MISSION

Favoriser la conservation et promouvoir l'histoire et le patrimoine du territoire de la Ville de Terrebonne auprès de la population en général.

## VISION

La Société d'histoire de la région de Terrebonne suscite un intérêt marqué pour l'histoire et le patrimoine en animant et développant un sentiment d'appartenance au territoire tout en étant considéré comme un leader, un partenaire incontournable et une référence par le milieu municipal, associatif et scolaire.

## VALEURS

### COMPÉTENCE

Se démontre en s'acquittant de ses tâches avec professionnalisme, excellence, efficacité et objectivité. L'organisme met à contribution ses connaissances, ses habiletés et son expérience dans l'atteinte des résultats visés.

### RIGUEUR ET CRÉDIBILITÉ

Se manifeste par l'exactitude et le souci du travail bien fait. Ces valeurs impliquent que la Société d'histoire de la région de Terrebonne s'assure de mettre tout en œuvre pour respecter ses engagements, la qualité de ses livrables ainsi que l'atteinte de ses objectifs et repose sur son authenticité et sa transparence.

### ACCESSIBILITÉ

Se traduit par l'engagement de la Société d'histoire de la région de Terrebonne à faciliter et favoriser l'accès à l'histoire et au patrimoine pour tous ainsi qu'à ses services.

### APPARTENANCE

Fait référence au fait que la Société d'histoire de la région de Terrebonne appartient à la communauté locale et réciproquement implique qu'elle développe des attaches affectives et un sentiment de solidarité pour la population.

## ORIENTATION 1

## OBJECTIFS STRATÉGIQUES

### UNE OFFRE DE SERVICES ADAPTÉE ET DÉVELOPPÉE

- 1.1 Sonder les membres et la population en général afin de mieux connaître les attentes et les intérêts des clientèles régulières et potentielles
- 1.2 Élaborer une programmation régulière et ponctuelle (activités)
- 1.3 Définir des nouveaux services pouvant être offerts par la Société d'histoire de la région de Terrebonne
- 1.4 Convenir de principes pour le déroulement, le type et la tarification des services et des activités
- 1.5 Insérer dans le processus la phase d'évaluation pour chaque activité et service offerts (planification, organisation, réalisation et évaluation)

## ORIENTATION 2

## OBJECTIFS STRATÉGIQUES

### UN POSITIONNEMENT CLARIFIÉ ET UN RAYONNEMENT ACCENTUÉ

- 2.1 Adapter un plan de communication/mise en marché en lien avec le plan stratégique
- 2.2 Faire connaître la Société d'histoire de la région de Terrebonne et sa mission partout sur le territoire
- 2.3 Analyser et revoir les avantages de la membricité afin de favoriser une mobilisation accrue des membres lors des activités
- 2.4 Déployer des stratégies et des moyens pour rejoindre et recruter de nouveaux membres
- 2.5 Recruter des ressources humaines spécialisées afin d'assurer et développer les volets d'études
- 2.6 Accentuer les liens avec la Ville, le milieu scolaire et le milieu associatif
- 2.7 Participer aux rencontres et aux activités d'organismes avec lesquels la Société d'histoire de la région de Terrebonne peut développer des partenariats

## ORIENTATION 3

## OBJECTIFS STRATÉGIQUES

### L'AMÉLIORATION DE LA GOUVERNANCE ET DU FONCTIONNEMENT INTERNE

- 3.1 Actualiser, bonifier et/ou développer des outils de gestion et des procédures organisationnelles, et les mettre en application
- 3.2 Assurer l'efficacité du fonctionnement, la synergie au sein de l'équipe et la connaissance mutuelle des dossiers
- 3.3 Mettre en place des stratégies d'intégration et de formation des administrateurs (ex : cahier de l'administrateur, formations annuelles sur les rôles et responsabilités du C.A. etc.)
- 3.4 Accroître l'efficacité et l'efficience du fonctionnement du conseil d'administration
- 3.5 Favoriser la participation et l'implication des administrateurs
- 3.6 Développer le financement autogénéré
- 3.7 Inventorier et cibler les programmes d'aide financière pouvant répondre aux besoins de l'organisme
- 3.8 Développer et mettre en place des mécanismes d'évaluation et de suivis du plan stratégique, du plan d'action et des programmes ou services offerts