

voir
composer
réussir imaginer
respecter

respecter créer
penser se souvenir
applaudir

La culture des résultats

*Colloque annuel de la SQEP
3 novembre 2006*

Introduction

Le but de l'exposé est de vous présenter comment le ministère de la Culture et des Communications (MCC) a réalisé la mise en place de la gestion axée sur les résultats dans un contexte de changement, pour enfin dégager les conséquences sur l'évaluation de programmes

Présentation du MCC

MISSION DU MCC

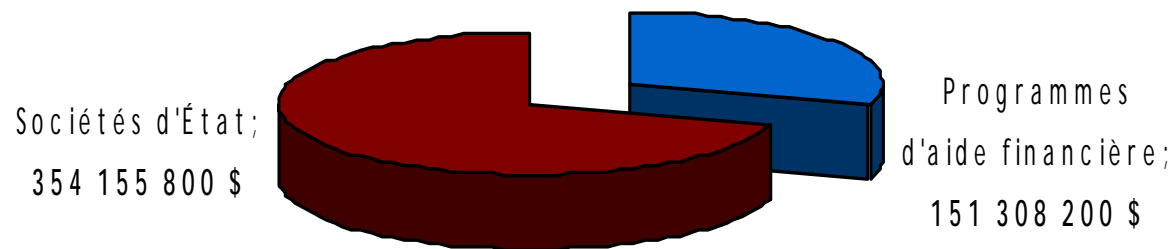
Favoriser au Québec l'affirmation, l'expression et la démocratisation de la culture ainsi que le développement des communications et contribuer à leur rayonnement à l'étranger

Pour réaliser sa mission, le MCC est appuyé par un réseau de douze sociétés d'État et d'organismes publics relevant de la ministre

Présentation du MCC

BUDGET ANNUEL DU MCC (2006-2007)

Budget annuel (2006-2007) : 579 495 700 \$



Présentation du MCC

LES SERVICES OFFERTS PAR LE MCC

Services directs à la population, aux organismes, aux entreprises et aux municipalités

Services d'aide financière et d'aide conseil à des clients/partenaires

Présentation du MCC

LA CLIENTÈLE DU MCC INSCRITE DANS DI@PASON

Le MCC a plus de 2 000 clients/partenaires récurrents inscrits dans la banque clients/partenaires

Les CLIENTS sont les individus, les organismes ou les autorités publiques ayant fait une demande d'aide financière dans l'un des programmes du MCC en vue d'obtenir une subvention

Les PARTENAIRES sont également des individus, des organismes ou des autorités publiques qui s'inscrivent dans une dynamique de contribution avec le MCC dans le cadre d'une initiative de partenariat

Modernisation au MCC : les origines

2002 : le MCC est l'objet d'une vérification par le Vérificateur général du Québec (VG)

Le VG fait des constats et des recommandations pour bonifier l'action du MCC sur les aspects suivants :

- la conception de programmes
- le processus d'attribution de l'aide financière
- le suivi des subventions
- l'évaluation de programmes
- la reddition de comptes

Modernisation au MCC : les origines

SONDAGE LÉGER MARKETING

Réalisé auprès des clientèles et du personnel du MCC concernant les « attentes et la satisfaction des clientèles à l'égard de la prestation de services par le MCC »

CONSTATS

Satisfaction de la clientèle à l'égard de la prestation de services rendus par le MCC, tant du point de vue de l'accessibilité que de l'attitude du personnel

Améliorations souhaitées pour les processus administratifs liés à l'attribution de l'aide financière

Modernisation au MCC : les origines

PLAN DE MODERNISATION 2004-2007

Regroupement des programmes de soutien financier en matière culturelle afin d'en simplifier l'accès auprès de la clientèle

CONSTATS DU MCC PARTAGÉS AVEC LE GOUVERNEMENT DANS LE PLAN DE MODERNISATION

- Définition actuelle des programmes n'est pas optimale sur le plan administratif
- Beaucoup de programmes (41), ce qui rend la politique d'aide du MCC difficile à comprendre et coûteuse à gérer en raison de sa complexité
- Outils d'évaluation ne sont pas standardisés

Modernisation au MCC : les origines

Face à ces constats, et en tenant compte des recommandations du VG, le MCC a entrepris un vaste chantier de modernisation qui touche le renouvellement de l'offre de service liée à l'octroi de l'aide financière

Modernisation au MCC : la solution



Nouvelle offre de service : di@pason

Di@pason est un service en ligne transactionnel sécurisé qui permet aux clients/partenaires de produire leur demande d'aide financière, de la transmettre au MCC et d'en suivre le traitement

Di@pason a permis de concevoir des programmes qui répondent à la gestion axée sur les résultats et en les recentrant sur son offre de service en quatre programmes génériques :

- Aide au fonctionnement
- Aide aux projets (accueil et appel)
- Aide aux initiatives de partenariat
- Aide aux immobilisations

Nouvelle offre de service : di@pason

UN OUTIL DE REDDITION DE COMPTES

Le système di@pason facilitera la reddition des comptes par la production de rapports de suivis prédéfinis ainsi que l'extraction et l'exploitation de la base de données

UN OUTIL D'ÉVALUATION DE PROGRAMMES

Les clients/partenaires doivent fournir un plan d'action triennal pour bénéficier de l'aide financière au fonctionnement. Ce plan d'action est standardisé selon les domaines et comporte des objectifs et des indicateurs sur lesquels ils devront rendre des comptes

Intervention de la direction de l'évaluation

- Inventaire des données
- Examen détaillé des programmes
- Gabarits de plans d'action et de reddition de comptes
- Formation et soutien aux ressources humaines

Intervention de la direction de l'évaluation

INVENTAIRE DES DONNÉES

- Analyse des indicateurs de résultats de chaque programme spécifique
- Identification de toutes les données requises pour le calcul des indicateurs
- Recommandation d'indicateurs lorsqu'absents
- Identification des sources de données

Intervention de la direction de l'évaluation

EXAMEN DÉTAILLÉ DES LIBELLÉS DES PROGRAMMES

- Première vague en 2003, lors de la première reconfiguration des programmes
- Passage de 40 à 4 programmes génériques
- Passage de 200 objectifs à une trentaine
- Deuxième vague à l'automne 2005
- Analyse de la cohérence des objectifs

Intervention de la direction de l'évaluation

« SMARTIFICATION » DES OBJECTIFS

Spécifiques

Mesurables

Atteignables

Orientés sur les **R**ésultats

Limités dans le **T**emps



Intervention de la direction de l'évaluation

GABARITS DE PLANS D'ACTION

- Développement de gabarits à l'usage des clients/partenaires pour chaque programme spécifique
- Gabarits pour les agents régionaux appuyés d'exemples

Plan d'action triennal

Objectif 3		Augmenter la fréquentation des salles de spectacles des diffuseurs pluridisciplinaires soutenus			
Objectifs de l'organisme	Indicateurs	Données à recueillir	ACTIVITÉS PRÉVUES EN LIEN AVEC L'OBJECTIF DE L'ORGANISME		
			AN 1 2006-2007	AN 2 2007-2008	AN 3 2008-2009
SUJET 4. Le développement de l'assistance au spectacle					
4.1 D'ici 2009, augmenter de 76 % à 90% le taux de fréquentation de la salle Michel-Tremblay	<p>Taux de fréquentation de la salle:</p> <p>Mode de calcul : Nb réel de billets vendus dans une année divisé par le nb de billets mis en vente, multipliée par 100</p>	<ul style="list-style-type: none"> Nb de billets mis en vente par année (2006 – 2007 – 2008) Nb de billets vendus par année (2006 – 2007 – 2008) 	Offrir une nouvelle série de trois spectacles en théâtre visant le public de jeunes adultes	Réaliser un concours de dessins pour enfants, les gagnants verront leurs dessins utilisés pour le décor de Hansel et Gretel	Offrir au moins 5 rencontres spectateurs – réalisateurs ou spectateurs – acteurs

Intervention de la direction de l'évaluation

GABARITS DE REDDITION DE COMPTES

Développement de gabarits de reddition de comptes pour chaque volet de programme, à l'usage des clients/partenaires

Plan d'action triennal de la reddition de comptes

LE NOM DU CLIENT/PARTENAIRE : Le théâtre de la place inc.

L'OBJECTIF 3 DU PROGRAMME : Augmenter la fréquentation des salles de spectacles des diffuseurs pluridisciplinaires soutenus

Les objectifs convenus avec le client/partenaire	Les résultats obtenus (AN 1 – AN 2 – AN 3)	LE DEGRÉ D'ATTEINTE DES OBJECTIFS			LES COMMENTAIRES SUR LE DEGRÉ D'ATTEINTE DES OBJECTIFS (FACTEURS INTERNES SOUS LE CONTRÔLE DU CLIENT/PARTENAIRE)
		Pas atteint	Atteint	Dépassé	

SUJET 4 : Le développement de l'assistance au spectacle

<p>Le client/partenaire indique l'objectif convenu avec le MCC lors de la signature de l'entente.</p> <p>Si l'objectif a été modifié, il faut indiquer le jour, le mois et l'année de la modification.</p>					<p>Le client/partenaire indique les facteurs internes qui ont eu un impact sur le degré d'atteinte des objectifs. Par facteurs internes, on entend les éléments directs sur lesquels les gestionnaires peuvent exercer un contrôle.</p>
--	--	--	--	--	---

L'ANALYSE CONTEXTUELLE (Le cas échéant, expliquer les facteurs externes liés au contexte socio-économique, politique et/ou autre ayant eu un impact sur l'atteinte des objectifs.)

Intervention de la direction de l'évaluation

FORMATION ET SOUTIEN

- Quatre formations d'une journée sur la gestion axée sur les résultats pour les professionnels du central et des régions
- Taux de participation de 95 %
- A permis d'établir une relation différente avec les directions régionales et les agents opérationnels
- Plusieurs demandes de soutien (examen de plans d'action)
- Demandes de formation pour les regroupements de clients/partenaires

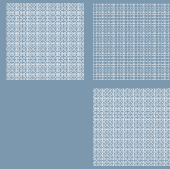
Conclusion

Ars Gratia Artis



Culture
et Communications

Québec 



Période de questions

Pour plus d'information

Site Web du ministère de la Culture et des Communications

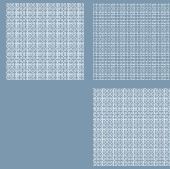
www.mcc.gouv.qc.ca

Myriam Côte

(418) 380-2362 poste 7379
myriam.cote@mcc.gouv.qc.ca

Félix Meisels

(418) 380-2362 poste 7241
felix.meisels@mcc.gouv.qc.ca



Conditions facilitantes

- La Direction de la planification stratégique et de l'évaluation de programmes relève directement de la sous-ministre
- La *clause crépusculaire* – maintenant reflétée dans notre calendrier d'évaluation
- Nous avons pu suspendre d'autres travaux en évaluation de programmes pour plusieurs mois pour nous libérer
- Nombre restreint d'agents régionaux et de coordonnateurs de l'aide financière
- Le travail a été fait à l'interne par les évaluateurs du MCC

Difficultés rencontrées

- Di@pason était davantage perçu comme un système de gestion de l'aide financière et interlocuteurs peu familiers avec la gestion axée sur les résultats
- Peu de temps pour rendre opérationnelle toute la refonte
- Apparente contradiction entre la consigne de simplification du processus pour les clients/partenaires et la quantité de données requises pour l'évaluation de programmes et la reddition de comptes