

Planification stratégique SIC

Mercredi 9h45 – 10h30, Jeudi 9h30-Midi, Vendredi matin : 30 minutes

Étape 1 : Dirigez-vous vers la salle qui vous a été assignée, trouvez votre table, et présentez-vous à vos collègues.

Étape 2 :

- Désignez quelqu'un qui facilitera la discussion.
- Désignez un chronométrateur afin d'assurer que le groupe retourne à la salle plénière pour 10h30, le mercredi, et pour 11h30, le jeudi.
- Désignez un porte-parole.
- Désignez un secrétaire pour prendre des notes.
- Veuillez rédiger les points clés de manière à ce qu'ils soient facilement lisibles et évidents aux lecteurs qui n'ont pas participé à la discussion. Les notes devraient indiquer le nom du groupe et celui du secrétaire et devraient être remises à Tanja Mackin pour affichage au mur de la salle plénière pour que d'autres puissent les lire.
- Utilisez les questions ci-après pour diriger vos discussions. Procédez à un rythme confortable qui permet une participation pertinente. Si vous ne réussissez qu'à couvrir une ou deux des questions au cours d'une session, il n'y a aucune problème à ça.

Cross Country	Rugby	Soccer	Field Hockey	Football
Mulligan Room	Mulligan Room	Mulligan Room	Mulligan Room	Mulligan Room
Leslie Dal Cin	Patricia Murray	John Ryan	Sandy Slavin	Coleen Dufresne
Jack Drover	Claire Baillie	Mark Alfano	Beth Ali	Jen Brenning
Gord Grace	Peter Baxter	Aubrey Ferris	Bob Copeland	Chris Critelli
James Hillis	Guy Dube	Peter Hellstrom	Beth Emery	Nancy Dingwall
Nicole Josin	Jill Fulton	Les Lawton	Carol Hofer	Theresa Hanson
Ivan Joseph	Lisen Moore	Karen Moore	James Keogh	Brian Heaney
Lisa Jordan	Bill Seymour	Angela Orton	Donna Moskwa	Teresa Penner
Ken Olynyk	Diane St-Denis	Lana Rizutto	Jennifer Myers	Geoff Phillip
	Maureen Sparks	Lynn Taylor		Katie Spriggs
Swimming	Wrestling	Track & Field	Hockey	Basketball
Mulligan Room	Shakers Room	Shakers Room	Shakers Room	Shakers Room
Manon Vaillancourt	Lorne Adams	Jean Guy Ouellette	Leo MacPherson	Katie Sheahan
Tony Addona	Kevin Boyles	J-P Boucher	Lynn Boudreau	Liz Hoffman
Marc Boudreau	Kirk De Fazio	JP Chancy	Vito Castiglione	Tom Kendall
Mario Dufour	Travis Grindle	Pierre Clermont	Darren Cates	Danielle King
Gilles Lépine	David Kent	Christian Gagnon	Kevin Dickie	Drew Love
Marie-Christine Côté	Dale Schula	Luc Gelineau	Mike Havey	Rick Nickelchok
Michel Morin	Joey Sabo	Paul Krivicky	Janean Sergeant	Al Scott
Manon Simard	Bob Philip	Brenda Laliberté	Karen H-Deshon	Curt Warkentin
		Martine LeBlanc	Krista McKenna	Tom Warden
Volleyball	Curling	All Canadians	If your name is not listed please join any group that is short on numbers.	
Shakers Room	Shakers Room	Shakers Room		
Michelle Healey	David Murphy	Dick White		
Dan Ackerman	Ward Dilse	Bill Byrick		
Ron Annear	Helen Ellis-Govette	Ken Babcock		
Patricia Kitchen	Judy McCrae	Scott Barker		
Christine Power	Rocky Olfert	Nancy Duncan		
Therese Quigley	R Quackenbush	Byron MacDonald		
Drew Soleyn	Doran Reid	Chuck Mathies		
Julie Tam	Ken Schildroth	Pina Russo		
Colin Timm	Murray Hall			

Question #1 :

nom : _____

Décortiquer les résultats du Sondage des membres :

La trousse AGA contenait les résultats du sondage et le Président SIC, Dick White, a résumé dans son rapport ce qu'il considérait les points clés retenus du sondage. Compte tenu du fait que le sondage a été circulé à un temps de l'année particulièrement chargé et occupé et que 35 des 51 universités et 1 seul secrétariat d'Association régionale sur 4 y ont donné suite, il y a peut-être des points de vue importants qui n'ont pas été exprimés. Y a-t-il quelque chose que vous aimeriez contribuer et qui n'a pas été couvert dans les résultats du sondage ?

a) choses que vous appréciez et valorisez de SIC / choses que SIC fait bien :

b) choses de SIC qui vous frustrent :

c) choses que nous pouvons faire pour améliorer SIC :

d) quelles devraient être les plus grandes priorités au cours des 3 à 5 prochaines années ?

e) trouvez-vous que la vision de SIC est pertinente ?

SIC est la destination de choix des étudiants athlètes canadiens pour la poursuite de l'excellence académique et sportive. SIC est reconnu comme l'un des leaders influents dans le domaine des sports au Canada.

f) y a-t-il quelque chose qui vous a étonné dans les résultats ?

Question #2

nom: _____

Le Conseil SIC a digéré les résultats du sondage des membres 2008 et réfléchi sur les points forts, les faiblesses, les menaces et opportunités qui se présentent. Le Conseil a élaboré une série de stratégies / projets / activités et motions afin de livrer une valeur plus sûre aux membres de SIC et d'accélérer l'atteinte de notre but de devenir la destination de choix. Le Conseil anticipe les réactions des membres.

Veillez nous faire part de vos réactions, opinions, idées, suggestions et mises en garde :

	réactions, opinions, idées, suggestions
<p>1 Devenir la Destination de choix Que SIC entreprenne une étude approfondie de l'avenir du sport universitaire canadien dans le but de cibler ce qui doit être fait pour réaliser cette vision de « Destination de choix ». Cette révision devra inclure un dialogue avec les parties prenantes externes (FSCs, OSPs, commanditaires, réseaux télé, écoles secondaires, etc), et explorer le partenariat / collaboration avec ACSC, et la possibilité de procéder par niveaux.</p>	
<p>2 Devenir la Destination de choix par le biais de Bourses d'études sportives Accepter que, pour pouvoir compétitionner à armes égales avec la NCAA pour attirer les meilleurs étudiants athlètes, il nous faudra être plus flexibles au niveau des politiques concernant les BÉSs ; le Conseil mandate le Comité des BÉSs pour préparer une ébauche de révisions à la politique sur les BÉSs visant à retenir le talent au Canada et à promouvoir la vision de SIC comme destination de choix (i.e. permettre une plus grande flexibilité à l'intérieur d'un montant maximal [semblable au cap actuel] de façon à ce que les meilleurs étudiants athlètes puissent recevoir des bourses d'études sportives équivalentes à la valeur totale des frais de scolarité, d'hébergement et de vivres d'ici 2010-201) pour l'approbation des membres.</p>	
<p>3 Devenir la destination de choix en rendant les Bourses d'études sportives plus accessibles Le Conseil enjoint le Comité des BÉSs de réviser les moyennes exigées par SIC et la NCAA à l'admission et au cours du programme ; de faire le constat de l'écart entre les deux ; d'évaluer l'impact, s'il y a lieu, de cet écart sur la chance de SIC de devenir la destination de choix ; et de faire rapport de ses constats au Conseil/membres de SIC.</p>	
<p>4 Bourses d'études sportives - conformité Le Conseil enjoint le Comité des BÉSs de scruter les options de conformité et de contrôle de la politique concernant les BÉSs dans le but de cibler les infractions perçues et d'en faire rapport au Conseil/membres de SIC.</p>	

5	<p>Notoriété (promotion des programmes de sports auprès des universités)</p> <p>Une facette de notre démarche pour devenir la destination de choix implique le renforcement et la promotion des programmes de sports auprès des universités. Un sous-comité du Conseil sera formé et chargé de développer un plan d'action qui inclurait des activités telles que :</p> <ul style="list-style-type: none"> - L'élaboration d'une présentation Power Point générique décrivant les avantages et les contributions aux universités d'un programme de sports./ - des rencontres avec des présidents d'universités, des conseils de direction des universités, etc. 	réactions, opinions, idées, suggestions
6	<p>Marketing / Stratégie de la marque (assurer que les gens soient bien informés)</p> <p>Compte tenu que les communiqués sporadiques, les informations et demandes de dernière heure en provenance du service de marketing de SIC sont une source de frustration, le Conseil propose que des mises à jour mensuelles (dans le but d'améliorer la qualité de communication, d'informer, d'éduquer et d'impliquer) soient acheminées du secrétariat SIC vers le Comité de marketing, les Hôtes de SIC, les Associations d'entraîneurs et les membres.</p> <p>Ces mises à jour incluront des informations sur la stratégie télé et les horaires de diffusion, la stratégie de la marque, les commandites, les fournisseurs d'équipement, comment SIC distribue les argents des commandites aux hôtes de SIC, comment SIC choisit quels événements seront télédiffusés, la rationalisation de SIC concernant les logos de commanditaires sur les uniformes, la publicité des réseaux lors de la diffusion de championnats SIC, la guérilla de marketing, etc.</p>	
7	<p>Améliorer le Marketing / Stratégie de la marque</p> <p>Le Conseil enjoint le Comité de Marketing de piloter la formulation d'un plan de stratégie de la marque axé sur la vision de SIC de devenir la destination de choix. Se prévaloir au besoin d'expertise extérieure en développement de la stratégie de la marque. (logos SIC sur les uniformes, visibilité dans les installations des membres, remaniement des exigences de la stratégie de la marque pour les championnats SIC de façon à rafraîchir et à rehausser le look de SIC.</p>	
8	<p>Améliorer le Marketing / Stratégie de la marque</p> <p>Pour faire en sorte que SIC soit remarqué sur le marché et devienne la destination de choix, le Conseil enjoint le VP – Recherche et développement de revoir le logo de SIC et de développer une stratégie du renouvellement du logo.</p>	

9	<p>Souligner l'Excellence</p> <p>Compte tenu du fait que la célébration de l'excellence est une grosse priorité pour les membres de SIC et que le niveau de satisfaction sur ce point est plutôt mitigé jusqu'ici, le Conseil s'engage à développer une stratégie visant à rehausser la mise en valeur des Étoilés académiques canadiens, des récipiendaires de prix majeurs, des étoiles, des détenteurs de records, des anniversaires d'entraîneurs, etc.</p>	réactions, opinions, idées, suggestions
1 0	<p>Renforcer les liens avec les FSCs pour devenir la Destination de choix</p> <p>Compte tenu que le sondage des membres a ciblé un profond désir de renforcer les liens au sein de la Communauté sportive nationale et que ces liens contribueront à faire de nous une destination de choix :</p> <p>Le Conseil enjoint le Comité des sports d'élaborer un plan d'action pour améliorer le parallèle entre le sport de SIC et le Développement à long terme de l'athlète. (Pourrait impliquer l'identification des sports visés / les domaines où nous pourrions avoir le plus grand impact, etc.)</p> <p>Et Le Conseil enjoint le Comité international d'élaborer une stratégie visant à utiliser des activités internationales pour rehausser davantage la complémentarité avec le DLTA et renforcer les liens avec les FSCs.</p>	
1 1	<p>Bilinguisme</p> <p>SIC est une organisation canadienne composée de membres et d'étudiants-athlètes provenant des communautés francophone et anglophone du Canada. SIC veut confirmer sa volonté d'assurer la présence et la qualité des deux langues officielles dans son organisation. Il est proposé:</p> <p>Que SIC poursuive les efforts amorcés afin d'assurer la présence et la qualité des deux langues officielles, parlées et écrites, dans ses publications, son site internet, ses outils de promotion et d'information et lors des événements organisés à travers le Canada.</p>	
1 2	<p>Améliorer la gouvernance</p> <p>Compte tenu que le Sondage des membres a identifié plusieurs aspects de la gouvernance considérés frustrants pour les membres, le Conseil enjoint le Comité de la constitution sur l'équité et l'égalité d'étudier les points suivants et de faire des recommandations au Conseil :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Code de conduite - révision de la structure de vote à l'AGA SIC - discrimination basée sur le sexe pour voter à l'AGA - seuil de 2/3 du vote pour l'admissibilité et les BÉSs - Structure/composition du Conseil - Structure du comité - Incluant les spécialistes externes 	

1 3	<p>Améliorer la gouvernance</p> <p>Que l'ordre du jour des AGAs SIC soit conçu de façon à allouer davantage de temps à l'échange professionnel, aux meilleures pratiques, et aux discussions stratégiques, et à réduire le temps consacré aux pratiques de gestion.</p> <p>Par conséquent, le Conseil enjoint le Comité de la constitution :</p> <ul style="list-style-type: none"> - D'élaborer des stratégies visant à rehausser la collaboration entre SIC, les ARs, les Associations d'entraîneurs, et les membres. - Étudier diverses stratégies visant à changer la culture, à améliorer les comportements et à réduire les conflits. 	réactions, opinions, idées, suggestions
1 4	<p>Recherche</p> <p>En coopération avec le CD de SIC, le Comité de R&D effectuera tous les deux ans un sondage auprès des membres pour évaluer leur degré de satisfaction relativement aux progrès réalisés au niveau de notre réponse aux besoins croissants et aux attentes de notre membres.</p> <p>Mener une enquête / sondage en rapport avec les questions d'importance stratégique à SIC et à ses membres. À réaliser tous les deux ans, en complément au Sondage sur la satisfaction des membres. Les résultats seront divulgués par le biais d'un Bulletin d'évaluation biennal de R & D.</p> <p>Pour les besoins de publicité, comparer la performance académique (taux de graduation et autres mesures de succès académique) des étudiants athlètes vs la population étudiante en général.</p> <p>Déterminer le # de canadiens qui compétitionnent au sein de la NCAA, pourquoi ils ont quitté le Canada, et le # qui reviennent au Canada et pourquoi.</p>	
1 5	<p>Améliorer les Championnats SIC</p> <p>Compte tenu que les Championnats SIC constituent une partie importante de notre mandat et que le sondage indique qu'ils laissent à désirer sur certains plans, le Conseil enjoint le Comité des sports et le Comité de Marketing d'élaborer des stratégies et politiques visant à rehausser les championnats. Les facettes à réviser incluent l'amélioration de l'expérience étudiant athlète, les coûts et risques de l'Accueil, les frais de participation, l'accent sur le même traitement pour tous les sports, la stratégie de la marque de SIC aux Championnats SIC, le virage au vert (environnement), etc.</p>	
1 6	<p>Saturation et Qualité de l'amélioration</p> <p>Compte tenu du fait que les ressources de SIC sont taxées à la limite, le Conseil entreprendra un processus de révision des projets afin d'éviter que la qualité soit compromise et pour assurer un alignement entre les priorités, les budgets, et les descriptions de tâches.</p>	

Question #3 : Valoriser le sport universitaire auprès des universités

Ce domaine a été ciblé, par le sondage des membres et par le biais de l'analyse F.F.P.M., de l'Enquête sur l'environnement, et des discussions du Conseil, comme devant être adressé par SIC.

Qu'est-ce qui aiderait sur votre campus? (produits livrables, outils, ressources, personnes ressources, etc.)

Sur quel message clé devrait-on mettre l'emphase ?

Y a-t-il des ressources/pratiques d'excellence dans ce domaine que vous seriez prêt à partager ?

Y a-t-il des individus que vous pourriez recommander comme personnes ressources qui pourraient possiblement être recrutées pour participer à une équipe de travail dans ce domaine ?

Autres commentaires :

Question #4 - Rehausser et améliorer les Championnats nationaux

Ce domaine a été ciblé comme devant être une préoccupation prioritaire au cours des trois à cinq prochaines années.

En vous basant sur les réactions des membres recueillies par le sondage (voir ci-après), quelles suggestions / idées spécifiques avez-vous pour nous aider à améliorer les championnats nationaux ?

- Soutien de l'hôte
- Personnel de soutien accru aux championnats SIC
- Améliorer l'interaction marketing et commandite entre SIC et les hôtes (incertitude quant aux télédiffusions et l'esprit de « dernière minute » de SIC sont problématiques)
- Rehausser la qualité des championnats nationaux

Question #5 – Amélioration du marketing et de la stratégie de marque

En vous basant sur les réponses au sondage des membres (voir ci-après), quelles suggestions / idées spécifiques avez-vous pour nous aider à atteindre notre but d'améliorer le marketing et la stratégie de marque ?

Les réactions des membres incluaient :

- Visibilité télé
 - SiteWeb et webdiffusions, Facebook, blogues.
 - Rehausser la notoriété de la marque
 - Améliorer la communication avec les hôtes
 - Obtenir des commanditaires
 - Une plus grande assistance aux matches
 - Développer des partenariats avec des professionnels du marketing et de la télévision pour rehausser la marque et s'assurer des nouvelles sources de revenus.
- Repositionner les championnats SIC pour permettre à SIC de maximiser la commandite ainsi que les opportunités et partenariats télé.

Question #6 – Devenir la Destination de choix

En vous basant sur les réactions des membres, quelles suggestions / idées additionnelles avez-vous pour contribuer à notre but de devenir la destination de choix ?

- Aider les établissements à passer le message clé lorsque nous recrutons des athlètes – Programme « Canada d'abord ».
- Améliorer la complicité avec les FSC.
- Retenir les meilleurs athlètes au Canada en offrant des BÉS complètes et des entraîneurs/adjoins à temps plein.
- S'engager dans un processus sérieux visant à déterminer ce que nous voulons quant à l'avenir de SIC/du sport postsecondaire. Inclure des échanges / conversations avec toutes les parties concernées.
- Règles spécifiques à chaque sport.
- Sports générant un meilleur levier de revenus au profit de SIC.
- Promouvoir une marque qui privilégie SIC comme destination de choix.
- Une plus grande flexibilité au niveau des prix et de la moyenne des nouveaux étudiants athlètes dans le but de retenir certains des meilleurs chez-nous.

Appréciation : Philosophie SIC – Vision - Stratégie

Quelles sont les trois choses que vous appréciez le plus de SIC ?

La vaste majorité des réponses se situaient dans l'un des 4 groupes supérieurs suivants :

<p>Canadien</p> <ul style="list-style-type: none"> • Racines canadiennes • Valeurs canadiennes • Éducation canadienne • Faire partie du système sportif canadien • Expérience canadienne et relations avec les autres universités et étudiants-athlètes à travers le pays • Ampleur nationale • Modèle de l'étudiant athlète canadien : équilibre axé sur les études et le sport 	<p>Gouvernance</p> <ul style="list-style-type: none"> • Personnel aidant, dévoué, qualifié • Association toujours à la fine pointe des tendances • Organisme administré de façon professionnelle • Conseil, lois, règlements • Questions de discipline et appels traitées de façon équitable et professionnelle • Engagement envers une éducation et une amélioration continues
<p>Championnats nationaux</p> <ul style="list-style-type: none"> • Événements de championnats de grande qualité qui permettent aux athlètes de compétitionner à des niveaux nationaux et de vivre l'expérience de voyager à travers le Canada • Engagement envers une compétition conforme à un code d'éthique équitable 	<p>Marketing/ Communications / Promotion</p> <ul style="list-style-type: none"> • Promotion du Sport universitaire au Canada • Couverture télé • Site Web SIC

Autres réponses communes :

Opportunités internationales
Échanges et développements professionnels
Étoilés académiques canadiens

Leadership sportif canadien
Publicité pour le sport
Équité

Veillez énumérer les trois ou quatre choses, selon vous, que SIC fait le mieux

La vaste majorité des réponses se situaient dans l'un des 4 groupes supérieurs suivants :

<p>Championnats nationaux</p> <ul style="list-style-type: none"> • Soutien à l'hôte • Devis descriptif • Subventions de voyage • Couverture médiatique • Offre un environnement propice à la poursuite de l'excellence dans un cadre éducatif 	<p>Gouvernance</p> <ul style="list-style-type: none"> • Demande l'opinion de ses membres • Organisée, transparente • Organisme géré de façon professionnelle • Bon contrôle à l'interne • Expertise et professionnalisme du personnel • Engagement envers une amélioration continue
<p>International</p> <ul style="list-style-type: none"> • Supervision et gestion FISU • Merveilleuse opportunité pour les étudiants athlètes 	<p>SiteWeb et Information médiatique</p> <ul style="list-style-type: none"> • Publication des résultats et statistiques

Autres réponses communes :

Affichage des statistiques sportives
Prix BLG
Couverture télé nationale
Formation professionnelle aux assemblées annuelles
Règles d'admissibilité, processus et appels
Leadership au sein du sport canadien

Publicité
Équité
Éducation anti-dopage
Soutien aux Associations des entraîneurs
Partenariats avec les FSC et Sport Canada

Selon vous, quelles devraient être les trois priorités de SIC au cours des trois à cinq prochaines années ?

<p>Renforcer et améliorer les Championnats nationaux</p> <ul style="list-style-type: none"> • Soutien à l'hôte • Plus de personnel aux championnats SIC • Améliorer interactions marketing et commandite entre SIC et les hôtes (incertitude télé et attitude de dernière minute de SIC problématique) • Rehausser la qualité des championnats nationaux. 	<p>Marketing et stratégie de marque</p> <ul style="list-style-type: none"> • Visibilité télé • SiteWeb et webémissions, Facebook, blogues. • Améliorer la notoriété de la marque • Améliorer la communication avec les hôtes • S'assurer des commandites • Plus de partisans dans les estrades • Développer partenariats avec des professionnels du marketing et de la télévision pour développer la marque et les sources de revenus • Repositionner les championnats SIC pour permettre à SIC de maximiser les opportunités et partenariats de commandite et de télévision.
<p>Membership</p> <ul style="list-style-type: none"> • Trouver un moyen de maintenir son membership de SIC • Développer une stratégie détaillée concernant un membership à SIC en raison de la réglementation de la NCAA. Inclure la possibilité d'ouvrir le membership aux collèges et autres institutions, et/ou de procéder par niveaux. 	<p>Initiatives de la Destination de choix</p> <p>Progresser au niveau de la provision de BÉS</p> <p>Recrutement et retenue des meilleurs étudiants athlètes dans le but que la "destination de choix" devienne une réalité</p> <p>Modifier les règles concernant les bourses d'études afin que nous puissions compétitionner sur un pied d'égalité avec la NCAA</p> <p>Travailler de concert avec le membership dans le but de rendre les BÉS et autres politiques plus flexibles de façon à mieux soutenir la haute performance</p> <p>Jouer un plus grand rôle dans la structure sportive nationale</p>

Autres réponses communes :

Développer des liens plus étroits avec le système sportif

Augmenter les critères de professionnalisme

Chefs de file en matière d'Équité

Viser à assurer une solidarité entre les membres

Rester à la fine pointe de la technologie

Respect et contrôle de l'administration des BÉS

Plaidoyers

Recherche : taux de graduation, « revenants » de la NCAA

Au cours des trois à cinq dernières années, de quelles réalisations de SIC êtes vous le plus fier ?

<p>Innovations</p> <p>Propension à s'adapter aux changements</p> <p>Transfert de la Coupe Vanier à Saskatoon.</p> <p>Accueil jumellé de la Coupe Vanier et de la Coupe Grey</p> <p>Modèle de financement flexible pour certains sports</p> <p>Nouveau format 16 équipes pour le basketball féminin</p> <p>Tenue de championnats dans divers endroits (e.g. BBM)</p>	<p>Marketing</p> <p>SiteWeb SIC</p> <p>Cotes d'écoute télé toujours à la hausse</p> <p>Le partenariat avec Mitsubishi</p> <p>Excellente couverture médiatique</p> <p>Nouveau logo/stratégie de marque</p>
<p>International</p> <p>Administration des programmes internationaux (SIC les gère et les administre bien)</p> <p>Commencer à accueillir des événements au Canada</p>	<p>Championnats nationaux</p> <p>Championnats bien encadrés et gérés</p> <p>Offre la meilleure expérience étudiante lors de championnats nationaux</p>

Autres réponses communes :

Partenariats FSC, aux niveaux local et international

Professionalisme accru à l'AGA

Effort soutenu pour travailler de concert avec toutes les conférences

Effort envers la simplification des réglementations tel que l'admissibilité

Documentation « Canada d'abord »

Efficacité administrative

Traduction simultanée à l'AGA

Quels aspects de SIC causent le plus grand degré de frustration pour vous et votre institution ?

<p>Marketing / stratégie de marque Manque de communication/collaboration : commandite/ Télévision Incertitude de l'horaire de télédiffusion Last minute nature of CIS marketing. Manque de visibilité de la marque SIC aux championnats SIC Manque de continuité dans la stratégie de marque Communication avec les membres et hôtes concernant le marketing – fréquence minimale Perte de commanditaires SIC Critères de SIC concernant la distribution des argents des commanditaires parmi les hôtes Temps d'arrêt du siteWeb Exclusion de certains sports de la télé Profil du sport SIC au Canada vs NCAA</p>	<p>Leadership Le peu de progrès significatif en 20 ans Incapacité d'implanter de nouvelles idées progressives Concentrer sur les questions de « territoire », BÉS, admissibilité Peu de temps consacré à l'innovation / au repositionnement de SIC pour l'avenir à long terme Aucun effort concerté pour nous améliorer ; nous nous laissons envahir par les détails Nous nous descendons/critiquons mutuellement au lieu de nous soutenir entre nous et de nous encourager à réussir Réactif vs proactif Bureaucratie</p>
<p>Bourses d'études sportives Conflit BÉS Règles BÉS restrictives Manque de flexibilité pour retenir les meilleurs athlètes au Canada et au sein de SIC Manque de contrôle dans l'administration des BÉS Nombre d'heures ouvrables à combler pour une surveillance efficace des BÉS</p>	<p>Championnats nationaux Coûts et risques pour les hôtes Coût de participation aux championnats Nécessité de rehausser l'expérience étudiant-athlète Qualité des championnats Le court terme des plans de deux ans pour les championnats Devis descriptif Effort apparent de traiter tous les sports sur un pied d'égalité Envergure/qualité des prix accordés aux récipiendaires de prix nationaux</p>

Autres sources communes de frustration

Complexité des règles d'admissibilité, du suivi/respect des échéanciers
 Confusion au niveau de la lettre d'intention
 Le rapport des statistiques de match
 Standards académiques peu élevés
 Manque d'emphase sur la haute performance sportive
 Manque de cohésion avec les FSC
 Conflits entre les Associations régionales
 Question régionale : le dilemme de l'admissibilité des CÉGEPs
 Vote en bloc par conférence sur des questions importantes
 L'inventivité avec laquelle les membres interprètent les règles
 Le manque de respect des politiques
 Augmentation des frais d'adhésion
 Amendes
 Règles concernant le transfert
 Manque de notoriété accordé aux Étoilés académiques canadiens
 Éducation anti-dopage en ligne
 Exigence de l'équilibre des sexes pour le vote à l'AGANommez trois choses que nous pouvons faire pour améliorer
 SIC

What three things can we do to improve CIS?

<p>Marketing Trouver des nouvelles sources de revenus Continuer de développer des liens solides avec les partenaires télé Investir davantage dans la stratégie de la marque Travailler à améliorer les statistiques Augmenter le nombre de nos partisans Reprendre en main les atouts de SIC et former un partenariat avec des agents de marketing réputés et en mesure d'assurer le développement à long terme de SIC Élaborer un plan de marketing à l'intention des présidents et conseils d'universités</p>	<p>Membership Songer à augmenter le membership via ACSC Explorer la possibilité de procéder par niveaux Changez la culture, l'attitude. Tout le monde est négatif ; on se critique les uns les autres – publiquement et dans les médias. Cette attitude mine l'organisme et affecte notre crédibilité face aux FSC et Sport Canada.</p>
<p>La Destination de choix Lorsque nous recrutons des athlètes, prêter soutien aux écoles dont le message clé est « le Canada d'abord » Améliorer notre complicité avec les FSC Retenir les meilleurs athlètes au Canada en offrant des bourses d'études complètes ainsi que des entraîneurs et adjoints à temps plein S'engager dans un processus visant à cibler l'avenir visé pour le sport postsecondaire/SIC. Inclure des échanges et dialogues avec tous les concernés. Règles propres à chaque sport Des occasions plus nombreuses de générer des fonds par le biais des sports i.e. levier financier Promouvoir une marque qui véhicule le message de la destination de choix Meilleure flexibilité au niveau des prix et des moyennes d'admissibilité requises en vue de retenir certains des meilleurs candidats au pays.</p>	<p>Gouvernance Consacrer du temps, lors des AGA, à discuter des directions stratégiques, des défis à venir et de l'environnement sportif en général Une plus grande contribution de la part des entraîneurs pourrait être sollicitée Rester à la fine pointe en termes de technologie Nous sommes formés d'institutions et d'individus avec des buts, philosophies, défis tellement diversifiés qu'il est très difficile d'amener toutes les institutions à partager une même vision/direction Chercher à concentrer l'objectif national sur quelques domaines clés – cette approche aiderait le personnel à concerter leurs efforts sur moins d'objectifs mais à les réaliser de façon exceptionnelle Dû à la diversité des objectifs des membres, nous essayons d'en faire trop avec trop peu</p>

Autres réponses communes :

Qualité de l'expérience des athlètes aux championnats SIC
 Attirer des Universiades au Canada
 Persister avec les programmes de formation en ligne
 Implication/soutien accru pour l'organisation des championnats nationaux une fois qu'une candidature a été retenue
 Règles propres à chaque sport

Selon vous, comment SIC se situe-t-il dans le cadre du système de haute performance au Canada ?

Dans certains sports, nous sommes considérés un facteur important du modèle de DLTA alors que, dans d'autres, nous ne le sommes pas.
 Joueur très important : nous fournissons les installations, entraîneurs, expertise, etc.

Trouvez-vous que la Vision de SIC est pertinente ? Avons-nous placé la barre trop haute ou trop basse ?

La vision est pertinente et agressive mais, dans le concret, elle n'est pas apparente ; nous avons du chemin à faire pour y arriver. Les faits et objectifs établis pour atteindre cette vision ne sont pas assez élevés pour permettre à cette vision de devenir réalité. Le raccordement ne se fait pas entre la vision et les objectifs pour l'atteindre. La vision doit devenir plus définie, plus claire – il nous faut concentrer nos efforts sur moins d'objectifs et exceller dans ceux là.