**1.0 Sommaire exécutif**

**Résumé de la description de l’entreprise**

De nombreux élèves du secondaire et leurs parents considèrent qu’un diplôme collégial ou universitaire peut grandement contribuer à leur succès sur le marché du travail. Dans cette optique, une bonne préparation en vue des études supérieures est essentielle. Le Centre de formation en littératie est un organisme sans but lucratif qui a pour objectif d’améliorer la préparation des élèves du secondaire, en matière de lecture et d’écriture, en vue de leurs études au collège ou à l’université. Pour ce faire, il offre des services de tutorat individuel et des ateliers à l’intention des pédagogues, appliquant ainsi une approche à deux volets. Le Centre de formation en littératie concentrera ses activités dans le secteur de Ledbury-Heron Gate-Ridgement-Elmwood, à Ottawa. Organisme sans but lucratif constitué, fondé par MmeCatherine Lavoie, le Centre de formation en littératie est chapeauté par un conseil d’administration composé de quatre personnes.

**Résumé de l’étude de marché**

L’enseignement public a connu des changements significatifs depuis 2010, alors que le programme d’études a été révisé afin de couvrir encore plus de matière pendant l’année scolaire. Ce changement et le désir croissant des parents qui souhaitent que leur enfant fréquente un collège ou une université exercent une influence directe sur l’industrie du tutorat, dont les projections de croissance s’établissent à plus de 7 p. cent par année. Comme la demande pour les services de tutorat connaît une croissance constante, il sera essentiel de développer un créneau au sein du marché. Le Centre de formation en littératie concentrera son attention sur la préparation des élèves, en matière de lecture et d’écriture, en vue de leurs études collégiales et universitaires. Cette stratégie est soutenue par de récents articles soulignant ce besoin, publiés par le personnel enseignant. Le Centre de formation en littératie ciblera les ménages dont les revenus des parents tournent autour de 50 000 $ et dont les enfants prévoient poursuivre leurs études au collège ou à l’université.

**Résumé de la stratégie de marketing**

La principale stratégie du Centre de formation en littératie repose sur son engagement actif au sein de la collectivité d’Ottawa et la reconnaissance de son expertise en matière de préparation des élèves de niveau secondaire, en ce qui a trait à leurs capacités de lecture et d’écriture, en vue de leurs études collégiales et universitaires. Le Centre de formation en littératie y parviendra en participant à des événements communautaires afin de promouvoir ses services. La stratégie secondaire consistera à assister et à intervenir dans le cadre d’événements et de conférences pour les pédagogues et les éducateurs, et ce, afin de susciter leur intérêt pour les ateliers qui leur sont destinés et asseoir la réputation de chef de file du Centre de formation en littératie dans le milieu de l’éducation. Enfin, le Centre fera appel à Twitter pour échanger de manière directe avec les élèves, créant un dialogue avec ceux qui ont la motivation d’atteindre leurs propres objectifs en matière d’éducation.

Le siège social du Centre de formation en littératie sera situé au 2898, rue Baycrest, à Ottawa. Les séances de tutorat auront toutefois lieu dans les bibliothèques et les écoles locales. Les ateliers seront présentés dans les écoles, ce qui sera plus commode pour les participants.

Le Centre de formation en littératie devra souscrire une assurance responsabilité, assumer des frais pour le marketing et se doter de manuels professionnels. Pour assurer un tutorat de qualité, il s’engage à bonifier le contenu de manière continue, en réinvestissement dans l’organisation les bénéfices engendrés par les ateliers et les fonds provenant de subventions. En ce qui a trait à l’élaboration du contenu, le Centre de formation en littératie adoptera la méthode de démarrage d’entreprise selon les principes d’allègement et travaillera en étroite collaboration avec des étudiants et des pédagogues, afin d’améliorer l’expérience et les résultats.

**Résumé des finances**

Pour mettre l’entreprise sur pied, 24 350 $ seront nécessaires, 15 000 $ proviendront de Futurpreneur Canada et 10 000 $ d’une subvention accordée par la Fondation Trudeau. Pendant la première année d’exploitation, le Centre de formation en littératie prévoit réaliser un chiffre d’affaires d’un peu plus de 160 000 $ et obtenir des subventions de l’ordre de 25 000 $. Les dépenses, pour leur part, sont évaluées à 100 000 $. D’ici la deuxième année, le Centre de formation en littératie prévoit une augmentation de 20 p. cent de ses ventes, qui atteindront alors 195 000 $, alors que les dépenses devraient demeurer relativement stables et n’augmenter que de un pour cent.

**2.0 Profil de l’entreprise**

**Aperçu de l’entreprise**

Le Centre de formation en littératie est une entreprise de tutorat ayant pour but d’aider les élèves du secondaire à réussir leurs études collégiales et universitaires, en améliorant leurs compétences en littératie. L’organisation a été fondée le 1er janvier 2014.

Le Centre de formation en littératie est un organisme sans but lucratif offrant des services bilingues, axés sur l’amélioration de la littératie chez les élèves du secondaire. Au moyen de séances de tutorat individuelles et d’ateliers à l’intention des pédagogues, le Centre de formation en littératie s’emploie à atteindre ses objectifs. L’approche pragmatique, préconisée par les tuteurs en âge de poursuivre des études collégiales ou universitaires, a fait ses preuves et réussit à susciter l’intérêt des élèves et des pédagogues.

Le Centre de formation en littératie offrira du tutorat dans le cadre de séances de 30, de 45 et de 60 minutes. Il proposera également une série d’ateliers d’une journée, à l’intention des éducateurs. L’élaboration du contenu de ces ateliers s’inspirera des conclusions obtenues à la suite d’une consultation de pédagogues et d’élèves et d’une recherche menée par l’Institut d’études pédagogiques de l’Ontario.

**Historique de l’entreprise**

Catherine Lavoie a eu l’idée de lancer le Centre de formation en littératie il y a trois ans, à la suite des difficultés auxquelles elle a fait face, pendant ses premiers mois à l’Université d’Ottawa.

Mme Lavoie avait l’impression de n’être pas suffisamment préparée pour satisfaire aux exigences des cours, en matière de rédaction. Elle a donc fait appel à un aide‑enseignant, qui lui a prodigué des services de tutorat. Pendant ses études universitaires, Mme Lavoie a sondé d’autres étudiants, des professeurs et des aide-enseignants pour déterminer dans quelle mesure les problèmes qu’elle éprouvait étaient courants. À la suite de ces discussions, elle a pris conscience du fait que le besoin de mieux préparer les élèves du secondaire aux exigences du programme collégial ou universitaire, en matière de lecture et d’écriture, était largement répandu.

Le Centre de formation en littératie, officiellement lancé comme organisme sans but lucratif le 1er janvier 2014, comporte deux types d’activités : le tutorat direct d’élèves du secondaire et la tenue d’ateliers pour les pédagogues.

Le Centre de formation en littératie a obtenu une subvention de 10 000 $ de la Fondation Trudeau. Grâce à ce financement, le Centre a mené un sondage, mis en place un groupe de discussion pour en faire le suivi et utilisé les idées formulées pour élaborer le contenu de ses deux premiers ateliers destinés aux pédagogues.

Dans les quatre mois qui ont suivi son ouverture, le Centre de formation en littératie a offert des ateliers pilotes au sein des deux commissions scolaires d’Ottawa-Carleton, dont celle des écoles catholiques. Le projet mené dans cette dernière a entraîné l’obtention d’un contrat visant à assurer la prestation de vingt ateliers, ce qui a fait grimper à 28 620 $ le chiffre d’affaires de ce volet.

Le Centre de formation en littératie a réservé des locaux mis à sa disposition par la Bibliothèque publique d’Ottawa, l’École secondaire Canterbury et l’Université d’Ottawa pour mener ses séances de tutorat. Cette façon de faire permet au Centre d’appliquer une stratégie qui consiste à demander à ses clients de faire une contribution selon leurs moyens, afin d’éviter que le coût ne constitue une barrière pour les élèves qui ont besoin d’aide.

Si la vente d’ateliers représente la principale source de financement, le Centre de formation en littératie a quand même réalisé un chiffre d’affaires de 3 200 $, à la suite de ses séances de tutorat individuelles, pour lesquelles les clients donnent ce qu’ils peuvent.

**Gestion**

Le Centre de formation en littératie est un organisme sans but lucratif constitué en vertu d’une loi fédérale, chapeauté par un conseil composé de quatre administrateurs. Mme Lavoie occupera le poste de directrice générale au conseil et aura la responsabilité de diriger le volet des ateliers destinés aux pédagogues et le recrutement de bénévoles.

Mme Lavoie travaillera avec Max Zao, membre à temps plein du conseil d’administration du Centre de formation en littératie, qui sera responsable du développement des affaires et agira comme consultant pour l’élaboration du contenu des ateliers à l’intention des pédagogues. M. Zao est professeur d’anglais, un poste permanent qu’il occupe à l’Université d’Ottawa, et consultant en littératie pour l’Institut d’études pédagogiques de l’Ontario. Son expérience dans l’élaboration de programmes d’alphabétisation et la passion que suscite chez lui le fait d’aider les élèves à réussir jouent un rôle de premier plan pour la crédibilité du Centre de formation en littératie auprès des commissions scolaires locales.

**Emplacement**

À titre de bureau à domicile, le Centre de formation en littératie sera situé au 2898, rue Baycrest, Ottawa (Ontario) K1V 6P4. C’est à cet endroit que se trouveront les quartiers généraux de l’organisme, mais les séances de tutorat seront offertes dans des locaux qui ont été mis gratuitement à la disposition du Centre. Les locaux réservés sont à distance de marche pour la plupart des étudiants, à proximité d’un certain nombre d’écoles et facilement accessibles par les transports en commun pour les tuteurs bénévoles qui partent de l’Université Carleton et de l’Université d’Ottawa.

**Structure juridique**

Le Centre de formation en littératie est un organisme sans but lucratif, constitué en société en vertu d’une loi fédérale, également enregistré en Ontario.

Avant de choisir sa structure juridique, le Centre de formation en littératie a consulté l’une des membres de son conseil d’administration, Mme Brigitte Kohl, une avocate d’entreprise de la région. Il a été décidé de constituer la compagnie en société afin de protéger son nom et d’assurer sa reconnaissance comme organisme sans but lucratif.

Le Centre de formation en littératie procède actuellement à la souscription d’une assurance responsabilité et n’a pas d’intérêts à protéger en matière de propriété intellectuelle en ce moment.

**Vision et mission**

Prôner l’amélioration des compétences des élèves du secondaire, en matière de lecture et d’écriture, en vue de leurs études supérieures, et contribuer au succès de tous, quelle que soit leur situation scolaire ou financière.

Former les pédagogues sur la manière de mieux préparer les élèves et d’assurer la réussite de leurs études de niveau postsecondaire, tout en offrant des séances de tutorat qui suscitent et favorisent le succès individuel des étudiants.

**Buts et objectifs**

* Recrutement de deux commissions scolaires pour la prestation continue d’ateliers destinés aux pédagogues d’ici septembre 2014, assurant des recettes de l’ordre de 15 000 $.
* Établissement d’une base régulière de 20 étudiants participant chaque mois aux séances de tutorat à contribution libre, d’ici juillet 2014.
* Obtention d’une subvention de 25 000 $, d’ici le mois de décembre 2014.

**Conseillers professionnels**

Outre M. Zao et Mme Lavoie, le conseil d’administration du Centre de formation en littératie sera constitué de deux autres membres. Le Centre pourra ainsi compter sur Brigitte Kohl, à titre de porte-parole des parents au sein de la collectivité et d’avocate pour les différents éléments liés au démarrage de l’entreprise, et Christine Morin, surintendante de la réussite scolaire à la Commission scolaire catholique d’Ottawa, qui mettra elle aussi sa formation en éducation à profit, en fournissant une orientation en matière de réseautage et de programme d’études.

**3.0 Étude de marché**

**Profil de l’industrie et aperçu**

Le Centre de formation en littératie œuvre essentiellement dans l’industrie des services.

Au Canada, le secteur du tutorat est divisé entre de grandes franchises d’envergure nationale, telles que Sylvan, Oxford et Kumon, des franchises locales de plus petite taille, de très nombreuses entreprises constituées d’une seule personne et de ressources en ligne. Jumelée à un manque de réglementation gouvernementale, cette composition divergente a entraîné une relative faiblesse des barrières à l’entrée.

Peu importe la personne qu’ils embauchent, les parents qui prennent la décision de retenir les services d’un tuteur veulent savoir quelles sont ses qualifications, ses années d’expérience en enseignement/tutorat et sa capacité de travailler avec des enfants ou des jeunes. Les principaux facteurs déterminants sont la qualité, la méthode utilisée pour le tutorat et les résultats obtenus. L’engagement du Centre de formation en littératie avec le milieu universitaire et le calibre de son conseil d’administration renforceront sa crédibilité et son image de marque auprès des parents. De plus, le recrutement d’étudiants de collèges et d’universités comme tuteurs bénévoles permettra d’engendrer un soutien entre pairs, d’avoir un aperçu de première main, en ce qui a trait aux attentes des collèges et des universités en matière de littératie, et une grande crédibilité auprès des étudiants.

Au cours des dix à vingt dernières années, l’industrie du tutorat a connu d’importants changements. Le nombre d’entreprises officielles qui offrent des services de tutorat a connu une croissance de 200 à 500 p. cent dans les principales villes canadiennes, dans les trente dernières années. En Ontario, le nombre d’entreprises a augmenté de 60 p. cent entre 1996 et 2000 (Davies, Aurini et Quirke, 2002).

Dans un rapport de 2007, le Conseil canadien sur l’apprentissage attribue la croissance de l’industrie aux parents, qui se sentent obligés d’aider leurs enfants à rivaliser pour obtenir les meilleures places au collège ou à l’université. En fait, la plupart des élèves du secondaire qui obtiennent des A et des B dans le système public recherchent un avantage qui leur permettra d’optimiser leurs chances de succès au collège ou à l’université. Le Centre de formation en littératie utilisera son site Web pour reconnaître les préoccupations des parents et diffuser des témoignages de pédagogues et d’étudiants expliquant dans quelle mesure le Centre contribue à la réussite des études de niveau postsecondaire.

La volonté de s’améliorer n’est pas la seule motivation qui incite les élèves à faire appel aux services de tutorat. Le Centre de formation en littératie reconnaît que la structure rédactionnelle et les règles enseignées dans les écoles secondaires n’entraînent pas la réussite scolaire au collège ou à l’université. Dans un article portant sur la transition des élèves du secondaire vers l’université, des professeurs d’écriture de l’Université de Toronto ont dressé la liste des éléments que les élèves devaient « désapprendre », pour pouvoir réussir dans le domaine de l’écriture au niveau postsecondaire. (<http://www.writing.utoronto.ca/advice/general/transition-to-university>). Dans un autre article, Alan Slavin, professeur primé de l’Université Trent, souligne la diminution généralisée des capacités d’analyse nécessaires en lecture et en écriture, observée chez les élèves qui font leur entrée à l’université (<http://www.universityaffairs.ca/has-ontario-taught-its-high-school-students-not-to-think.aspx>). Le programme d’études du Centre de formation en littératie repose sur les points de vue et les expériences acquises sur le terrain de la communauté collégiale et universitaire. Son offre vise à aider les élèves du secondaire à acquérir les compétences dont ils ont besoin pour réussir à l’université, au moyen de tutorat direct et d’ateliers conçus pour les pédagogues.

Puisque l’embauche d’un tuteur est plus susceptible de se produire au sein des ménages dont le revenu s’établit à plus de 100 000 $, (2,9 fois plus de probabilités, selon le Conseil canadien sur l’apprentissage), une pression de plus en plus grande est exercée sur le système public qui devra combler l'écart entre les compétences acquises à l’école secondaire et celles qui sont nécessaires pour les études supérieures.

Le Centre de formation en littératie est bien placé pour fournir des directives aux professeurs du secondaire, tout en offrant une option aux familles qui n’ont pas les moyens d’embaucher un tuteur.

Dans un article du *Global News,* intitulé « *Private tutoring is thriving in Canada, but is it necessary?* » (23 octobre 2013), on affirme que la vente de séances de tutorat est en progression constante. Selon un représentant de Kumon, le chiffre d’affaires de l’entreprise a connu une croissance de 28 p. cent, entre 2009 et 2012, et on s’attend à ce qu’il continue de grimper. Même si des technologies, telles que FaceTime, Google Talk et Skype, permettent d’offrir du tutorat à distance, les séances en face à face continuent d’être considérées comme jouant un rôle déterminant. En raison de l’abondance des options offertes, le Centre de formation en littératie reconnaît le besoin de bien distinguer sa méthodologie et son offre pour assurer sa réussite.

**Marché local**

Ottawa compte une variété de services de tutorat, des entreprises constituées d’une seule personne aux grandes franchises pancanadiennes. Pour la région de la capitale nationale seulement, on retrouve 78 entreprises de tutorat sur la liste de moretutors.ca. Cette liste ne comprend pas les grandes franchises, comme Tutorat Oxford et Kumon, qui possèdent des succursales à Ottawa. À la suite d’une recherche sur le site Pagesjaunes.ca, le Centre de formation en littératie a déterminé qu’il y a approximativement 15 entreprises de tutorat en lecture et en écriture, qui procèdent activement à la commercialisation de leurs services dans le sud d’Ottawa.

Deux entreprises ont plus particulièrement été identifiées comme des concurrentes directes : Service de tutorat Avantage et Tuteurs A+. Selon L’Étude de quartiers d’Ottawa, le secteur de Ledbury-Heron Gate-Ridgement-Elmwood, où se trouvent les partenaires scolaires du Centre de formation en littératie, compte 33 p. cent de ménages ayant des revenus de plus de 50 000 $ et 34 p. cent qui sont constitués d’un seul parent, parmi lesquels 11 p. cent ont des enfants de 15 à 17 ans. Ces indicateurs font tous partie du marché ciblé par le Centre de formation en littératie.

Ottawa compte également plusieurs commissions scolaires :

* Commission scolaire du district d’Ottawa-Carleton (commission scolaire publique anglophone)
* Commission des écoles catholiques d’Ottawa-Carleton (commission scolaire catholique anglophone)
* CÉP de l'Est de l'Ontario (commission scolaire francophone)
* CSDC du Centre-Est de l'Ontario (commission scolaire catholique francophone)

Cette liste ne comprend pas les commissions scolaires du Québec, situées de l’autre côté de la rivière des Outaouais, ni les écoles spécialisées ou privées de la région. La variété des commissions scolaires et les centaines d’écoles constituent le marché ciblé pour les ateliers destinés aux pédagogues, offerts par le Centre de formation en littératie.

**Principaux concurrents/Analyse FFPM**

Les activités du Centre de formation en littératie se divisent en deux volets qui, par leur caractère complémentaire, lui permettent de concrétiser la vision de sa mission. Dans cette optique, chaque volet comporte une analyse FFPM distincte. Pour les services individuels de tutorat :

*Tuteurs A+*

Forces

* Bien établie
* Commercialisée comme une option de tutorat abordable
* Présence en line

Faiblesses

* Tutorat seulement dispensé « à domicile »
* Les commentaires des étudiants sur les tuteurs sont peu élogieux

Possibilités

* Recrutement de tuteurs pairs
* Services regroupés en un lieu où trouver du tutorat à moindre coût

Menaces

* Peut décider d’offrir ses services en d’autres lieux

*Le Centre de formation en littératie*

Forces

* Bonne connaissance de la communauté locale
* Réseau de tuteurs en âge de fréquenter le collège ou l’université

Faiblesses

* Marque qui n’est pas encore établie à Ottawa

Possibilités

* Diminution de l’inquiétude face à la réussite des études postsecondaires
* Offre de services de tuteurs du même âge que les étudiants afin de mobiliser ces derniers

Menaces

* Les écoles secondaires et les bibliothèques pourraient commencer à exiger le paiement d’un loyer

Pour les ateliers destinés aux pédagogues :

*Le partenariat*

Forces

* Bien établie
* Présence en line

Faiblesses

* Offre principalement de cours et de directives en ligne
* Le programme d’études repose sur la théorie et non sur des expériences pratiques acquises à l’université

Possibilités

* Vaste réseau vers lequel se tourner pour élaborer un nouveau programme d’études

Menaces

* Peut décider d’offrir un plus grand nombre d’ateliers en personne à Ottawa

*Le Centre de formation en littératie*

Forces

* Solide réseau au sein de la Commission scolaire catholique
* Contenu de l’atelier jouissant d’un haut niveau de crédibilité

Faiblesses

* N’est pas un fournisseur reconnu par la Fédération des enseignantes-enseignants des écoles secondaires de l’Ontario en matière de perfectionnement professionnel

Possibilités

* Fournir aux pédagogues un aperçu de l’écart entre les compétences acquises au niveau secondaire et les exigences au niveau postsecondaire

Menaces

* Les budgets consacrés au perfectionnement professionnel des écoles secondaires et des bibliothèques pourraient faire l’objet de coupures

**Marché cible**

L’offre du Centre de formation en littératie vise le segment entreprise-consommateur et le segment interentreprises.

Profil du marché cible du Centre de formation en littératie en matière de consommateurs :

1. Parents célibataires ou mariés dont les enfants fréquentent l’école secondaire (données sociodémographiques)
2. Étudiants prévoyant aller à l’université ou au collège (style de vie)
3. Revenus du ménage : de 50 000 $ (données sociodémographiques)
4. Parents désirant que leurs enfants fréquentent l’université ou le collège (style de vie)
5. Étudiants soucieux de leur préparation au collège ou à l’université (données psychographiques)
6. Parents se sentant dépassés par leurs diverses obligations et la compétition accrue pour l’admission à l’université (données psychographiques)
7. Ménages soucieux de soutenir les entreprises locales et de contribuer au développement de la collectivité (données comportementales)
8. Résidents du quartier Ledbury-Heron Gate-Ridgemont-Elmwood d’Ottawa (étendue)

Profil du marché cible du Centre de formation en littératie en matière d’entreprises :

1. Commissions scolaires anglophones et francophones (industrie)
2. Directions d’école recherchant des ateliers de perfectionnement professionnel (décideurs)
3. Surintendants intéressés par l’innovation en éducation (décideurs)
4. Écoles cherchant à soutenir la réussite scolaire (culture organisationnelle)
5. Écoles et commissions scolaires de la grande région d’Ottawa (étendue)

**Les clés du succès**

Un programme de visibilité continue sera essentiel pour attirer les jeunes vers le tutorat individuel et convaincre les pédagogues que les élèves cherchent des moyens de mieux se préparer pour satisfaire aux exigences en matière de lecture et d’écriture liées aux études postsecondaires. Le Centre de formation en littératie tentera de se rapprocher de la collectivité, en participant à des activités ayant trait à l’éducation dans tout le secteur Ledbury-Heron Gate-Ridgemont-Elmwood. Le Centre de formation en littératie cherchera à participer à toute une gamme d’activités afin de ne pas limiter le réseautage seulement aux parents et aux élèves. Il souhaite en effet l’étendre également aux professeurs et aux conseillers en orientation qui fourniront des recommandations en matière de tutorat et agiront comme des défenseurs des ateliers destinés aux pédagogues. Le Centre de formation en littératie mettra également sur pied des séances d’information gratuites sur les exigences des collèges et des universités, à l’intention des parents et des élèves, où travailleront des étudiants collégiaux et universitaires bénévoles.

Le membre à temps plein du conseil d’administration du Centre de formation en littératie, Max Zao, jouera un rôle de premier plan dans la présentation de ses ateliers destinés aux pédagogues. Dans le cadre de son engagement pour le développement des affaires du Centre, il effectuera des appels à froid et rencontrera régulièrement des professeurs, des directeurs et des surintendants afin de stimuler la vente d’ateliers.

**Résumé de l’étude de marché**

Pendant la phase initiale de planification des activités du Centre de formation en littératie, Mme Lavoie a interviewé des étudiants d’université, des professeurs et des parents d’étudiants universitaires dans tout le centre-ville d’Ottawa. Se servant d’une tablette pour inscrire les réponses, elle a sondé 50 personnes (25 étudiants, 9 professeurs, 16 parents) pendant les mois de novembre et de décembre 2013. Plus de 80 p. cent des étudiants sondés ont reconnu que leurs aptitudes en lecture et en écriture ne satisfaisaient pas aux exigences, pendant leur première année d’université. Les professeurs interrogés ont fait écho aux étudiants : un peu plus de 70 p. cent ont en effet indiqué que la qualité de l’écriture s’était dégradée au cours des dix dernières années. Des étudiants sondés, quatre ont mentionné qu’ils n’avaient pu retenir les services d’un tuteur, en raison de contraintes budgétaires.

**4.0 Ventes et marketing**

**Stratégie de prix**

Des entreprises bien établies, comme Tutorat Oxford, demandent un tarif horaire qui s’échelonne de 20 $ à 55 $, pour des séances de tutorat individuelles. Les frais exigés pour des ateliers d’une journée à l’intention des pédagogues vont de 600 $ à 1 000 $, selon le domaine d’expertise.

Concurrence : 45 $ de l’heure, plus des frais d’évaluation, et 995 $ pour un atelier destiné à un grand groupe.

Les services du Centre de formation en littératie seront offerts sur la base du modèle de « contribution libre » afin d’éliminer la barrière financière pour les étudiants qui ont besoin d’aide. On leur suggérera de payer un tarif horaire de 20 $, qui ne sera pas obligatoire.

Le prix reflétera l’objectif d’être un chef de file communautaire et d’aider les élèves à développer leur plein potentiel scolaire, quelle que soit leur situation financière.

Les ateliers pour les pédagogues du Centre de formation en littératie seront offerts au prix de 795 $ chacun, pour des groupes comptant de six à huit professeurs.

Le prix reflétera la qualité du contenu de l’atelier, élaboré par des experts en littératie, et en tenant compte des commentaires formulés par des professeurs et des étudiants qui s’emploient à combler les lacunes observées entre les compétences acquises au secondaire et celles qui sont exigées par les institutions d’enseignement postsecondaire.

**Stratégie de marketing**

*Réseautage au sein de la collectivité du quartier Ledbury-Heron Gate-Ridgemont-Elmwood*

Être partie prenante du tissu communautaire local est primordial pour le succès de l’entreprise. La stratégie de marketing aura pour objectif d’attirer les parents et les élèves préoccupés par la réussite des études postsecondaires ou ceux qui sont inquiets de commencer leur formation collégiale ou universitaire. La stratégie du Centre de formation en littératie consiste à être un membre actif de la collectivité, engagé dans la promotion du succès de tous les élèves, et d’être perçu comme un expert de la préparation des élèves en vue des défis posés par les études postsecondaires, en matière de lecture et d’écriture.

*Conférences*

Dans le cadre de la stratégie secondaire, M. Zao participera à des conférences du milieu de l’éducation et s’assurera de prononcer des allocutions visant à promouvoir la nécessité d’aider les élèves du secondaire à réussir leurs études collégiales et universitaires. Être annoncé dans le programme des événements augmentera la visibilité du Centre de formation en littératie dans le milieu de l’éducation et augmentera la reconnaissance et la crédibilité de l’organisation auprès des pédagogues et des parents.

*Médias sociaux : Twitter*

Dans les médias sociaux, le Centre de formation en littératie concentrera son attention sur la disponibilité des tuteurs, leurs points de vue et leurs biographies, et fera suivre des extraits des allocutions de M. Zao aux élèves et aux pédagogues. Il s’agira d’un moyen efficace de communiquer directement avec le marché des élèves et de leur offrir des solutions pour qu’ils atteignent leurs propres objectifs en matière d’éducation.

Activités de marketing

*Principale activité de marketing*

La principale activité de marketing du Centre de formation en littératie sera de faire du réseautage dans toute la région sud d’Ottawa, plus particulièrement à proximité du quartier Ledbury-Heron Gate-Ridgemont-Elmwood. Plus spécifiquement, les activités comprennent des événements à Hub Ottawa, des séances d’information pour les élèves des écoles secondaires et des rencontres visant à faire valoir le tutorat auprès des parents. Nos représentants porteront une tenue vestimentaire d’allure professionnelle et de style décontracté en tout temps.

Notre présence à ces événements a pour but d’entrer en contact avec les participants. Le représentant du Centre de formation en littératie posera des questions pour connaître les objectifs des élèves, leurs activités, l’impatience ou l’enthousiasme que suscite la perspective d’entrer au collège ou à l’université et tentera d’encourager la conversation.

Pour soutenir ces séances, le Centre de formation en littératie a fait imprimer des cartes postales de 10 x 12,5 cm (un total de 1 500), lesquelles comprennent une brève description de la vision de l’organisme sans but lucratif et un lien vers son site Web. Ces cartons seront bilingues : en anglais d’un côté et en français de l’autre. Les représentants les distribueront aux parents, aux élèves et aux conseillers en orientation. Le coût, pour la conception et l’impression des cartes postales, s’est élevé à 350 $.

L’objectif est de participer à quatre événements de réseautage au sein de la collectivité locale mensuellement. De plus, une fois par mois, le Centre de formation en littératie cherchera à se présenter à un événement organisé dans le milieu de l’éducation, où il fera la promotion soit du tutorat des élèves, soit des ateliers pour les pédagogues, selon le public participant à l’événement. Nous estimons que le coût mensuel pour ces activités se situera entre 25 $ et 500 $, la moyenne s’élevant à 50 $ par mois. Le Centre de formation en littératie prévoit qu’à chaque événement, deux nouveaux étudiants s’inscriront à des séances de tutorat hebdomadaires. En ce qui a trait à la promotion des séances de tutorat pendant les événements du milieu de l’éducation, le Centre de formation en littératie s’attend à ce que deux nouveaux étudiants s’inscrivent pour des séances de tutorat hebdomadaires à toutes les huit recommandations des pédagogues. Le Centre de formation en littératie prévoit également que, pour chaque atelier pilote destiné aux pédagogues tenu, trois ou quatre demandes de renseignements lui seront formulées.

Objectifs commerciaux

**Premier objectif :** Des ateliers organisés dans trois ou quatre commissions scolaires, d’ici le mois d’octobre 2014

**Deuxième objectif :** Le retour de huit étudiants qui souhaitent obtenir du tutorat deux fois par semaine, d’ici mars 2014.

**Troisième objectif :** Quatre activités communautaires ou de réseautage par mois.

**Énoncé de positionnement**

Le Centre de formation en littératie est un organisme sans but lucratif qui vise à assurer la réussite des études collégiales ou universitaires des élèves du secondaire, au moyen de tutorat et d’ateliers destinés aux pédagogues.

**Le processus de vente**

Le cycle de vente du Centre de formation en littératie est de un à deux mois.

Le processus de vente se concentre essentiellement sur la réservation d’ateliers pour les pédagogues, ces derniers représentant la principale source de revenus de l’organisme sans but lucratif. Au début, le Centre de formation en littératie comptera beaucoup sur les activités de réseautage de M. Zao, membre à temps plein de son conseil d’administration.

M. Zao possède un très vaste réseau comprenant plusieurs commissions scolaires et écoles privées locales du secteur d’Ottawa. Il est également professeur d’anglais à l’Université d’Ottawa, où il occupe un poste permanent, et s’est vu décerner le prix « Choix des étudiants », en 2009 et en 2012.

Le processus de vente s’amorcera par l’envoi de courriels personnalisés à 25 de ses contacts chaque semaine, pendant les huit premières semaines suivant l’ouverture du Centre de formation en littératie. On prévoit que dix rencontres en face à face résulteront de cette stratégie.

La première rencontre pourra être informelle, généralement autour d’un café ou d’un dîner au casse-croûte local. Pendant cette réunion, M. Zao formulera ses observations personnelles relativement au niveau de préparation des élèves du secondaire, en matière de lecture et d’écriture, et mentionnera les raisons particulières qui ont amené Mme Lavoie à mettre sur pied le Centre de formation en littératie. M. Zao invitera son interlocuteur à lui faire part de ses préoccupations et de ses expériences. Il mettra en lien les expériences susceptibles d’être similaires et l’objectif des ateliers de contribuer à résoudre le problème.

À la fin de la rencontre, M. Zao encouragera la personne à visiter le site Web pour obtenir un aperçu plus approfondi du contenu des ateliers et l’invitera à en tenir un à son école.

Deux jours après la rencontre, M. Zao effectuera un suivi à l’aide d’un deuxième courriel personnalisé afin de savoir si la personne a des questions à lui poser au sujet des différents ateliers. Il profitera également de l’occasion pour clarifier le processus décisionnel afin de déterminer les étapes nécessaires à la vente des ateliers.

Après ce premier contact, M. Zao devra envoyer encore quatre ou cinq courriels et obtenir une rencontre avec la personne et les décideurs de l’école avant de pouvoir signer un contrat en vue de l’organisation d’un atelier.

On s’attend à ce que les premiers contrats soient des essais ou des projets-pilotes avec les enseignants et/ou les aide-enseignants afin de leur permettre de valider le contenu. Les essais réussis entraîneront des contrats plus importants avec des écoles individuelles ou peut-être des groupes ou des familles d’écoles, lors d’un contrat obtenu avec la commission scolaire.

**Alliances stratégiques**

Le Centre de formation en littératie a établi une alliance stratégique avec Hub Ottawa pour assurer sa promotion au sein de ce centre d’innovation sociale et faire en sorte d’être considéré comme une partie prenante de la collectivité locale. Le Centre de formation en littératie entretient également une relation stratégique avec l’Association des conseillères et des conseillers d’orientation scolaire de l’Ontario pour promouvoir ses services de tutorat auprès de ses membres de la région d’Ottawa. Le Centre de formation en littératie a mis à profit les relations avec d’anciens étudiants qu’entretiennent deux des membres de son conseil d’administration, Mme Lavoie et M. Zao, pour établir un partenariat avec la Fédération des étudiants de l’Université d’Ottawa et de recruter des bénévoles. Le Centre de formation en littératie prévoit étendre ses partenariats de recrutement aux autres collèges et universités locaux, ainsi qu’aux centres d’emploi pour étudiants.

**5.0 Exploitation**

**Emplacement (s)**

Le siège social du Centre de formation en littératie sera situé à la résidence de sa directrice générale, Mme Lavoie, au 2898, rue Baycrest, Ottawa (Ontario) K1V 6P4. Il ne possédera ni ne louera de lieu physique pour ses activités. Il a plutôt négocié le don d’un espace par la Bibliothèque publique d’Ottawa, à ses succursales Sunnyside et Alta Vista. L’École intermédiaire Saint-Patrick et l’Université d’Ottawa ont, elles aussi, accepté de mettre un local à la disposition du Centre de formation en littératie pour qu’il puisse y offrir ses séances de tutorat. Ces emplacements sont à distance de marche du quartier Ledbury‑Heron Gate‑Ridgemont‑Elmwood, où réside le marché cible du Centre de formation en littératie. Ils facilitent également les déplacements des tuteurs des collèges et des universités, qui donnent généreusement de leur temps. Tous les emplacements sont au rez‑de-chaussée et accessibles en fauteuils roulants.

Les services de tutorat seront offerts du lundi au vendredi de 15 h à 21 h, le samedi de 10 h à 20 h et le dimanche de 12 h à 20 h. Le grand nombre de bénévoles collégiaux et universitaires du Centre de formation en littératie permet d’offrir une vaste gamme d’horaires.

Site Web

Le site Web du Centre de formation en littératie sera lancé le 1er mars 2014.

Le Centre a conclu une entente avec GoDaddy.ca pour la configuration et l’hébergement de son site, lequel présentera se services : le tutorat individuel et les ateliers destinés aux pédagogues, ainsi que son conseil d’administration. La stratégie est de créer la visibilité du Centre de formation en littératie et d’établir sa crédibilité, à titre d’organisme sans but lucratif qui se consacre à l’amélioration des chances de succès des élèves du secondaire, pendant leurs études collégiales ou universitaires.

Le site Web permettra une navigation conviviale, comprenant un menu d’options pour chaque volet de services (tutorat et ateliers), la présentation du conseil d’administration, ainsi que des témoignages des clients ayant fait appel à l’un ou l’autre des services.

L’information sur le site permettra de renseigner les parents, les jeunes et les pédagogues sur la manière d’améliorer les compétences en lecture et en écriture pour faciliter la transition vers les études de niveau postsecondaires. Le Centre de formation en littératie intégrera également son fil Twitter (@LLcentreCAN) sur son site Web.

Le contenu du site sera entretenu par l’administratrice du Centre de formation en littératie et demeurera relativement statique.

*Développement du site Web*

Le Centre de formation en littératie a embauché un développeur Web à la pige pour installer WordPress sur son compte GoDaddy. En novembre, le Centre a fait l’acquisition d’une trousse d’identifié visuelle de 99designs.ca, laquelle comprend la papeterie, le logo et l’image de couverture Facebook. Le Centre de formation en littératie a choisi d’incorporer son logo dans un thème WordPress, pour l’aspect et la convivialité.

Le site sera géré par l’administratrice du Centre de formation en littératie, qui pourra y ajouter du contenu, après avoir reçu une formation assurée par le développeur Web. Ce denier a également accepté de fournir un manuel de formation dans le cadre de ses livrables, ainsi que du soutien sur appel pendant deux mois, après la mise en ligne du site.

**Questions juridiques**

Le Centre de formation en littératie prévoit devoir s’occuper des questions juridiques suivantes :

λ permis d'exploitation d'un commerce;

λ enregistrement des employés;

λ accords contractuels (partenariats, sous-traitants, etc.).

Le Centre de formation en littératie a enregistré le nom de l’entreprise auprès de Service Ontario et obtenu un permis principal d’entreprise. Son avocate, Brigitte Khol, également membre du conseil d’administration, a rempli les documents nécessaires en vue de la constitution en société de régime fédéral. Puisque le Centre de formation en littératie prévoit un chiffre d’affaires de plus de 100 000 $ la première année, il a désigné un vérificateur afin de se conformer aux exigences liées à un audit légal.

**Assurance**

Le Centre de formation en littératie doit souscrire une assurance responsabilité.

**Ressources humaines**

Le Centre de formation en littératie comptera de 1 à 10 employés à temps plein.

Il n’aura pas d’employé à temps partiel.

Lors de son ouverture, le Centre de formation en littératie aura deux employés à temps plein et un membre à temps plein au conseil d’administration. La directrice générale, Mme Lavoie, sera formatrice à temps plein et coordonnatrice des bénévoles. Le Centre de formation en littératie a embauché Joanne Pilote comme administratrice de bureau à temps plein.

Outre ces employés, M. Zao a accepté d’agir comme membre à temps plein du conseil d’administration. Il sera responsable du développement des affaires et assumera la fonction de consultant et de réviseur des demandes de subvention. Le Centre ne prévoit pas embaucher de tuteurs, ces postes continuant d’être occupés par des étudiants collégiaux ou universitaires bénévoles, qui se sont soumis à une vérification des antécédents criminels. Toutefois, si la demande pour les ateliers destinés aux pédagogues dépasse cinq par semaine, le conseil d’administration du Centre devra approuver des plans de croissance, élaborés après consultation du comptable.

**Processus et production**

Processus du Centre de formation en littératie – Tutorat étudiant

1. Les parents inscrivent leur enfant au tutorat, au moyen du site Web, et effectuent un premier et un deuxième choix de date/heure/endroit où ils souhaiteraient que les séances aient lieu. Les parents devront signer électroniquement une renonciation comprenant les questions de responsabilité, pour compléter l’inscription. À l’heure actuelle, ils doivent engager leur enfant pour une période de quatre semaines.
2. L’administratrice du Centre de formation en littératie reçoit une notification par courriel, l’avisant de l’arrivée d’une nouvelle demande de tutorat.
3. Dans un délai de un jour ouvrable, l’administratrice vérifie la disponibilité de l’équipe de tutorat, par rapport à la date date/heure/endroit demandés et procède au jumelage d’une équipe de tuteurs et de l’élève. Une confirmation de la date/heure/endroit est envoyée aux parents par courriel, accompagnée d’un lien vers les notes biographiques des tuteurs.
4. Durant la première séance, le tuteur présent explique à l’élève l’approche de tutorat effectué en équipe, adoptée par le Centre de formation en littératie. Le tuteur et l’élève procèdent en suite à une évaluation initiale et passent en revue les motifs justifiant la demande de tutorat de l’élève, ses attentes et la date prévue de son inscription au collège ou à l’université. Le modèle de contribution selon les moyens des clients est présenté ainsi que le taux horaire suggéré de 20 $. Le rapport de vérification des antécédents criminels sera alors remis aux parents et à l’élève, s’ils le désirent.
5. À partir de l’évaluation initiale, le tuteur déterminera quelle approche répond le mieux aux besoins et aux objectifs de l’élève.
6. Au début de chaque séance subséquente, le tuteur et l’élève formuleront une hypothèse qu’ils aimeraient tester. Le tuteur travaillera avec l’élève pour qu’il mette à l’essai diverses solutions à l’hypothèse, provoquant une boucle de rétroaction immédiate sur ce qui fonctionne et ne fonctionne pas.
7. Des rapports sur les progrès de chaque étudiant, l’hypothèse, les résultats et la matière couverte sont gardés. Ces renseignements ne sont divulgués qu’au sein de l’équipe afin de s’assurer qu’il n’y a pas d’écart entre les séances animées par les différents tuteurs qui la composent.
8. Après quatre séances, le jeune, ses parents et l’administratrice se rencontrent pour discuter des progrès de l’élève et de son expérience avec l’équipe de tuteurs. Cette dernière ne participe pas à la réunion afin de favoriser un dialogue plus ouvert avec l’élève et les parents.
9. La fin de la quatrième séance ne marquera pas seulement le moment de présenter le rapport sur l’état d’avancement de l’élève, mais sera aussi, pour les parents et le jeune, l’occasion de décider s’ils poursuivent le tutorat ou non. Dans l’affirmative, ils devront confirmer le nombre de séances auquel ils s’engagent et préciser s’ils veulent continuer avec la même équipe de tuteurs.
10. Si la vérification des progrès s’avère positive, l’administratrice demandera à obtenir un témoignage des parents et/ou de l’élève, lequel sera ajouté aux présentations utilisées par M. Zao, lors des conférences du milieu de l’éducation, et au site Web du Centre de formation en littératie.
11. Une vérification est effectuée auprès de l’élève deux mois après le début de ses études postsecondaires. Cela permet de valider la valeur de la préparation, en matière de lecture et d’écriture, effectuée avec l’organisation. La rétroaction ainsi obtenue pendant la vérification sert à documenter le tutorat actuel et continu du Centre de formation en littératie.

Processus du Centre de formation en littératie – Ateliers à l’intention des pédagogues

1. Des enseignants, des directeurs d’écoles, des conseillers en orientation ou des parents communiquent avec le Centre de formation en littératie pour savoir comment mettre sur pied l’un des deux ateliers :

* Examen critique et raisonnement
* L’art du débat

1. L’administratrice du Centre de formation en littératie confirmera la date et l’heure de l’atelier prévu à l’école et effectuera un appel de suivi pour recueillir les coordonnées du client et les détails relatifs au paiement.
2. L’administratrice du Centre de formation en littératie fournira un contrat de service à la personne-ressource de l’école pour examen et signature.
3. Sur réception du contrat de service dûment signé, le Centre de formation en littératie contresignera le contrat et en enverra une copie à l’école. Un dépôt correspondant à 50 p. cent du montant sera alors exigé.
4. L’animateur du Centre de formation en littératie consultera le client pour connaître le nombre de participants, leurs antécédents, les motifs justifiant la tenue de l’atelier, les allergies éventuelles et la langue préférée des participants.
5. L’administratrice du Centre de formation en littératie communiquera avec la Maison du bagel pour réserver un service traiteur en vue de l’atelier, donner l’adresse et tous les renseignements nécessaires à la livraison.
6. L’animateur du Centre de formation en littératie donnera l’atelier et arrivera à l’école 20 minutes avant l’heure prévue de l’activité.
7. À la fin de l’atelier, l’animateur du Centre de formation en littératie amorcera une période de questions et réponses au sujet de l’activité, pour recueillir les points de vue et commentaires des participants, laquelle sera enregistrée pour analyse ultérieure.
8. Dans les 24 heures suivant l’atelier, l’animateur du Centre de formation en littératie enverra un courriel de remerciement à la personne-ressource de l’école, ainsi qu’un lien vers un sondage comprenant cinq questions et visant à mesurer le degré de satisfaction.

**Évaluation du risque**

La majeure partie des efforts de marketing du Centre de formation en littératie seront consacrés à sa participation aux événements communautaires et au réseautage dans le milieu de l’éducation, afin de jouir d’une bonne visibilité auprès des parents et des pédagogues et d’asseoir sa crédibilité. Toutefois, si ces efforts s’avéraient inefficaces et qu’ils n’entraînaient pas le nombre ciblé d’ateliers, le Centre de formation en littératie envisagera l’utilisation de publicité payante dans la revue spécialisée de la Fédération des enseignants de l’Ontario et le bulletin de l’Association des conseillères et des conseillers d’orientation scolaire de l’Ontario. Des brochures imprimées pourraient également être distribuées aux conseillers en orientation des écoles de la région d’Ottawa et les chefs de groupe pourraient être approchés pour promouvoir les ateliers et recommander les services du centre auprès de clients potentiels.

La force du Centre de formation en littératie réside dans sa compréhension des besoins des étudiants et des pédagogues et dans sa capacité d’y répondre. Le Centre de formation en littératie adhère au modèle de démarrage d’entreprise selon les principes d’allègement et continuera de recueillir les commentaires des étudiants et des pédagogues sur l’efficacité du tutorat et des ateliers offerts. Les périodes de questions et réponses mentionnées plus haut serviront à cette fin. Les bénéfices seront réinvestis dans la création de nouveaux ateliers et l’organisme s’assurera que de nouvelles expérimentations du contenu soient menées pour permettre une innovation continue et faire bénéficier ses clients de son apprentissage. De plus, le conseil d’administration du Centre de formation en littératie, activement engagé dans le milieu de l’éducation et la communauté étudiante, fournira une orientation en matière de contenu.

Si, après une année complète d’exploitation, le chiffre d’affaires (cumulatif) atteint moins de 70 000 $ et les subventions, moins de 20 000 $, le Centre de formation en littératie devra passer de deux à un employé à temps plein. Si, après 18 mois, les recettes n’atteignent pas 115 000 $, le Centre de formation en littératie devrait cesser ses activités, fermer son site Web et son compte Twitter, mettre à pied son seul employé et dissoudre l’organisme et son conseil d’administration.

**6.0 Finances**

**Frais de démarrage**

L’exemple de plan d’affaires ne comprend pas les frais de démarrage, les flux de trésorerie ou un modèle d’état de résultats. Pour savoir comment créer ces éléments pour votre entreprise, veuillez visiter le [www.futurpreneur.ca/plan](http://www.futurpreneur.ca/fr/bplan/) et utiliser le plan d’affaires interactif gratuit. Cet outil vous donne non seulement des astuces et des conseils sur ce que le plan d’affaires doit contenir, mais il vous fournit également une feuille de calcul personnalisée comprenant toutes les formules dont vous avez besoin.

**Prévision des ventes**

Hypothèses clés pour le Centre de formation en littératie

* Pas de vente le premier mois en raison des activités de réseautage
* Périodes d’accalmie : juillet/août – vacances d’été
* Moyenne du taux horaire pour le tutorat : 20 $ ou contribution selon les moyens des clients
* En moyenne, chaque élève participera à deux séances de tutorat par semaine
* En moyenne, chaque élève recevra du tutorat pendant deux mois
* Coûts des ateliers : 795 $

Prévision des ventes au cours de la première année (à partir des hypothèses)

**Janvier – 10 000 $**

* Lancement de l’entreprise
* 10 000 $ - Subvention de la Fondation Trudeau
* Chaque semaine, envoi d’environ 25 courriels personnalisés par M. Zao aux contacts prioritaires de son réseau afin de leur présenter les ateliers à l’intention des pédagogues.
* Dix rencontres de suivi avec les contacts de M. Zao intéressés à obtenir de plus amples renseignements sur ces ateliers.
* Participation au dîner-conférence « Apprendre pour la vie », au Hub Ottawa
* Participation à la réunion mensuelle de l’Association canadienne des écoles publiques
* Participation à la réunion du Carrefour communautaire du Conseil des écoles publiques de l'Est de l'Ontario (CEPEO)
* Diffusion de quatre à cinq gazouillis par semaine sur le compte Twitter @LLcentreCAN
* Demande de subvention à la Fondation W. Garfield Weston.

**Février – 4 615 $**

* 640 $ - Tutorat payé par la contribution libre de quatre étudiants pendant quatre semaines
* 3 975 $ – Projet-pilote de cinq ateliers avec l’École secondaire Notre-Dame
* Participation à une conférence sur l’évolution de la littératie
* Dix rencontres de suivi avec les contacts de M. Zao intéressés à obtenir de plus amples renseignements sur les ateliers à l’intention des pédagogues
* Visite du YMCA local et ajout d’un service de tutorat au babillard communautaire en ligne
* Animation d’une séance d’information par questions et réponses à l’Université d’Ottawa
* Participation à la réception Éducation Innovation avec l’Université Carleton, au Hub Ottawa
* Diffusion de quatre à cinq gazouillis par semaine sur le compte Twitter @LLcentreCAN
* Demandes de subvention à la Fondation de la famille Birks et à la Fondation Roaster

**Mars – 6 525 $**

* 960 $ - Tutorat à contribution libre de huit étudiants pendant quatre semaines
* 4 770 $ – Six ateliers pilotes avec la Commission scolaire du district d’Ottawa‑Carleton par le truchement de l’École secondaire Canterbury et de l’École supérieure Glebe
* 795 $ - Un atelier présenté à l’École secondaire Saint-Rédempteur
* Négociations avec la Commission des écoles catholiques pour la tenue d’ateliers supplémentaires
* Rencontre avec le chef du département de français à l’École secondaire publique L'Alternative, membre du CEPEO
* Cinq rencontres de suivi avec les contacts de M. Zao intéressés à obtenir de plus amples renseignements sur les ateliers à l’intention des pédagogues
* Animation d’une table ronde à l’Université d’Ottawa intitulée : « Lacunes en matière de compétences : l’écriture, du secondaire à l’université »
* Diffusion de quatre à cinq gazouillis par semaine sur le compte Twitter @LLcentreCAN

**Avril - 20 680 $**

* 1 600 $ – Tutorat payé par la contribution libre de dix étudiants pendant quatre semaines
* 15 900 $ – Contrat de 20 ateliers signé avec la Commission des écoles catholiques d’Ottawa-Carleton, dans le cadre de son initiative visant à favoriser la réussite scolaire
* 1 590 $ – Deux ateliers à l’École secondaire Ridgemont, par le biais de la Commission scolaire du district d’Ottawa-Carleton
* 1 590 $ – Deux ateliers avec Ottawa Learnery
* Cinq rencontres de suivi avec les contacts de M. Zao intéressés à obtenir de plus amples renseignements sur les ateliers à l’intention des pédagogues
* Participation à un vin et fromage, à l’occasion de l’événement « Rencontre avec nos administrateurs », organisé par la Commission scolaire du district d’Ottawa-Carleton
* Inscription à la session de printemps « Impact Academy » au Hub Ottawa
* Diffusion de quatre à cinq gazouillis par semaine sur le compte Twitter @LLcentreCAN

Prévision des ventes au cours de la deuxième année

**Flux de trésorerie**

L’exemple de plan d’affaires ne comprend pas les frais de démarrage, les flux de trésorerie ou un modèle d’état de résultats. Pour savoir comment créer ces éléments pour votre entreprise, veuillez visiter le [www.futurpreneur.ca/plan](http://www.futurpreneur.ca/fr/bplan/) et utiliser le plan d’affaires interactif gratuit. Cet outil vous donne non seulement des astuces et des conseils sur ce que le plan d’affaires doit contenir, mais il vous fournit également une feuille de calcul personnalisée comprenant toutes les formules dont vous avez besoin.

**États des résultats**

L’exemple de plan d’affaires ne comprend pas les frais de démarrage, les flux de trésorerie ou un modèle d’état de résultats. Pour savoir comment créer ces éléments pour votre entreprise, veuillez visiter le [www.futurpreneur.ca/plan](http://www.futurpreneur.ca/fr/bplan/) et utiliser le plan d’affaires interactif gratuit. Cet outil vous donne non seulement des astuces et des conseils sur ce que le plan d’affaires doit contenir, mais il vous fournit également une feuille de calcul personnalisée comprenant toutes les formules dont vous avez besoin.