

Ces outils doivent servir de guide. Il est recommandé de les adapter à votre situation.

Outils de gestion

Dynamique de groupe

- Le jeu du donneur 230
- Une multitude de points 233
- Faisons des carrés 242

Comptabilité³⁴

Outils de prévision

- Évaluation des besoins financiers de départ (volets 1 et 2) 246
- Coût de production et établissement du prix de vente (volets 1 et 2) 247
- Calcul du seuil de rentabilité (volets 1 et 2) 248
- Budget prévisionnel (volet 1) 249
- Budget de caisse prévisionnel (volet 2) 250
- État des résultats prévisionnels (volet 2) 251

Outils de compilation

- Journal des ventes (volets 1 et 2) 252
- Journal des dépenses (volets 1 et 2) 253
- Bon de commande (volet 2) 254
- Facture (volet 2) 255
- Bordereau de dépôt (volet 2) 256
- Talon de chèque et chéquier (volet 2) 257
- Registre de petite caisse (volet 2) 258
- Registre des parts sociales et des ristournes (volet 2) 259
- Grand livre (volet 2) 260

N'hésitez pas à demander de l'aide!

La comptabilité est une activité assez complexe. Il serait intéressant de demander le soutien d'un professionnel dans le domaine. Ce pourrait être un conseiller d'une caisse Desjardins, un employé en comptabilité d'une coopérative en milieu scolaire ou tout autre!

34. En complément, un exercice de familiarisation avec la tenue de livres et les outils de comptabilité ainsi que le corrigé sont présentés à la fin de cette section.

Outils de production des rapports financiers

◦ Conciliation bancaire (volet 2)	261
◦ État des revenus et des dépenses (volet 1)	262
◦ État des résultats (volet 2)	263
◦ Bilan financier (volet 2)	264
◦ Exercice de comptabilité (volet 2)	265
◦ Corrigé de l'exercice (volet 2)	268

Marketing (volets 1 et 2)

◦ Pour permettre le brassage d'idées...	271
◦ Quelques notions pratiques	272
◦ Étude de marché	275
◦ Compilation des résultats de l'étude de marché	277
◦ Guide d'information sur la promotion et la publicité	278
◦ Lettre type - Demande de commandite	281
◦ Plan de commandite - Offre de visibilité	282
◦ Comment communiquer avec les médias	284
◦ Communiqué - Type annonce	287
◦ Communiqué - Type invitation	288

Production (volets 1 et 2)

◦ Registre des heures de production	289
◦ Registre de compilation des heures de production	290
◦ Échéancier	291
◦ Un tableau pour planifier	292

Ressources humaines (volets 1 et 2)

◦ Répertoire des stratégies de résolution de conflits	293
◦ Registre des présences aux rencontres	296

Outils d'évaluation (volets 1 et 2)

◦ Grille d'évaluation d'une rencontre de travail	297
◦ Rencontre bilan	298
◦ Bilan de fin d'année (rapport annuel)	299

Guide des administrateurs (volets 1 et 2)

◦ Plan d'affaires	301
◦ Statuts d'accréditation	308
◦ Liste des membres fondateurs	309
◦ Requête et avis	310

◦ Règlement de régie interne	311
◦ Contrat des membres	317
◦ Procédures d'élection	320
◦ Registre des administrateurs	321
◦ Registre des membres	322
◦ Certificat de part sociale	323
◦ Carte de membre	324
◦ Ordre du jour type – Assemblée générale d'organisation	325
◦ Procès-verbal type – Assemblée générale d'organisation	326
◦ Ordre du jour type – Première réunion du conseil d'administration	330
◦ Procès-verbal type – Première réunion du conseil d'administration	331
◦ Ordre du jour type – Conseil d'administration	333
◦ Procès-verbal type – Conseil d'administration	334

Les agents de promotion de l'entrepreneuriat collectif jeunesse	337
--	-----

Le jeu du donneur³⁵

- **Objectif** : résoudre un problème en utilisant uniquement un langage non verbal.

Préparation

Matériel pour chaque équipe

- Quatre cercles découpés en fragments (feuille de tâche « Les cercles brisés simples »)
- Quatre enveloppes

Structure coopérative

- Partage égal de matériel

Formation des groupes

- Équipe de quatre personnes (groupe de base)

Activité

Amorce

Une séance de cercles brisés avec l'accompagnateur est présentée aux participants. L'accompagnateur se retire et demande à un participant au hasard de le remplacer. L'équipe modélise un déroulement de l'activité alors que les autres observent.

Déroulement

Chaque équipe reçoit l'ensemble des pièces. Un membre en assure la distribution égale entre les coéquipiers. La tâche consiste à recomposer les cercles en interagissant avec les autres membres de manière spécifique.

Consignes pour les participants :

- Ne pas prendre de pièce mais en donner seulement.
- Jouer dans le plus grand silence.
- Ne faire aucun signe aux autres joueurs.
- Compléter soi-même son propre cercle.
- Ne pas donner ni recevoir de suggestions des autres.
- Ne pas piger les pièces dans le jeu d'un autre.
- Glisser une pièce à la fois à un autre joueur.
- Ne pas placer la pièce dans le jeu de l'autre mais la glisser devant lui.

L'équipe a réussi lorsque chaque membre a complété son cercle. Si un groupe termine avant les autres, il avise l'accompagnateur puis essaie de découvrir d'autres combinaisons possibles pour former des cercles.

35. Tiré de CONSEIL DE LA COOPÉRATION DU QUÉBEC (2003). *Ensemble vers la réussite : Démarche d'initiation à la coopération*, Lévis, Conseil de la coopération du Québec, p. 61-63.

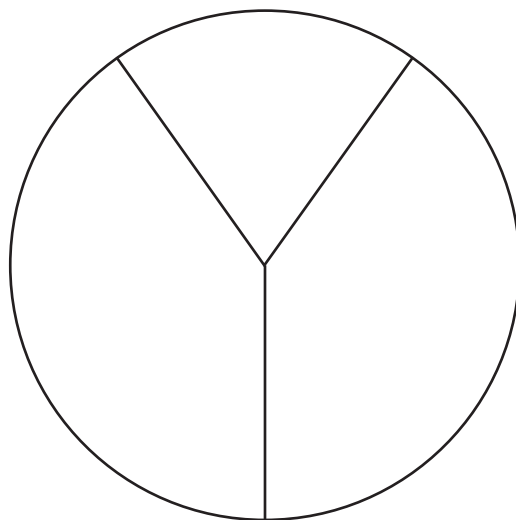
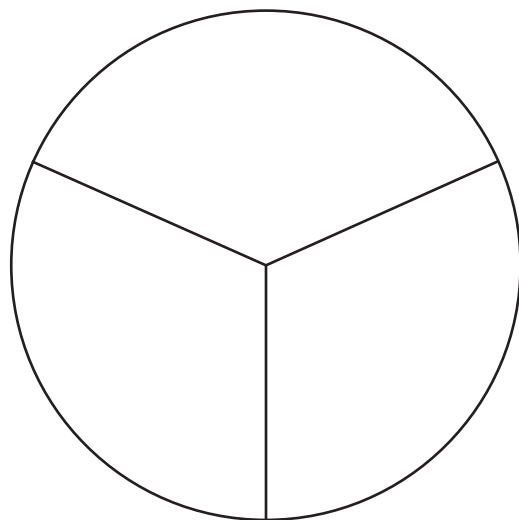
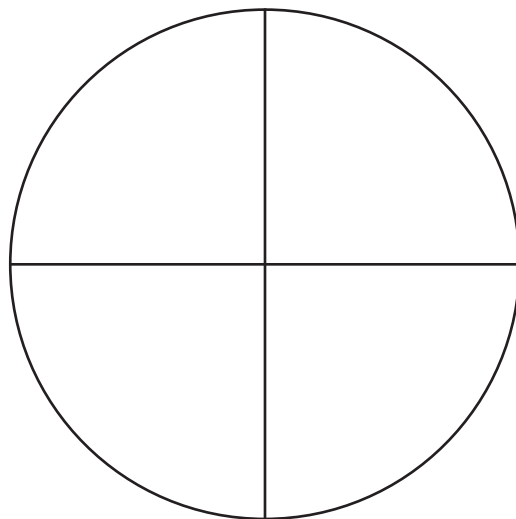
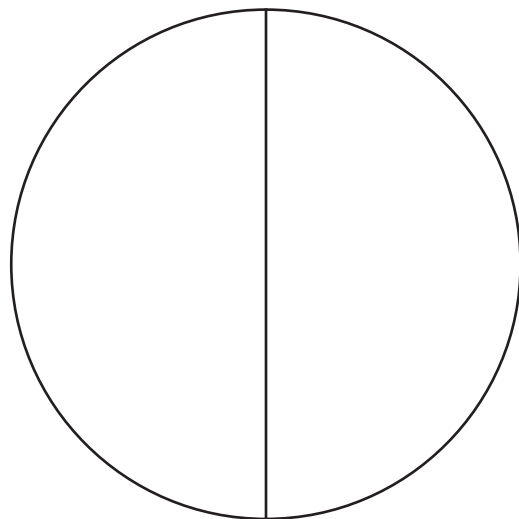
Le jeu du donneur

Rétroaction

Questions à poser :

- Quelles actions avez-vous posées qui ont aidé à résoudre le problème?
- Quelles actions avez-vous posées qui ont nui à la résolution du problème?
- Quelles actions les autres membres de l'équipe ont-ils posées qui ont pu aider à résoudre le problème?
- Quelles actions les autres membres de l'équipe ont-ils posées qui ont nui dans la résolution du problème?
- Quelle a été, en général, l'attitude de l'équipe?
- Quelles sont les stratégies utilisées par votre équipe pour que les membres se comprennent sans prononcer un mot?

Feuille de tâche « Les cercles brisés simples »



Une multitude de points³⁶

► **Objectif** : résoudre un problème en utilisant uniquement un langage verbal.

Préparation

Matériel pour chaque équipe

- Un jeu de cartes (feuille de tâche « Une multitude de points »)
- Quatre fiches de rétroaction

Structures coopératives

- Partage égal de matériel
- Discussion

Formation des groupes

- Équipe hétérogène de quatre personnes (groupe de base)

Activité

Amorce

Une équipe modélise un déroulement de l'activité alors que les autres observent.

Déroulement

On distribue les cartes également de façon à ce qu'elles ne soient pas vues des autres joueurs. Chaque carte, dans le jeu, a un ou plusieurs duplicata sauf une, qu'il s'agit de découvrir. Le jeu se termine lorsque la carte a été identifiée comme étant l'unique, que ce soit exact ou non. On s'assure de l'accord de tous avant la venue du correcteur. Un membre du groupe doit noter le temps que l'équipe a pris pour trouver la solution.

Consignes pour les participants :

- Ne pas montrer ses cartes aux autres membres.
- Ne pas donner une carte à un autre membre.
- Ne pas dessiner des illustrations ou des diagrammes représentant le dessin de ses cartes.
- Ne pas regarder les cartes d'un autre membre.
- Ne pas se référer à un nombre derrière la carte.
- Conserver pour soi les cartes mises de côté de son jeu.
- Utiliser la parole uniquement pour solutionner le problème et participer au succès du groupe.

Rétroaction

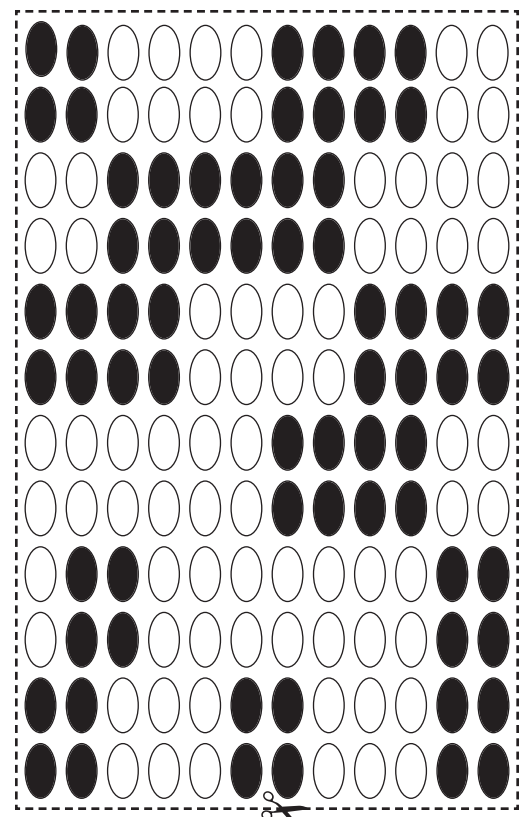
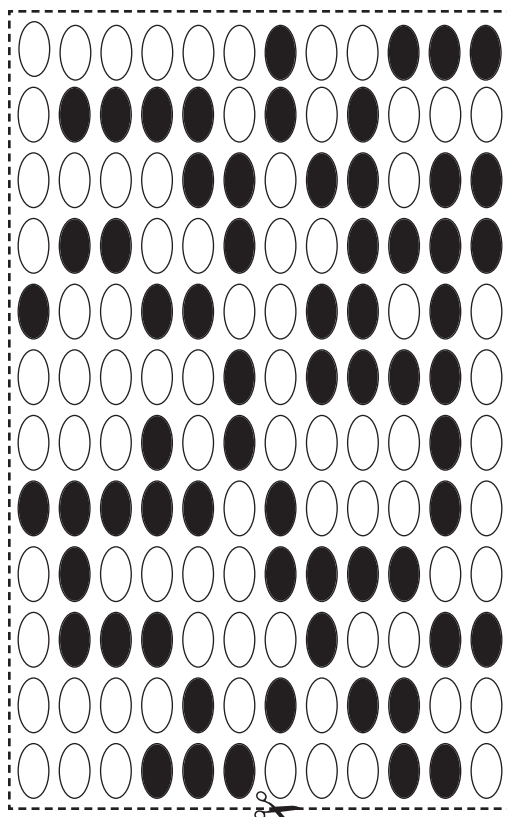
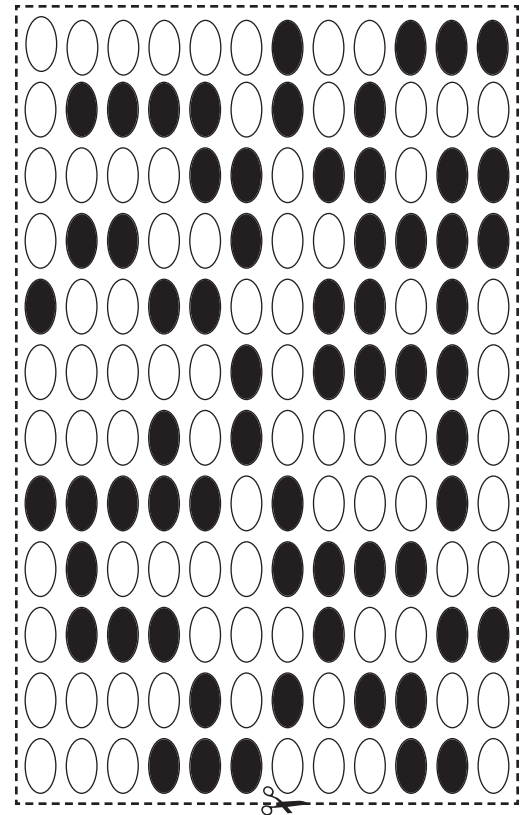
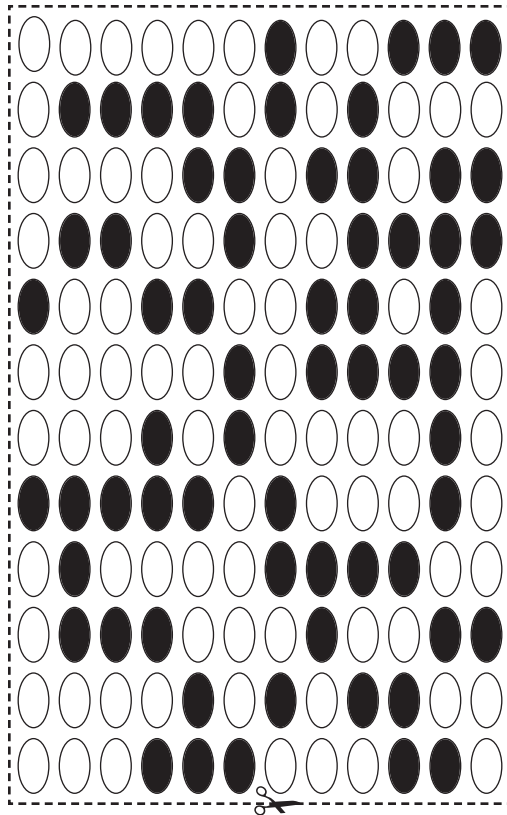
L'accompagnateur demande aux participants quelles stratégies ils ont utilisées pour trouver la carte unique. Il fait part au groupe de ses propres observations. Il leur pose la question suivante : « Croyez-vous que ces stratégies seront utilisables dans notre projet de **Jeune COOP**? » Il leur fait ensuite remplir la fiche de rétroaction.

36. Tiré de CONSEIL DE LA COOPÉRATION DU QUÉBEC (2003). *Ensemble vers la réussite : Démarche d'initiation à la coopération*, Lévis, Conseil de la coopération du Québec, p. 67-76.

Outils de gestion

Dynamique de groupe

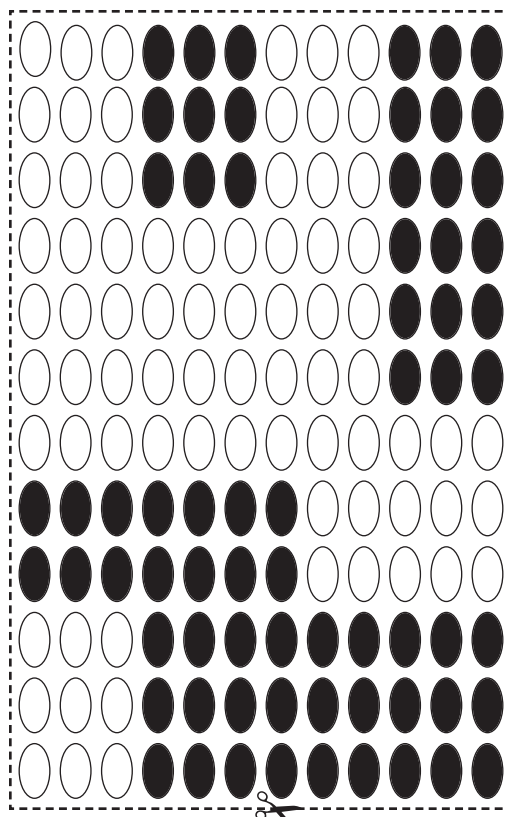
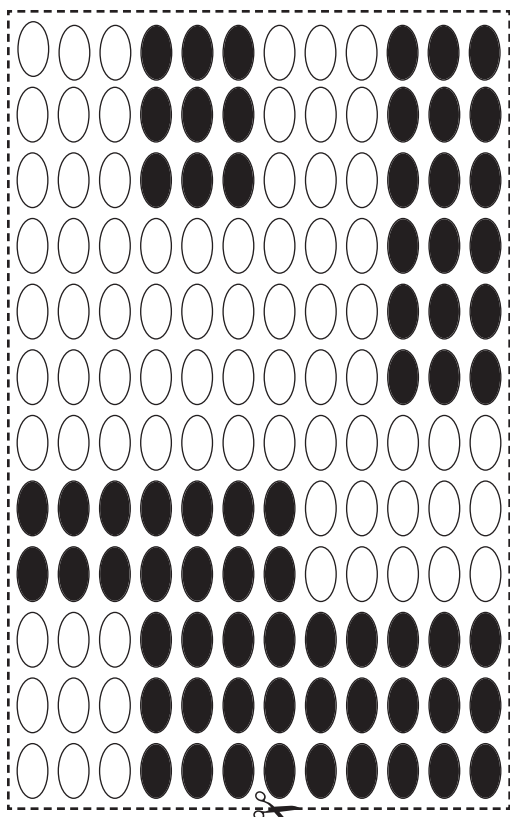
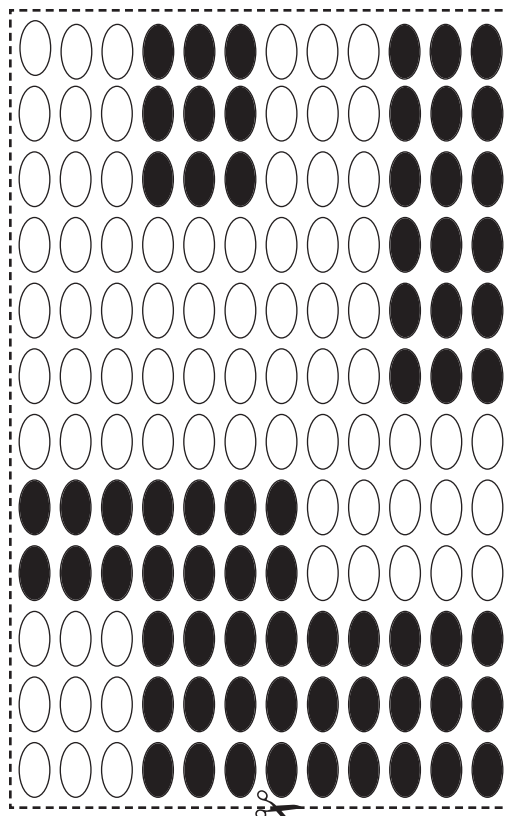
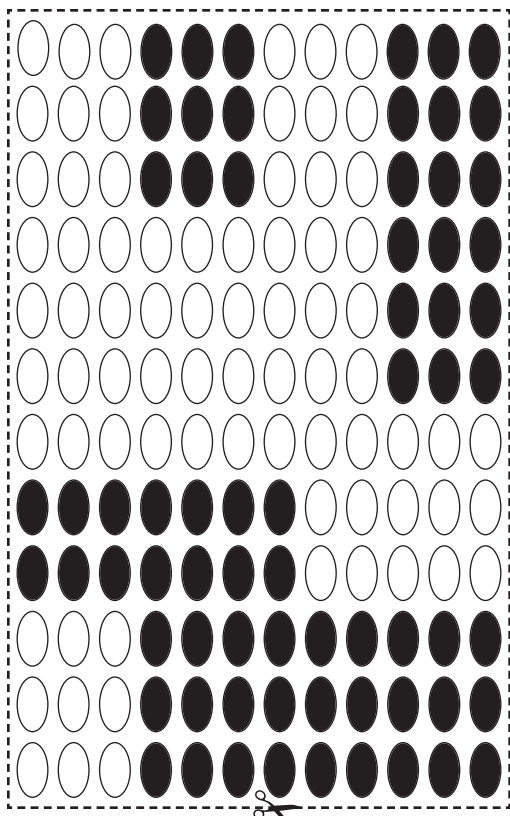
Feuille de tâche « Une multitude de points »



Outils de gestion

Dynamique de groupe

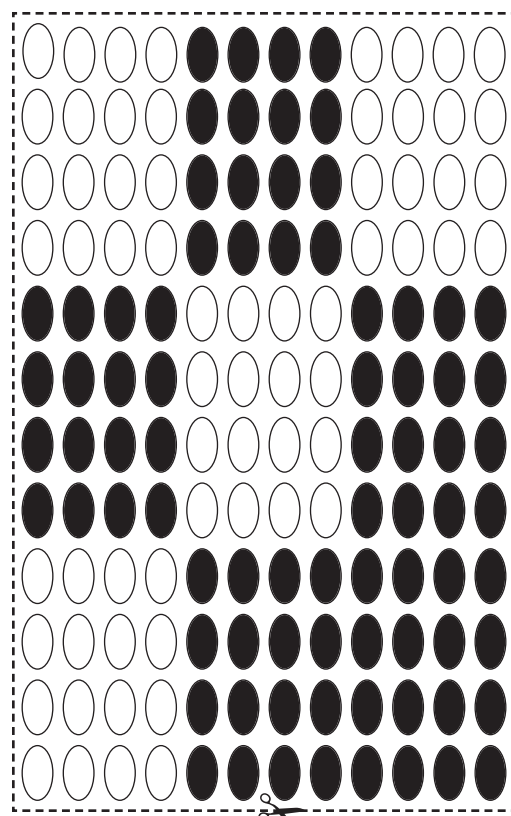
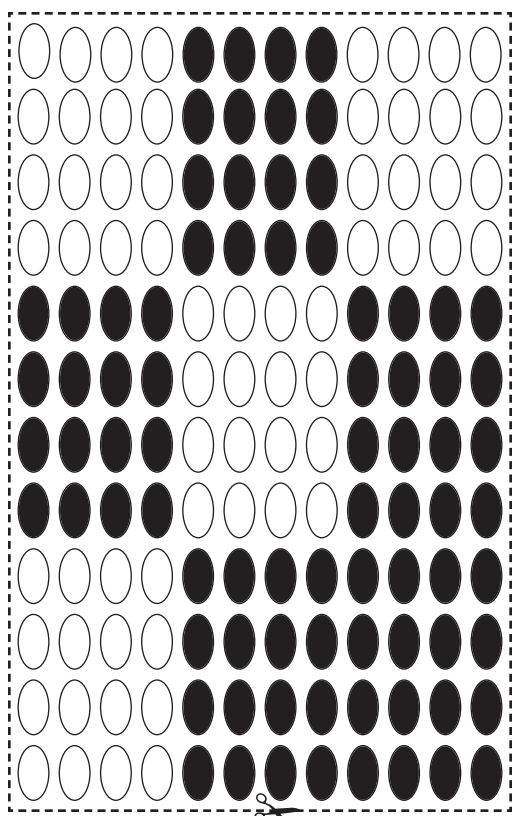
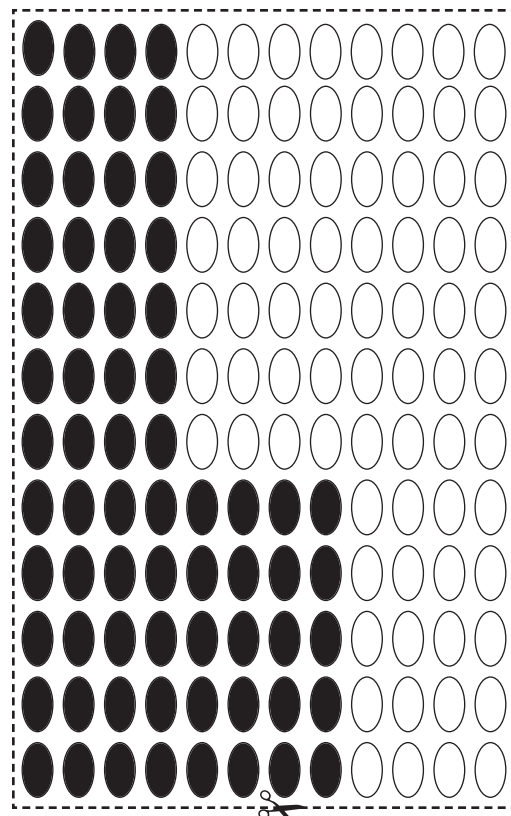
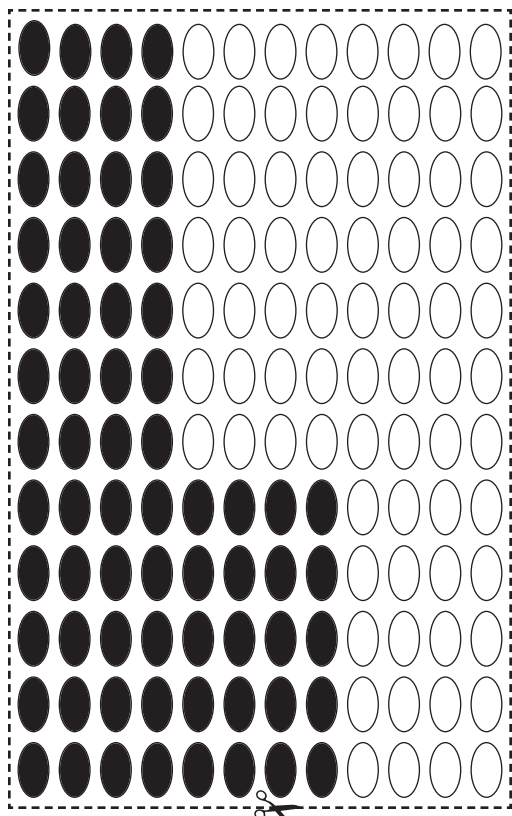
Feuille de tâche « Une multitude de points »



Outils de gestion

Dynamique de groupe

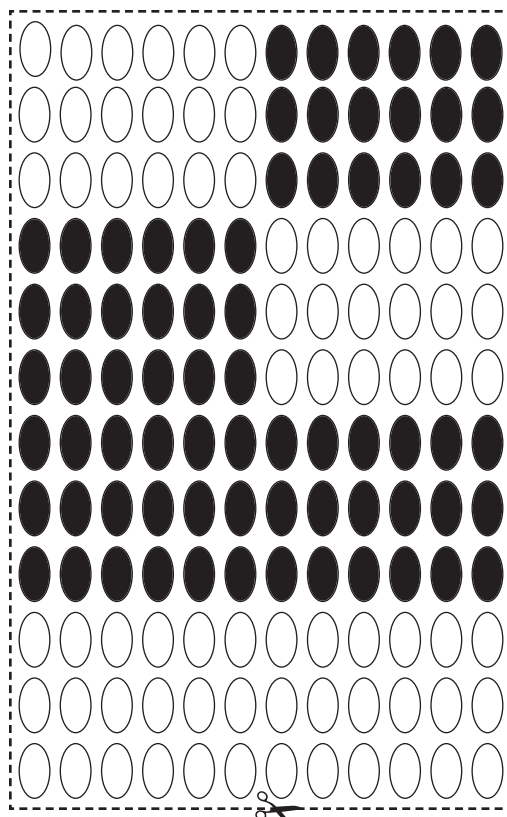
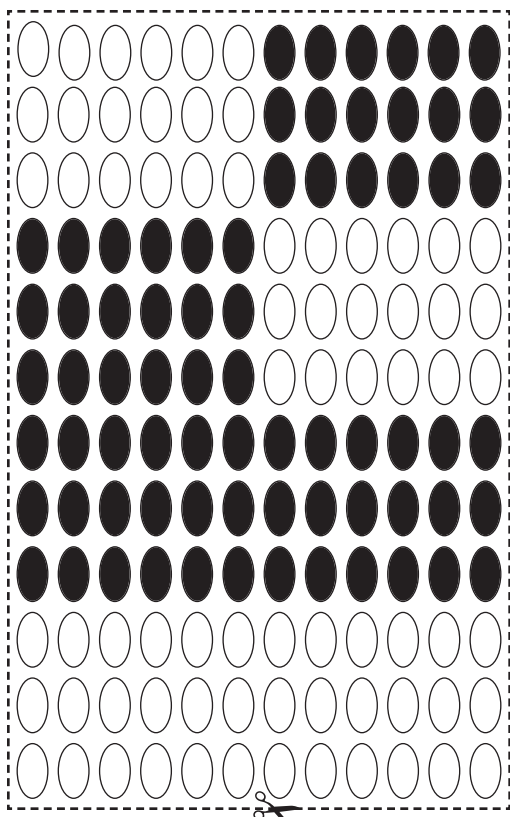
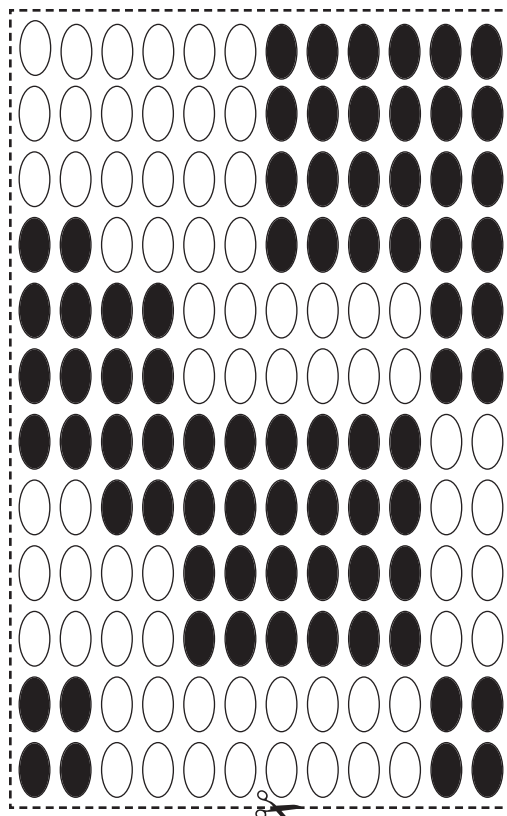
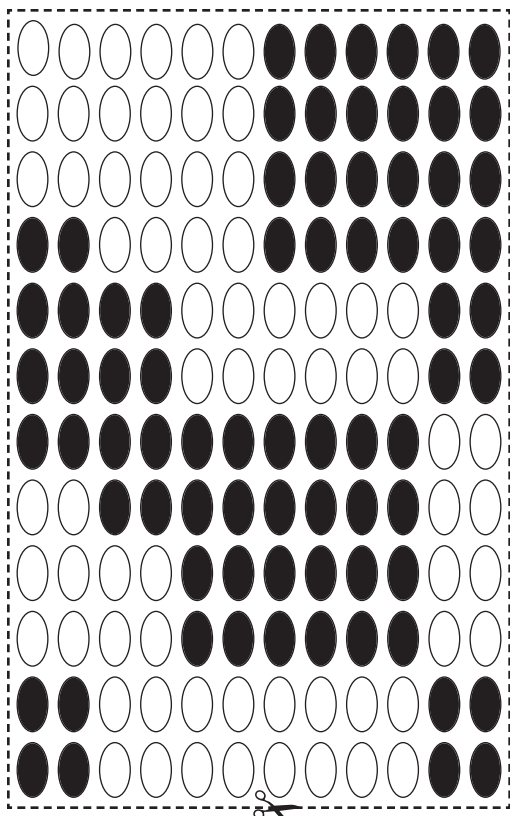
Feuille de tâche « Une multitude de points »



Outils de gestion

Dynamique de groupe

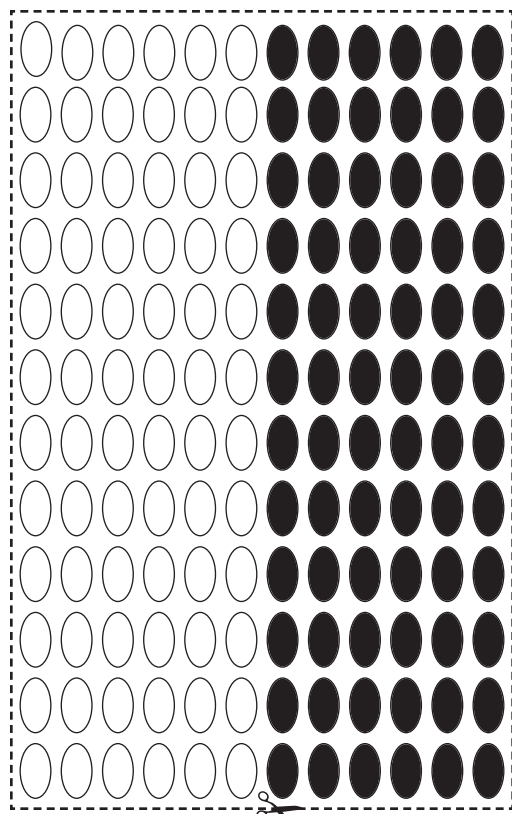
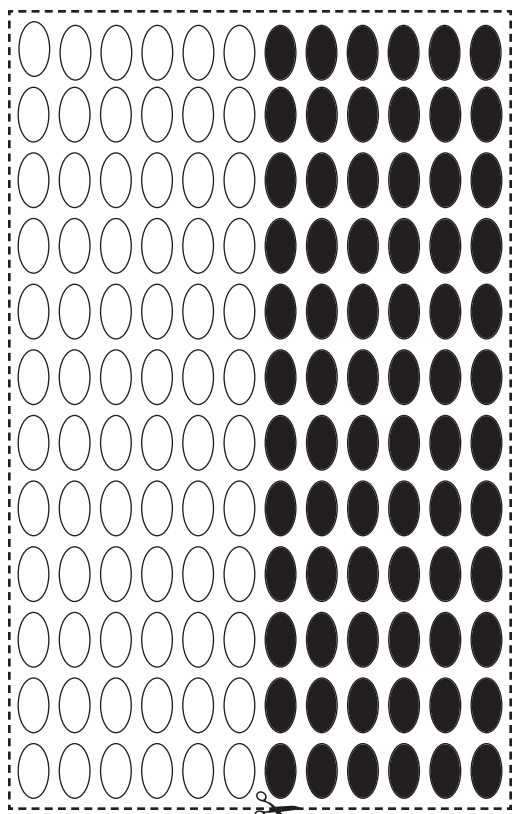
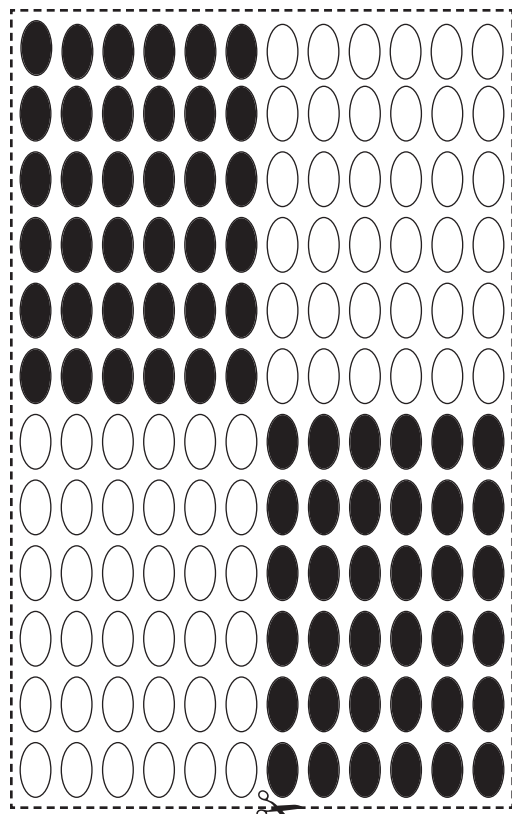
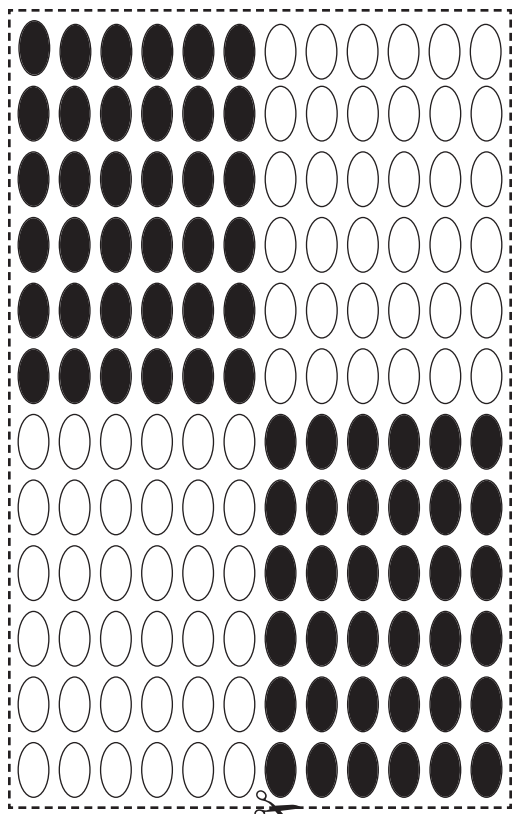
Feuille de tâche « Une multitude de points »



Outils de gestion

Dynamique de groupe

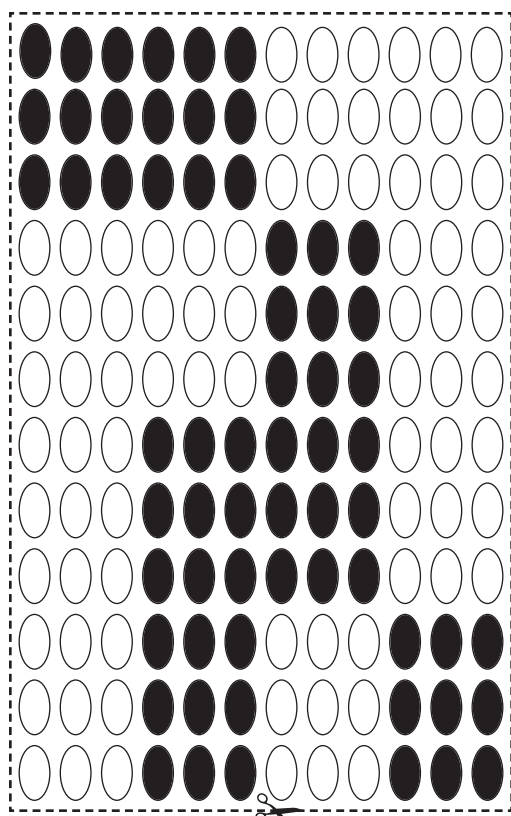
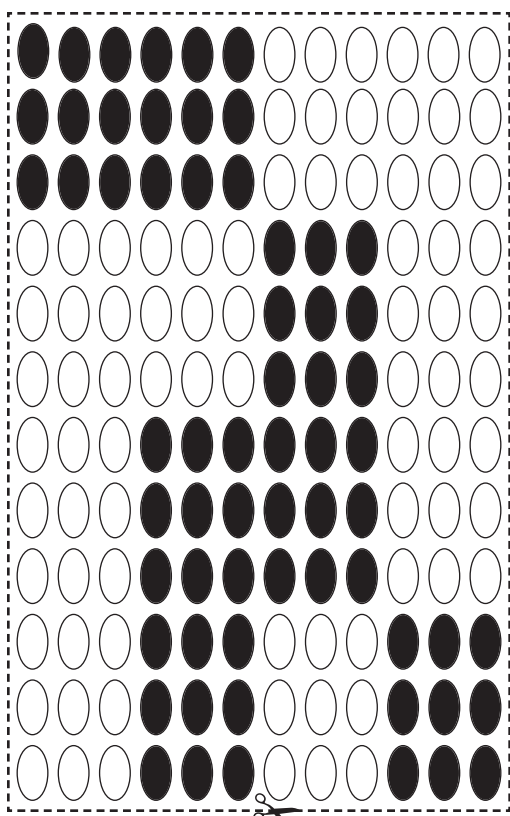
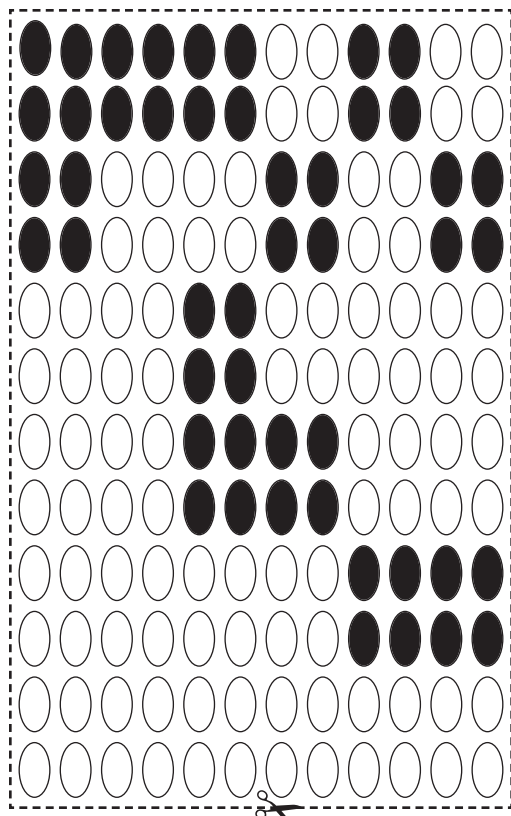
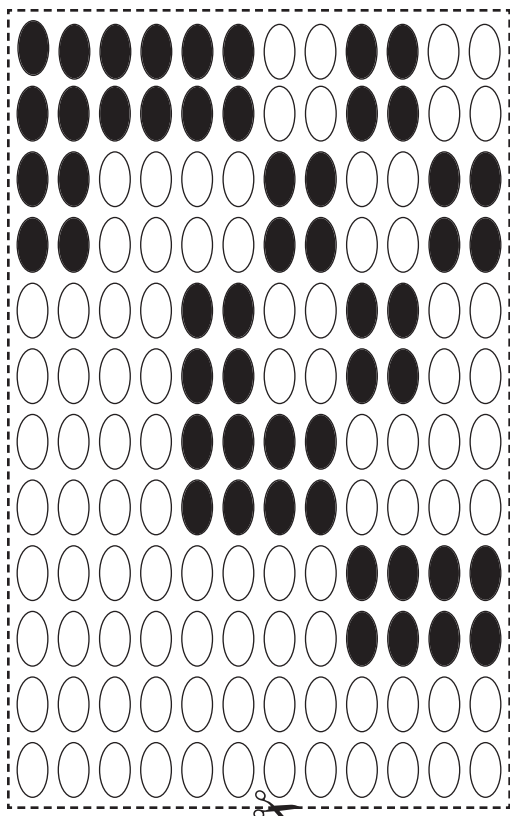
Feuille de tâche « Une multitude de points »



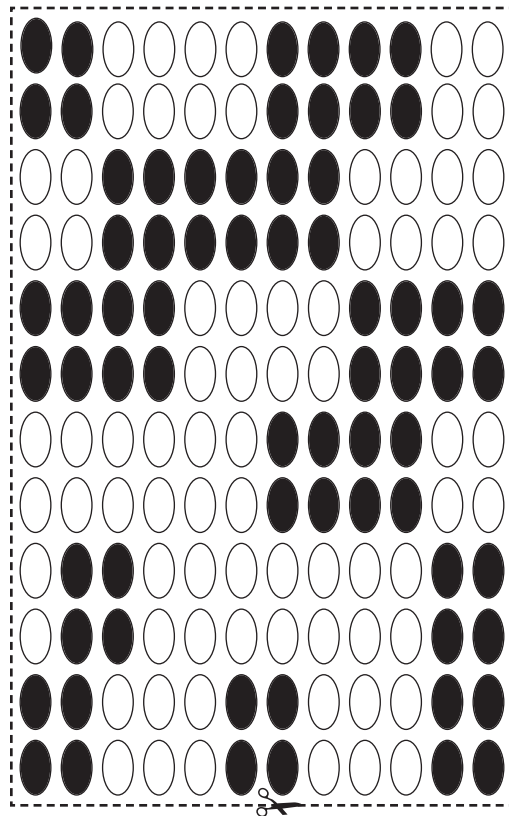
Outils de gestion

Dynamique de groupe

Feuille de tâche « Une multitude de points »



Feuille-réponse « Une multitudes de points »



Faisons des carrés³⁷

- **Objectif :** comprendre les différences entre le travail en équipe et le travail en groupe coopératif.

Préparation

Matériel pour chaque équipe

- Un jeu de languettes (feuille de tâche « Les languettes »)
- Quatre fiches de rétroaction

Structures coopératives

- Partage égal de matériel
- Discussion

Formation des groupes

- Équipe hétérogène de quatre personnes (groupe de base)

Activité

Amorce

Le but du jeu est de réaliser le plus de carrés possible selon diverses dispositions.

On distribue un jeu de languettes au centre de chaque équipe. Les participants doivent former le plus de carrés possible en utilisant toutes les languettes. Tous les carrés doivent se toucher. On enregistre le nombre de carrés réalisés chaque fois qu'une disposition s'est effectuée selon les règles. On recommence en cherchant une disposition nouvelle des carrés et l'on note de nouveau.

Déroulement**Partie 1**

- Les languettes sont placées du côté uniforme.
- La durée du jeu est de 10 minutes.

Partie 2

- On retourne les languettes et on distribue à chacun les languettes ayant un motif identique.
- Les règles du jeu demeurent les mêmes.
- Chacun doit placer lui-même ses languettes.
- Pour déplacer les languettes des autres, il faut en demander la permission.
- Chacun peut offrir de déplacer la sienne.
- La durée du jeu est de 10 minutes.

37. KAGAN, Spencer (1994). *Cooperative Learning*, San Juan Capistrano, California : Resources for Teachers.

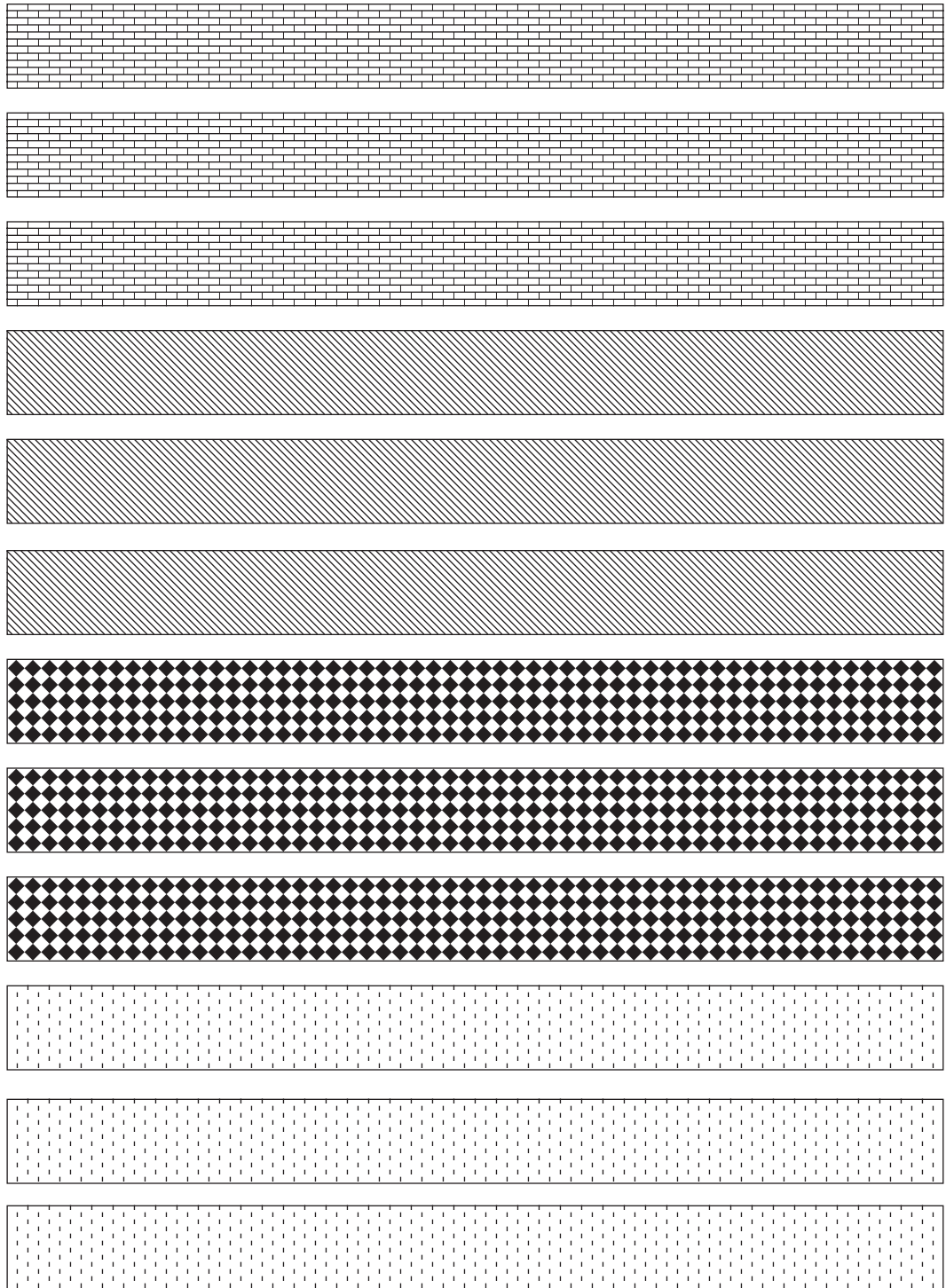
Outils de gestion

Dynamique de groupe

Faisons des carrés

Rétroaction

À la suite de la partie, chaque équipe remplit la fiche de rétroaction. L'accompagnateur demande aux équipes de partager leurs réflexions et apporte ses observations.

Feuille de tâche « Les languettes »³⁸

38. Ce jeu de languettes convient à quatre participants. Pour un cinquième participant, ajouter une série de trois languettes avec un nouveau motif.

Outils de gestion

Dynamique de groupe

Fiche de rétroaction

Nom des coéquipiers :

Laquelle des deux façons de travailler favorise le plus la participation de tous les membres?

Observez-vous des différences dans le climat de travail?

Dans quelle partie les membres travaillent-ils le plus ensemble?

Tous les membres étaient-ils autant engagés dans chaque partie?

Autres observations et commentaires de l'équipe.

Outils de gestion

Comptabilité
Outils de prévisionCoût de production et établissement
du prix de vente (volets 1 et 2)

Achat de matériaux pour fabriquer le produit	Prix	Unités produites	Prix à l'unité
1) _____	_____ \$	_____ \$	_____ \$
2) _____	_____ \$	_____ \$	_____ \$
3) _____	_____ \$	_____ \$	_____ \$
4) _____	_____ \$	_____ \$	_____ \$
5) _____	_____ \$	_____ \$	_____ \$
6) _____	_____ \$	_____ \$	_____ \$
 Total des dépenses/nombre d'unités produites :	_____ \$/par unité		
 Autres dépenses			
1) <u>Location d'équipement</u> _____	_____ \$	_____ \$	_____ \$
2) <u>Produits d'emballage</u> _____	_____ \$	_____ \$	_____ \$
3) <u>Transport</u> _____	_____ \$	_____ \$	_____ \$
4) _____	_____ \$	_____ \$	_____ \$
 Total des autres dépenses/nombre d'unités produites :	_____ \$/par unité		
 Total	_____ \$/par unité		
Excédent que nous souhaitons conserver	_____ \$/par unité		
Prix de vente par unité	_____ \$/par unité*		

* Le prix de vente doit permettre de couvrir les frais de production, mais aussi les autres frais et permettre un surplus raisonnable. Il est suggéré de valider le prix de vente par l'étude de marché, qui permet de mesurer la sensibilité au prix des clients potentiels.

Outils de gestion

Comptabilité
Outils de prévision

Calcul du seuil de rentabilité (volets 1 et 2)

A - Évaluation des frais fixes

Fournitures (papeterie, enveloppes, timbres, etc.)	_____	\$
Frais bancaires	_____	\$
Assurances	_____	\$
Publicité/promotion	_____	\$
Salaires	_____	\$
Loyer	_____	\$
Téléphone, électricité, Internet	_____	\$
Autres	_____	\$
Total A	_____	\$

B – Évaluation des frais variables par unité

Achat de matériaux	_____	\$/par unité
Autres dépenses (location d'équipement, produits d'emballage, transport, etc.)	_____	\$/par unité
Total B (Coût de production par unité)	_____	\$/par unité

Seuil de rentabilité *

$$\frac{\text{Frais fixes}}{\text{Prix de vente à l'unité} - \text{frais variables par unité}} = \text{Total A} = \text{_____ unités}$$

Prix de vente à l'unité - **Total B**

* Le seuil de rentabilité permet de découvrir le nombre d'unités à produire pour couvrir les frais et donc être rentable. Ceci permet en l'occurrence de déterminer les objectifs de vente qui font partie des prévisions budgétaires (étape suivante).

Outils de gestion

Comptabilité
Outils de prévisionBudget prévisionnel
(activité par projet – volet 1)Nom de la **Jeune COOP** : _____ pour la période du _____ au _____.

Revenus

Description	Montant total	Projet A	Projet B	Projet C
Participation des élèves				
Participation des parents				
Contribution de l'organisme A				
Contribution de l'organisme B				
Autres contributions				
Revenus envisagés par l'activité de financement A				
Revenus envisagés par l'activité de financement B				
Revenus envisagés par l'activité de financement C				
Total :				

Dépenses

Description	Montant total	Projet A	Projet B	Projet C
Dépenses liées à l'activité de financement A				
Dépenses liées à l'activité de financement B				
Dépenses liées à l'activité de financement C				
Dépenses pour la publicité ou la promotion de l'activité A				
Dépenses pour la publicité ou la promotion de l'activité B				
Dépenses pour la publicité ou la promotion de l'activité C				
Divers (il y en a en tout temps)				
Total :				

Y a-t-il un manque à gagner? (une différence négative) _____ \$

Quelles solutions pouvons-nous envisager? _____

Budget de caisse prévisionnel (volet 2)

Nom de la Jeune COOP : _____ pour la période du _____ au _____.

Encaissements /décaissements	1	2	3	4
Encaisse au début de la période	_____ \$	_____ \$	_____ \$	_____ \$
Encaissements :				
Parts sociales	_____ \$	_____ \$	_____ \$	_____ \$
Revenus des ventes	_____ \$	_____ \$	_____ \$	_____ \$
Dons et commandites	_____ \$	_____ \$	_____ \$	_____ \$
Emprunts	_____ \$	_____ \$	_____ \$	_____ \$
Total des encaissements	_____ \$	_____ \$	_____ \$	_____ \$
Décaissements :				
Achat de matériaux	_____ \$	_____ \$	_____ \$	_____ \$
Location d'équipement	_____ \$	_____ \$	_____ \$	_____ \$
Fournitures	_____ \$	_____ \$	_____ \$	_____ \$
Frais bancaires	_____ \$	_____ \$	_____ \$	_____ \$
Assurances	_____ \$	_____ \$	_____ \$	_____ \$
Publicité/promotion	_____ \$	_____ \$	_____ \$	_____ \$
Transport	_____ \$	_____ \$	_____ \$	_____ \$
Salaires	_____ \$	_____ \$	_____ \$	_____ \$
Loyer	_____ \$	_____ \$	_____ \$	_____ \$
Téléphone, électricité, Internet	_____ \$	_____ \$	_____ \$	_____ \$
Autres	_____ \$	_____ \$	_____ \$	_____ \$
Total des décaissements	_____ \$	_____ \$	_____ \$	_____ \$
Encaisse à la fin de la période	_____ \$	_____ \$	_____ \$	_____ \$

État des résultats prévisionnels (volet 2)

Nom de la Jeune COOP : _____

Pour l'exercice prenant fin le _____

Revenus

Revenus des ventes : _____ \$

Dons et commandites : _____ \$

Total des revenus : _____ \$

Dépenses

Achat de matériaux : _____ \$

Location d'équipement : _____ \$

Fournitures : _____ \$

Frais bancaires : _____ \$

Assurances : _____ \$

Publicité/promotion : _____ \$

Transport : _____ \$

Salaires : _____ \$

Loyer : _____ \$

Téléphone, électricité, Internet : _____ \$

Autres : _____ \$

_____ \$

_____ \$

_____ \$

Total des dépenses : _____ \$

Journal des dépenses (volets 1 et 2) (compilation des dépenses)

Date	Nom du membre	Description de l'achat	Poste de dépense	Raison	Approuvé par	Montant
Total :						

Pour vous assurer que toutes les dépenses ont été comptabilisées au grand livre, vérifiez que :
le total des dépenses du journal des dépenses = le total des dépenses au grand livre.

Bon de commande (volet 2)

Nom de la Jeune COOP :
Date : _____
Numéro de commande : _____
Personne contactée : _____
Nom du client : _____
Adresse : _____
Téléphone : _____
Télécopieur : _____
Nombre de produits : _____ _____
Commande spéciale : _____ _____
Date de livraison : _____ _____
Commentaires : _____ _____ _____ _____
Facturé le : _____
Payé le : _____

Par quel moyen publicitaire le client a-t-il entendu parler de la **Jeune COOP**?

Outils de gestion

Comptabilité
Outils de compilation

Talon de chèque et chéquier (volet 2)

0001

Date : ____ / ____ / ____

Solde reporté : _____ \$

À : _____

Pour : _____

Montant de ce chèque : _____ \$

Dépôt : _____ \$

Solde : _____ \$

jeune
COOP

Caisse Desjardins

0001

____ / ____ / ____

Payez à l'ordre de : _____ \$ _____

_____/100
dollars

Pour: _____

Jeune COOP : _____

0001 0023 00034

Par : _____

Et : _____

Registre des parts sociales et des ristournes (volet 2)

Nom de la Jeune COOP : _____ Au _____

Nom du membre	Montant de la part sociale payée	Date de souscription	Catégorie de membre	Achats faits à la Jeune COOP	Heures travaillées pour la Jeune COOP	Montant de la ristourne* (\$/heure travaillée)	Montant du chèque émis	Date d'émission du chèque	Numéro du chèque
Total :							Total :		

* Ristourne dans une coopérative de type travailleurs :

◦ Excédent de la coopérative

MOINS

◦ Montant versé à la réserve (pour assurer la poursuite de l'entreprise)

◦ Montant versé en contribution au milieu

ÉGALE

◦ Excédent à verser en ristourne

◦ Excédent à verser en ristourne

DIVISÉ PAR

◦ Nombre d'heures total travaillées (tous les membres)
ÉGALE

◦ Ristourne (montant par heure travaillée)

Exemple : Si un membre a travaillé 100 heures pour la **Jeune COOP** et que la ristourne par heure est de 0,50 \$, il recevra une ristourne de 50 \$.

Outils de gestion

Comptabilité

Outils de production des rapports financiers

Conciliation bancaire (volet 2)

Solde du relevé bancaire au _____ \$

Chèques en circulation (chèques émis, mais non encaissés)

1. _____

2. _____

3. _____

Moins le total des chèques en circulation : _____ \$

Dépôts en circulation (dépôts inscrits dans les livres, mais non sur le relevé bancaire)

1. _____

2. _____

3. _____

Plus le total des dépôts en circulation _____ \$

Solde réel : _____ \$

Solde au grand livre au _____ \$

Retraits effectués par la caisse sur le relevé (ADM, MC1, VAP, VIM, FIX, SER)

1. _____

2. _____

3. _____

Moins le total des retraits effectués _____ \$

Dépôts effectués par la caisse sur le relevé (DCV, ET, EOP, INT)

1. _____

2. _____

3. _____

Plus le total des dépôts effectués par la caisse _____ \$

Solde réel : _____ \$**Différence :** 0 \$

État des revenus et des dépenses (volet 1)

Nom de la Jeune COOP : _____ pour la période du _____ au _____.

Revenus

Description	Montant total	Projet A	Projet B	Projet C
Montant restant à la caisse Desjardins de la participation des membres, parents et contributions diverses				
Revenus (ventes) de l'activité de financement A				
Revenus (ventes) de l'activité de financement B				
Revenus (ventes) de l'activité de financement C				
Autres revenus				
Total :				

Dépenses

Description	Montant total	Projet A	Projet B	Projet C
Dépenses (achats) liées à l'activité de financement A				
Dépenses (achats) liées à l'activité de financement A				
Dépenses liées à l'activité de financement B				
Dépenses liées à l'activité de financement B				
Dépenses liées à l'activité de financement C				
Dépenses de publicité ou de promotion pour les activités A, B et C				
Total :				

(Permet de faire le suivi avec l'objectif de départ.)

Résultats : (Revenus - Dépenses)

Outils de gestion

Comptabilité

Outils de production des rapports financiers

État des résultats (volet 2)

Nom de la Jeune COOP : _____

pour la période du _____ au _____.

Revenus

Ventes : _____ \$

Dons et commandites : _____ \$

Autres : _____ \$

_____ \$

_____ \$

Total des revenus _____ \$

Dépenses

Achat de matériaux : _____ \$

Location d'équipement : _____ \$

Fournitures : _____ \$

Frais bancaires : _____ \$

Assurances : _____ \$

Publicité/promotion : _____ \$

Transport : _____ \$

Salaires : _____ \$

Loyer : _____ \$

Téléphone, électricité, Internet : _____ \$

Autres : _____ \$

_____ \$

_____ \$

_____ \$

Total des dépenses _____ \$**Excédent (déficit)** _____ \$

Outils de gestion

Comptabilité

Outils de production des rapports financiers

Bilan financier (volet 2)

Nom de la Jeune COOP : _____

Au _____

Actif

Solde de la petite caisse :	_____	\$
Solde en banque :	_____	\$
Comptes à recevoir :	_____	\$
Total de l'actif	_____	\$

Passif

Comptes à payer :	_____	\$
Dettes à rembourser :	_____	\$
Autres : _____	_____	\$
Autres : _____	_____	\$
Autres : _____	_____	\$

Avoir de la coopérative et des membres

Parts sociales :	_____	\$
Réserve de la coopérative :	_____	\$
Excédents (déficit) :	_____	\$
Total du passif et de l'avoir :	_____	\$

(Le total de l'actif doit être égal au total du passif et de l'avoir.)

Exercice de comptabilité (volet 2)

Le lundi 8 septembre

La semaine débute avec un contrat retentissant pour la **Jeune COOP** des Grands Génies. C'est Marcel qui répond. Une dame, madame Tremblay, a des travaux de cueillette de pommes de terre à faire exécuter.

Peu après, les membres du comité de promotion arrivent, enthousiastes. Ils se préparent pour le lave-auto que la **Jeune COOP** organise samedi prochain. On leur a confié les tâches relatives à la promotion de l'activité. Donc, après qu'ils ont élaboré un bon plan d'action, Maya va acheter les crayons et les cartons dont elle aura besoin pour faire des pancartes. Elle débourse 12 \$. Entre-temps, le facteur remet aux jeunes de la coop le courrier qui leur est destiné, parmi lequel se trouve le compte de téléphone.

Le mardi 9 septembre

Marcel s'entend avec madame Tremblay pour la réalisation du contrat. C'est Esteban et Julie qui exécuteront les travaux. Ils se rendent toutefois sur les lieux (en autobus, car la dame habite loin) pour évaluer l'ampleur des travaux. Madame Tremblay propose de payer l'autobus pour la durée du contrat; ils n'ont qu'à ajouter cette dépense à la facture finale.

Ce même jour, c'est un Rodney emballé qui entre à la coop. Il revient de la caisse Desjardins, où le gérant a accepté d'accorder un prêt de 500 \$ à la coop. Déjà sur les lieux, Rodney en a profité pour déposer le chèque et ainsi renflouer la petite caisse.

Le mercredi 10 septembre

Avant d'aller travailler chez madame Tremblay, Esteban et Julie doivent acheter le matériel nécessaire (sacs, gants, etc.). Or, les coûts qu'ils ont estimés sont de 45 \$, montant trop élevé pour être payé à même la petite caisse. Ils demandent donc au trésorier, Rodney, un chèque de 45 \$. Esteban et Julie vont acheter le matériel à la quincaillerie du coin, qui accepte le chèque, puisque les jeunes de la coop y sont bien connus. Esteban et Julie se rendent ensuite chez madame Tremblay en autobus.

Le jeudi 11 septembre

Le comité de promotion achète le matériel nécessaire pour le lave-auto. Mohammed a décidé de le payer avec son argent et de se faire rembourser la journée du lave-auto. Johnny, quant à lui, a décidé de payer ses parts sociales et opérationnelles aujourd'hui. Esteban et Julie travaillent toujours au contrat de madame Tremblay.

Exercice de comptabilité (volet 2)

Le vendredi 12 septembre

Rodney va payer le compte de téléphone à la caisse Desjardins et en profite pour renflouer la petite caisse en retirant 50 \$ supplémentaires en monnaie en vue du lave-auto. Esteban et Julie terminent le contrat et remettent le formulaire d'évaluation des travaux et la facture à la cliente. Celle-ci ne peut payer sur-le-champ et enverra un chèque sous peu.

Le samedi 13 septembre

Journée très ensoleillée. Les jeunes débordent d'énergie et sont très bien organisés. La petite caisse étant suffisamment garnie, le groupe se paye un lunch avec cet argent, et Rodney en profite pour rembourser Mohammed, en argent comptant.

Le dimanche 14 septembre

Repos bien mérité pour tous.

Le lundi 15 septembre

Le comité exécutif se rend tôt à la **Jeune COOP** afin de préparer le conseil d'administration de cet après-midi. Pendant ce temps, madame Tremblay s'arrête à la coop et remet aux coopérants son évaluation dûment remplie (et très positive) ainsi qu'un chèque pour payer les services reçus. Le trésorier contacte les autres membres du comité des finances pour mettre de l'ordre dans le Grand livre. Ils préparent les payes de Esteban et de Julie et vont déposer l'argent du lave-auto.

Au conseil d'administration, comme ce fut une bonne semaine au point de vue financier et qu'ils ont beaucoup d'argent dans le compte, les membres du comité des finances proposent de verser leur premier versement pour rembourser le prêt de la caisse, soit 250 \$. Le C. A. accepte. Rodney retourne à la caisse une fois la réunion ajournée.

Pendant ce temps, le comité des finances fait une vérification des entrées et sorties d'argent de la semaine à partir du Grand livre.

À la dernière vérification du Grand livre (le vendredi 5 septembre), le solde de chacune des colonnes était le suivant :

Petite caisse :	20 \$	Salaires :	366 \$
Caisse Desjardins	330 \$	Équipement :	34 \$
Comptes à recevoir :	11 \$	Avoir des membres :	400 \$
Comptes à payer :	0 \$	Loyer :	150 \$
Revenus des contrats :	405 \$	Fournitures de bureau :	98 \$
Autres revenus :	40 \$	Autres :	27 \$

Exercice de comptabilité (volet 2)

Informations pertinentes :

- Esteban et Julie ont estimé qu'ils travailleraient 20 heures chacun.
- Le taux horaire pour la cueillette des pommes de terre est de 6 \$/l'heure.
- Le coût du matériel est de 45 \$.
- Esteban trouve que Julie a de beaux yeux.
- Le % coop est de 10 %.
- Le chien de madame Tremblay est bleu.
- Le compte de téléphone est de 42 \$.
- Le contrat négocié est de 372,25 \$.
- L'autobus coûte 2 \$ par personne (aller simple seulement!).
- Part sociale : 5 \$.
- Part opérationnelle : 25 \$.
- Renflouement de la petite caisse : 25 \$.
- Dîner au lave-auto : 25 \$.
- Revenus du lave-auto : 1245 \$.
- Matériel pour le lave-auto : 17 \$.

Corrigé de l'exercice (volet 2)

Date	Explication	N° de chèque	Petite caisse			Caisse Desjardins			Comptes à recevoir			Comptes à payer			Avoir			Revenus						Dépenses														
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	17	18	19	20	21	17	18	19	20	21					
			Entrée	Sortie	Solde	Entrée	Sortie	Solde	Entrée	Sortie	Solde	Entrée	Sortie	Solde	Entrée des membres (Sortie)	Sortie des contrats	Autres revenus	Entrée (Sortie) Dettes (long terme)	Entrée	Sortie	Entrée	Sortie	Entrée	Sortie	Entrée	Sortie	Entrée	Sortie	Entrée	Sortie	Entrée	Sortie	Entrée	Sortie	Entrée	Sortie		
05/09	Vérif.				20			330			11			0	400	405	40			366		150		34				98								27		
08/09	Crayons et cartons			12	8																															12		
08/09	Tél.												42	42								42																
09/09	Bus			8	0																																8	
09/09	Prêt					500		830																														
09/09	Renf.PC	1	25		25		25	805																														
10/09	Mat.#1	2					45	760																45														
10/09	Bus			8	17																																	8
11/09	Mat. Lave-auto												17	59																								
11/09	Johnny						30	790							30																							
11/09	Bus			8	9																																	8
12/09	Tél.							748				42		17																								

Corrigé de l'exercice (volet 2)

Date	Explication	N° de chèque		Petite caisse			Caisse Desjardins			Comptes à recevoir			Comptes à payer			Avoir		Revenus				Dépenses					
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	
		Entrée	Sortie	Solde	Entrée	Sortie	Solde	Entrée	Sortie	Solde	Entrée	Sortie	Solde	Entrée	Sortie	Sortie	Sortie	Entrée	Entrée	Entrée	Entrée	Entrée	Entrée	Entrée	Entrée	Entrée	
12/09	Renf.PC	3	75	84		75	673																				
12/09	Bus		8	76																							8
12/09	Contrat #1						372,25			383,25						372,25											
13/09	Dîner		25	51																							25
13/09	Mat. Lave-auto		17	34							17		0														
15/09	Contrat #1				372,25		1045,25			11																	
15/09	Lave-auto				1245		2290,25									1245											
15/09	Paye Esteb.					108	2182,25											108									
15/09	Paye Julie					108	2074,25											108									
15/09	Remb. Prêt					250	1824,25																				
15/09	Vérif.			34			1824,25			11			0			1285	250	582	192	96	98	96				96	

Corrigé de l'exercice (volet 2)

Selon la formule magique du Grand livre :

(sans tenir compte des renflouements de la petite caisse : entrée petite caisse et sortie caisse Desjardins)

N.B. : Pour cet exercice, ne pas tenir compte des soldes figurant à la première ligne du Grand livre puisqu'ils sont FICTIFS, c'est-à-dire qu'ils ne sont probablement pas balancés!

Somme des entrées

à la caisse Desjardins et dans la petite caisse = Somme des revenus

2 147,25 \$ = 2 147,25 \$

Somme des sorties

à la caisse Desjardins et dans la petite caisse = Somme des dépenses

639 \$ = 639 \$

Calculs détaillés

$500 + 30 + 372,25 + 1245 = 2147,25 \$$

Et

$500 + 30 + 372,25 + 1245 = 2147,25 \$$

$45 + 42 + 108 + 108 + 250 + 12 + 8 + 8 + 8 + 8 + 25 + 17 = 639 \$$

Et

$12 + 42 + 8 + 45 + 8 + 17 + 8 + 8 + 25 + 108 + 108 + 250 = 639 \$$

Pour permettre le brassage d'idées...

1) Quelles activités de financement connaissez-vous (déjà réalisées par des groupes de votre école ou d'autres écoles)?

2) Quelles activités nouvelles pourraient être organisées par votre **Jeune COOP**?

3) Pensez-vous qu'il y a des ressources naturelles présentes dans votre milieu (légumes, fruits, autres), que vous pourriez vendre telles quelles ou transformées à certaines périodes de l'année?

4) Croyez-vous qu'il y a des matières que vous pourriez récupérer, transformer et vendre à des moments précis de l'année (Noël, Halloween, fête des Mères, Saint-Valentin, etc.)?

5) Croyez-vous que certains services pourraient être offerts par votre **Jeune COOP** à des groupes qui ont des besoins particuliers dans votre école (vos collègues, les plus jeunes ou autres groupes comme les enseignants ou les professionnels)?

6) Croyez-vous que certains services pourraient être offerts par votre **Jeune COOP** à des groupes qui ont des besoins particuliers près de votre école (garderie, résidence de personnes âgées, etc.)?

7) Croyez-vous que les membres de votre **Jeune COOP** possèdent certains talents pouvant être utilisés pour organiser une activité?

Quelques notions pratiques³⁹

Marché potentiel

L'ensemble des personnes ou entreprises qui demandent ou qui sont susceptibles de demander des produits ou des services pour satisfaire leurs besoins (consommateurs).

Marché cible

C'est une partie (segment) du marché potentiel. Les consommateurs qui présentent des caractéristiques (âge, besoin précis non répondu, occupation, revenu, etc.) ou des comportements qui permettent d'envisager qu'ils seront intéressés par votre produit ou votre service.

Comme votre produit ou votre service ne peut pas plaire à tous les consommateurs, il est préférable de concentrer ses efforts sur un ou des groupes précis de consommateurs. Afin de vous assurer que votre produit ou votre service correspond vraiment aux besoins de votre marché cible, il est recommandé d'étudier son comportement ou ses habitudes. Ceci est notamment possible par la réalisation d'un sondage (étude de marché).

Concurrence

L'ensemble des entreprises ou des personnes qui offrent des produits ou des services identiques ou semblables aux vôtres. Ils sont en concurrence avec votre entreprise.

Concurrent direct

Entreprise, personne ou groupe qui offre le même produit ou le même service, à la même clientèle, sur le même territoire.

Concurrent indirect

Même produit ou service, même clientèle, territoire différent.

Même produit ou service, clientèle différente, même territoire.

Produit ou service substitut, même clientèle, même territoire.

Les concurrents indirects ne sont vraiment pas à négliger. En vue de répondre à un besoin précis, les consommateurs vont naturellement faire un choix entre dépenser un montant d'argent pour votre produit ou un montant à peu près similaire pour le produit légèrement différent offert par votre concurrent. Par exemple : un élève qui n'a pas son dîner se retrouve en présence de plusieurs possibilités de choix de consommation. Il peut acheter un sandwich jambon-fromage et un jus de tomate au café étudiant, un club sandwich avec frites et boisson gazeuse à la cafétéria de l'école ou encore aller manger dans un restaurant près de l'école.

Avantage concurrentiel

Les caractéristiques qui différencient votre produit ou votre service de celui des concurrents et qui le rendent plus alléchant, donc plus susceptible d'être choisi par un certain type de consommateurs présent dans un marché cible, sont les avantages concurrentiels de votre produit ou de votre service. Par exemple, les caractéristiques distinctives du produit/service : la meilleure qualité des matériaux, le prix, l'endroit où il est distribué, la qualité du service et surtout la connaissance que le produit ou que le service existe (publicité ou promotion, car un produit ou un service non connu ne peut être choisi).

³⁹ Plusieurs éléments ont été inspirés de QUÉBEC. MINISTÈRE DE L'INDUSTRIE ET DU COMMERCE (1995). *Mon projet d'entreprise, un atelier de travail destiné aux jeunes futurs gens d'affaires*, Québec, Gouvernement du Québec.

Quelques notions pratiques

Il est primordial de pouvoir nommer ou déterminer les avantages concurrentiels de votre produit ou de votre service par rapport aux concurrents. Cela fait, il est recommandé de valider l'importance de ces caractéristiques pour le consommateur potentiel. Vous pourrez alors vérifier si les futurs clients y sont sensibles. Ces caractéristiques pourront ainsi être utilisées dans vos activités de promotion et ainsi réellement vous distinguer de vos concurrents.

Étude de marché

Sondage auprès de diverses personnes qui permet de savoir si elles achètent ou consomment des produits ou des services similaires aux vôtres, qui répondent à un besoin préalablement identifié. L'étude de marché permet aussi de vérifier ce qui est préféré comme caractéristiques (liées au produit, au prix, à l'endroit de distribution, etc.) par différents types de consommateurs. Ceci permet de déterminer ce que les consommateurs potentiels recherchent lorsqu'ils achètent ce type de produit ou de service.

Éléments de l'étude de marché en résumé :

- Avez-vous ce besoin à combler?
- Comment le comblez-vous actuellement?
- Est-ce que le produit X (votre produit ou votre service) permettrait de répondre à ce besoin?
- Seriez-vous intéressé par ce produit ou ce service? (Énumération des avantages concurrentiels liés à votre produit ou à votre service et possibilité de choix qui permet de bâtir une échelle de valeur ou de sensibilité par rapport à chaque caractéristique).
- Informations générales sur le consommateur potentiel (personne ou entreprise) : âge, occupation, lieu de résidence (géographie), etc.

Un exemple est proposé aux pages 275 et 276, mais **devrait être adapté en fonction de votre contexte et de votre produit ou de votre service.**

Mise en marché

Ensemble des activités, des techniques et des outils utilisés pour faire connaître un produit ou un service à une clientèle cible afin de l'attirer et de l'inciter à acheter le produit ou le service en question.

La mise en marché repose sur quatre éléments : le produit, le prix, la place de distribution et la promotion. Voici des points à considérer pour chaque élément.

Produit ou service

- Bien cerner les besoins des clients.
- Déterminer les forces du produit ou du service (avantages concurrentiels) et celles des concurrents.
- Déterminer les faiblesses du produit ou du service et celles des concurrents.

Quelques notions pratiques

Prix

- Définir les composantes du produit ou du service pour en fixer le prix.
- Demander le juste prix.
- Évaluer la sensibilité du client par rapport au prix (étude de marché).

Place de distribution

- Prendre en considération les habitudes des clients.

Promotion

- Utiliser plusieurs moyens différents pour communiquer un même message.
- Répétition-répétition-répétition-répétition.
- Le bouche à oreille est simple, peu coûteux et efficace.
- Pour chaque produit ou service offert, se rappeler la clientèle ciblée et choisir le meilleur message (avantage concurrentiel) à présenter et le meilleur moyen de diffusion.
- Éviter les « pizzas » d'information : un message simple et court répété souvent de plusieurs façons est beaucoup plus efficace.
- Les gens lisent peu : une image vaut mille mots (12 à 20 % des gens sont analphabètes fonctionnels)⁴⁰.

Pour en savoir plus, consulter le guide d'information sur la promotion et la publicité aux pages 278 à 288, qui vous informe également sur les possibilités de partenariats et de commanditaires.

40. CORPORATION DES SAJE MAURICIE-BOIS-FRANCS. *Le plan marketing*.

Étude de marché

Utilité du produit/service

1) Ce produit/service que nous offrons correspond-il à un besoin pour vous?

Oui Non Plus ou moins

2) Utilisez-vous déjà un produit/service de ce genre?

Oui Non Plus ou moins

3) Y a-t-il d'autres personnes dans votre famille qui utilisent ce produit/service?

Si oui, combien?

Ami(e) Père Mère

Frère Sœur Autre

Attrait du produit/service

4) Aimez-vous le produit/service que nous vous offrons?

Oui Non Plus ou moins

5) Voyez-vous des améliorations que nous pourrions apporter à ce produit/service?

Oui Non Plus ou moins

Si oui, lesquelles?

Étude de marché

Intention d'achat et prix

6) Achèteriez-vous notre produit/service?

- Oui Non Plus ou moins

7) Quel prix seriez-vous prêt à payer pour notre produit/service?

- Entre 1 \$ et 2 \$ Entre 2 \$ et 5 \$
 Entre _____ \$ et _____ \$

Identification du répondant8) Sexe : Masculin Féminin

9) Quel est votre groupe d'âge?

- Moins de 15 ans De 15 à 20 ans De 20 à 30 ans
 De 30 à 40 ans 40 ans et plus

10) Quelle est votre occupation?

- Étudiant
 Étudiant avec emploi à temps partiel
 Travail à la maison et éducation des enfants
 Emploi salarié _____
(Genre d'emploi)
 Professionnel/travailleur autonome _____
(Profession ou genre de travail)
 Retraité
 Autre _____

Compilation des résultats de l'étude de marché

Échantillon

Nombre total de personnes questionnées : _____

Résultats de l'enquête

Notre produit/service correspond à un besoin pour _____ % de ces gens.

Le produit/service est déjà utilisé par _____ % de ces gens.

Notre produit/service (amélioré) serait apprécié par _____ % de ces gens.

Notre produit/service serait utilisé par _____ % de ces gens.

Le prix que ces gens paieraient pour notre produit/service serait de _____ \$.

Acheteurs potentiels (profil)

Sexe : _____ Âge : _____

Autres caractéristiques : _____

Marché potentiel

Nombre approximatif de clients potentiels sur notre territoire : _____
(selon le profil établi)

Nombre de personnes que nous prévoyons desservir : _____
(selon nos prévisions)

Pourcentage que représentent ces personnes par rapport aux clients potentiels sur notre territoire : _____ %

Conclusion

D'après les résultats obtenus par notre enquête, nous pouvons dire que le pourcentage de gens réellement disposés à se procurer notre produit/service correspond à celui de notre marché potentiel.

Oui Non Incertain

Il nous semble donc possible de pouvoir offrir _____ unités de notre produit/service.

Le prix que les gens sont prêts à payer pour notre produit/service permettrait à notre **Jeune COOP** de couvrir ses dépenses et d'être rentable.

Oui Non Incertain

À la lumière de notre étude de marché, il nous semble convenable de fixer notre prix à _____ \$.

Le coût de production et le prix de vente doivent avoir été déterminés avant de procéder à l'étude de marché, puisqu'elle vise à valider, auprès d'acheteurs potentiels, l'intérêt pour le produit/service, mais également la sensibilité par rapport au prix de vente.

Guide d'information sur la promotion et la publicité

Cette section suggère des pistes de réflexion et d'actions stratégiques vous permettant d'optimiser le succès de vos activités, car la promotion et la publicité, en plus d'informer, favorisent la création de partenariats et offrent une visibilité à des commanditaires.

La promotion et la publicité

Qui devez-vous joindre?

On pense souvent à tort qu'il est possible de joindre « tout le monde ». Malheureusement, c'est impossible et une réflexion est nécessaire avant d'entreprendre toute démarche de promotion pour une activité ou de publicité pour la vente d'un produit ou d'un service.

Pour guider votre réflexion, ces questions peuvent vous servir de point de départ et vous permettre de cibler les groupes de clients potentiels, les possibilités de partenariats ou de commandites ou encore vous permettre de connaître les besoins spécifiques des différents groupes de votre entourage.

Dans votre école et votre entourage, y a-t-il :

- Une coopérative en milieu scolaire?
- Une association étudiante ou un conseil étudiant?
- Des Jeunes entreprises (JE)?
- Une caisse étudiante?
- Une radio étudiante?
- Un journal étudiant?
- Des coopératives de différents secteurs d'activité?
- Une Maison de jeunes?
- Un site Internet fréquenté par les élèves ou les professeurs?
- Une troupe de théâtre?
- Un groupe environnemental?
- Des équipes sportives?
- Un groupe de pastorale?
- Une harmonie musicale?

Après avoir répondu à ces questions, vous serez en mesure de déterminer les différents publics qui composent votre institution ou votre entourage et pourrez réfléchir à ceux que vous désirez atteindre, aux besoins de ces groupes et choisir les meilleurs outils pour les joindre.

Guide d'information sur la promotion et la publicité

Comment joindre vos publics cibles?

En promotion ou en publicité, certains éléments restent des classiques. Cependant, votre imagination viendra faire toute la différence dans la stratégie que vous développerez. Pensez intérêts communs, car qui se ressemble s'assemble!

Voici des exemples d'outils et de moyens à utiliser pour joindre vos différents publics :

Outils

- des affiches, des dépliants, un site Internet;
- des tracts (petits feuillets annonçant la tenue d'activités);
- des *teasers* (sans vendre votre « punch », annoncez par des affiches qu'un événement aura lieu);
- une banderole;
- un porte-parole (trouvez une personne influente dans l'école pour vous représenter).

Moyens

- la radio étudiante (passez une publicité ou faites une intervention dans la programmation);
- le journal étudiant (annoncez votre activité en écrivant un article);
- une tournée des classes (faites un rappel, un « blitz » promotionnel avant la tenue de l'activité);
- une tournée des groupes organisés d'étudiants;
- par Internet (envoyez des messages par courrier électronique);
- par affichage sur les babillards de l'école.

Comment financer les activités?

Trois moyens principaux s'offrent à vous pour financer vos activités.

1. Les partenariats

Il est toujours plus simple de vendre des idées à des personnes qui partagent les mêmes intérêts que soi. Le partenariat vous permet non seulement de vivre une expérience de coopération, mais aussi d'atteindre vos objectifs beaucoup plus facilement que si vous demeuriez seul.

Avantages du partenariat :

- Le partenaire, en s'associant à vous, collabore à l'organisation de l'événement et à sa réussite en partageant les frais et les risques.
- Il intéresse ses réseaux à votre activité et vous profitez d'une visibilité accrue, ce qui augmente le taux de participation.

En bref, le partenariat, c'est une relation à risques partagés, où le partenaire et vous bénéficiez d'une relation égale et profitable, car vous atteignez des résultats partagés en répondant à vos besoins.

Guide d'information sur la promotion et la publicité

La caisse Desjardins pourrait, par exemple, collaborer au lancement officiel de votre **Jeune COOP**. Ainsi elle prendrait en charge les communications avec les médias et les invitations auprès des coopératives de votre région tandis que vous pourriez vous occuper de l'accueil et du goûter.

2. Les commandites

La commandite est un autre moyen d'aller chercher des appuis en vue de réaliser un événement ou une activité de promotion. La différence avec le partenariat, c'est que la logistique et les risques n'incombent pas au commanditaire. La relation se limite à un investissement financier.

Il faut comprendre qu'une entreprise qui vous donne une commandite attend en retour une certaine forme de visibilité. Par exemple, une banderole placée dans un endroit stratégique ou tout simplement un logo sur vos documents officiels.

Le meilleur moyen d'aller chercher des commanditaires, c'est d'agir à titre de représentant pour votre événement.

- Tout d'abord, envoyez-leur une lettre de demande de commandite accompagnée de votre plan de visibilité.
- Par la suite, prenez le temps d'aller rencontrer les gens que vous avez sollicités. Prenez rendez-vous et soyez ponctuel. Soyez clair et précis dans ce que vous demandez. Faites-vous un plan de rencontre avant de partir incluant tous les avantages pour l'entreprise de faire affaire avec vous!
- À la suite d'une rencontre, assurez un suivi par téléphone, télécopieur ou courriel, et remerciez la personne qui vous a accordé du temps. C'est un bon moyen de ne pas vous faire oublier!
- À la suite de l'activité, en prévision de la prochaine année, vous pouvez également rédiger une lettre de remerciements de commandite. Cette dernière permet d'assurer un suivi et d'établir un bilan de l'activité. Le tout dans un but simple : recommencer l'expérience dans l'avenir.

Pour vous aider dans l'élaboration d'une lettre et d'un plan de commandite, nous vous présentons un modèle de chacun de ces outils aux pages 281 et 283.

3. Une solution de remplacement : l'échange

À défaut de partenariats ou de commandites financières, une option intéressante demeure l'échange (une forme de commandite en produits ou en services). Sans nécessairement recevoir un montant d'argent, vous bénéficiez de produits ou de services pour agrémenter votre événement.

Par exemple, pour attirer des gens à une conférence, vous pouvez convaincre un restaurant d'offrir une collation santé gratuitement en échange d'une banderole présentant le restaurant sur le lieu de l'activité.

Si vous êtes à cours d'arguments dans la négociation d'une commandite, c'est là que l'échange peut être proposé. Mais ayez une idée des produits ou des services que vous aimeriez obtenir et à quoi ils pourraient servir.

Lettre type - Demande de commandite

Date

Nom du destinataire

Fonction

Organisation

1234, Sa Rue

Sa ville (Québec) H0H 0H0

Objet : Demande de commandite

Monsieur/Madame X,

Le premier paragraphe sert à vous présenter en tant qu'organisation, à faire état de votre mission et de votre champ d'activité.

Par la suite, présentez de façon alléchante l'événement pour lequel vous faites cette démarche en mentionnant la date, la durée et l'endroit où il se tiendra. Parlez du nombre de participants prévu, des partenaires officiels et des activités qui s'y dérouleront.

Dites les raisons pour lesquelles vous êtes intéressé par l'organisation en titre et ce qu'une association avec votre événement pourrait lui apporter comme avantages.

Ensuite, indiquez de quel ordre (\$) est l'appui financier demandé et citez globalement les fins pour lesquelles ce montant sera destiné.

Indiquez qu'en annexe se trouve une offre de visibilité exposant les différentes possibilités offertes par une association avec votre événement.

En conclusion, signalez que vous demeurez disponible pour une éventuelle rencontre ou une conversation téléphonique afin de fournir de plus amples informations. N'oubliez pas de soumettre une date à laquelle vous désirez une réponse.

Offrez les salutations d'usage. (*Je vous prie d'agréer l'expression de mes sentiments distingués.*)

Signature

p. j. Offre de visibilité

Plan de commandite – Offre de visibilité

L'important, lorsqu'on élabore un plan de visibilité, est de démontrer les moyens de promotion utilisés qui permettront au commanditaire d'être vu. L'entreprise doit fournir son matériel promotionnel, mais si vous devez le produire, augmentez les coûts en conséquence.

Plan or : Votre investissement 1000 \$

Éléments de visibilité	Cibles stratégiques
Affiches 18" X 24" (20)	Présentes dans toutes les salles de classe
Tracts (1500)	Distribués à tous les étudiants Ex. : 1500 tracts pour les 1500 étudiants de l'école
Site Internet de l'école	Visité par les professeurs et les étudiants Ex. : 45 professeurs et 1500 étudiants
Banderoles (4)	Installées à divers endroits (nommez-les)

Pour 1000 \$, vous bénéficiez d'une visibilité sur chacun de ces supports.

Plan argent : Votre investissement 650 \$

Éléments de visibilité	Cibles stratégiques
Affiches 18" X 24" (20)	Présentes dans toutes les salles de classe
Banderoles (4)	Installées à divers endroits (nommez-les)

Pour 650 \$, vous bénéficiez d'une visibilité sur chacun de ces supports.

Outils de gestion

Marketing
(volets 1 et 2)

Plan de commandite – Offre de visibilité

Plan bronze : Investissement à votre discrétion

Éléments de visibilité		Cibles stratégiques
Affiches 18" X 24" (20)	400 \$	Présentes dans toutes les salles de classe
Site Internet de l'école	350 \$	Visité par les professeurs et les étudiants Ex. : 45 professeurs et 1500 étudiants
Tracts (1500)	300 \$	Distribués à tous les étudiants Ex. : 1500 tracts pour les 1500 étudiants de l'école
Banderoles (4)	300 \$	Installées à divers endroits (nommez-les)

Choisissez le ou les supports de promotion sur lesquels vous voulez voir votre logo apparaître selon vos possibilités et votre budget.

Comment communiquer avec les médias?

Communication

La communication doit être organisée en fonction de vos nécessités et de votre budget. Pour des activités dans votre institution, les médias étudiants (journal, radio, courriel) sont peu coûteux et donnent de bons résultats. Évidemment, le bouche à oreille reste la forme de communication la moins coûteuse, la plus facile et la plus efficace.

Pour une activité d'envergure, les communications externes, c'est-à-dire celles avec les médias locaux tels que journaux ou radios, revêtent une grande importance dans la diffusion de votre message. Jumelée aux activités de promotion, cette visibilité médiatique apporte une tribune et une fenêtre d'exposition supplémentaires à votre activité ainsi qu'aux commanditaires et partenaires qui y sont associés.

Le communiqué de presse demeure l'approche par excellence pour piquer la curiosité des médias à moindre coût. Par contre, il vous incombe d'utiliser les bons mots et la bonne formule pour réussir à susciter leur intérêt. Le communiqué doit énoncer une nouvelle susceptible d'intéresser la population et est spécifiquement destiné à l'intention des médias en vue d'une publication ou d'une diffusion.

Importante différence

Publicité = visibilité pour l'entreprise ou le produit ou le service en échange d'argent.
Personne-ressource dans le média : vendeur, conseiller publicitaire.

Communiqué = visibilité pour une entreprise ou un produit ou le service dans un article (sans frais).
Personne-ressource dans le média : journaliste, rédacteur.

Plusieurs commissions scolaires ont une personne-ressource spécialiste des relations de presse. Demandez-lui son soutien!

Le communiqué de presse⁴¹

Voici quatre points importants pour le communiqué.

1. Les qualités du communiqué

L'intérêt de la nouvelle, sa qualité de rédaction, sa brièveté, l'exactitude des renseignements et, bien sûr, un titre accrocheur.

2. Les types de communiqués

Voici deux suggestions :

- Le communiqué annonce. Il indique la tenue d'une activité et vise à ce que les médias annoncent et couvrent l'événement pour inciter le public à y participer (exemple en page 287).

41. DAGENAIS, Bernard (1990). *Le communiqué ou L'art de faire parler de soi*, Outremont, VLB, 166 p.

Comment communiquer avec les médias?

- Le communiqué invitation. Comme son nom l'indique, il invite les médias à un événement donné pendant lequel se déroule une activité d'importance, que vous voulez promouvoir. Par exemple, la remise de fonds amassés lors d'une activité (exemple en page 288)

3. Les règles du communiqué

Oubliez le style traditionnel de rédaction où vous commencez par l'introduction et terminez par la conclusion. Le communiqué change les règles, puisque vous avez à révéler votre « punch » dès le début, donc on inverse tout.

Qui? Quoi? Où? Quand? Pourquoi? Comment?

Ces questions auxquelles vous devez répondre vous permettront de faire le plan de votre communiqué et d'aller chercher tous les éléments nécessaires pour le rendre attrayant!

Caractéristiques des différentes parties d'un bon communiqué

- Le titre : accrocheur, il vous permet de faire bonne impression et d'attirer l'attention.
- Le préambule (*lead*) : contient les éléments essentiels au message. C'est le résumé de la nouvelle, ce qui captera l'intérêt des journalistes. On répond succinctement aux six questions de bases d'un communiqué : Qui? Quoi? Où? Quand? Pourquoi? Comment?
- Le corps du texte : ici interviendront les éléments secondaires qui supportent la nouvelle. On définit plus en profondeur les six questions du préambule. Les paragraphes suivant le préambule sont courts et comportent **une idée par paragraphe**. Pour le dernier paragraphe, vous pouvez composer une brève description de votre entreprise et indiquer votre adresse Internet.
- Le -30- : en tout temps, le communiqué se termine par le chiffre -30-. Cette convention journalistique signifie la fin du communiqué. Tout ce qui est écrit après ce chiffre ne doit pas être publié.
- La source : il s'agit d'inscrire le nom de la personne qui a rédigé le communiqué et d'indiquer les coordonnées de la ou des personnes à contacter pour des renseignements supplémentaires.

4. La diffusion du communiqué

En ce qui vous concerne, vous aurez à contacter les médias locaux (hebdomadaires régionaux, télévision communautaire, radio communautaire). Ils offrent souvent une bonne visibilité aux événements régionaux. La liste de presse de votre association étudiante peut s'avérer d'une aide précieuse dans la recherche de vos contacts.

Pour la diffusion de votre communiqué, pensez au journal de votre ville ou encore à votre journal étudiant. Ces derniers peuvent être une excellente fenêtre pour votre événement.

Comment communiquer avec les médias?

Envoyez votre communiqué quelques jours à l'avance, question de laisser aux journalistes le temps de planifier le tout à leur agenda. Assurez-vous que la source mentionnée au bas du communiqué sera disponible pour répondre aux éventuels appels des journalistes. De plus, privilégiez l'envoi du communiqué par télécopieur. C'est plus rapide et moins coûteux!

Communiqué – Type annonce

Pour diffusion immédiate

Communiqué de presse

Semaine de la relève coopérative 2008

Un carrefour de la coopération dans le cadre du
13^e anniversaire de la Semaine de la relève coopérative!

Québec, le 18 février 2008 – Dans le cadre du 13^e anniversaire de la Semaine de la relève coopérative, les membres de la **Jeune COOP X** sont fiers d'inviter tous les étudiants à un carrefour de la coopération qui aura lieu le jeudi 21 février 2008 de 8 h 30 à 16 h 30 à l'école X.

Plusieurs coopératives de la région X seront présentes pour faire découvrir ou redécouvrir aux étudiants leurs produits. De plus, M. X, entrepreneur engagé de la coopérative X, fera une conférence sur son expérience de démarrage d'une entreprise différente : une entreprise coopérative.

Pour la troisième année consécutive, la Coopérative X participe activement à la Semaine de la relève coopérative et contribue à faire connaître la coopération et les coopératives aux jeunes. D'ailleurs, durant la semaine, une pause choco/café équitable sera aussi organisée dans le but d'atteindre l'objectif de sensibilisation à la coopération.

Ces activités d'intercoopération sont une initiative de la **Jeune COOP** de l'école X, en collaboration avec le conseil étudiant de l'école X, la Coopérative du Cégep X, la caisse Desjardins X et la Coopérative de développement régional X.

- 30 -

Source : Nom de l'étudiant ayant rédigé le communiqué

Pour information : Nom de la personne à joindre
Titre de la personne (facultatif)
Coordonnées (n° de téléphone et/ou de télécopieur
et/ou courriel)

Communiqué – Type invitation

Pour diffusion immédiate

Invitation à la presse

À l'intention des directeurs et directrices de l'information

Québec, le 18 février 2008 – La présidente de la **Jeune COOP X**, Mme Y, est heureuse de vous inviter au gala de reconnaissance étudiante des élèves de l'école secondaire X dans le cadre de la Semaine de la relève coopérative 2008. La programmation des activités de la Semaine y sera présentée et un goûter de produits fabriqués par des coopératives de notre région sera offert gratuitement.

Objet : Invitation à un goûter de produits coopératifs régionaux dans le cadre du lancement officiel des festivités de la Semaine de la relève coopérative 2008.

Date : Le lundi 18 février 2008

Heure : 12 h à 12 h 45

Lieu : Salle X, École secondaire X
Coordonnées

*Donner des informations sur le stationnement et sur la façon de s'y rendre (au besoin).
Ex. : Stationnement disponible dans la section A2.*

- 30 -

Source : Nom de l'étudiant ayant rédigé le communiqué

Pour information : Nom de la personne à joindre
Titre de la personne (facultatif)
Coordonnées (n° de téléphone
et/ou de télécopieur et/ou courriel)

Outils de gestion

Échéancier

Production
(volets 1 et 2)

Notre comité est :

Les membres de ce comité sont :

Les tâches à réaliser	Le ou les responsables	L'échéancier

Un tableau pour planifier

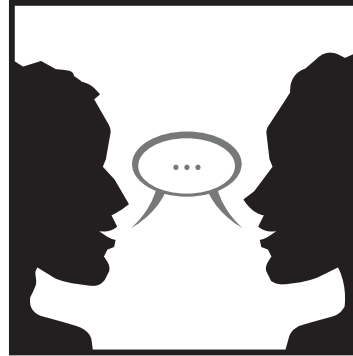
Idée retenue (période de l'année)	De quoi avons-nous besoin pour réaliser cette idée?	De combien ça coûte pour réaliser cette idée?	Combien de temps avons-nous besoin pour la réaliser?	Quand et où pouvons-nous la réaliser?	Quelles démarches devons-nous entreprendre?

Répertoire de stratégies de résolution de conflits⁴²

Proposer ou utiliser une des stratégies proposées pour améliorer la gestion des conflits.

La négociation

Faire des compromis afin d'arriver à un consensus.



La médiation

Demander l'aide d'une troisième personne, qui est neutre par rapport au conflit, pour faciliter la communication entre les deux personnes.



« Je »

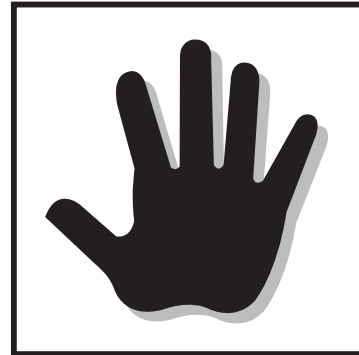
Utiliser le « je » au lieu du « tu » pour s'exprimer.



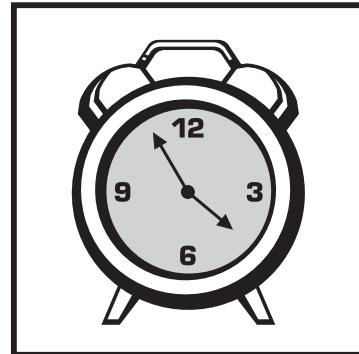
42. Tiré du CONSEIL DE LA COOPÉRATION DU QUÉBEC (2003). *Ensemble vers la réussite : Démarche d'initiation à la coopération*, Lévis, Conseil de la coopération du Québec, p. 29-31.

Répertoire de stratégies de résolution
de conflits**La renonciation**

Laisser tomber une situation
qui ne peut être réglée ou qui
n'en vaut pas la peine.

**L'ajournement**

Prendre le temps de se calmer avant
de tenter de résoudre le conflit.

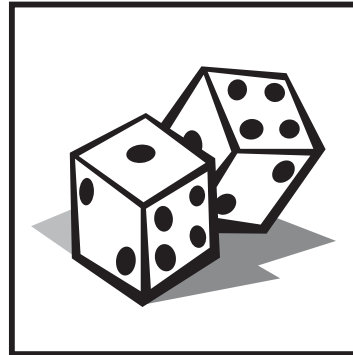
**L'écoute**

Prendre le temps d'écouter
l'autre et de le comprendre.

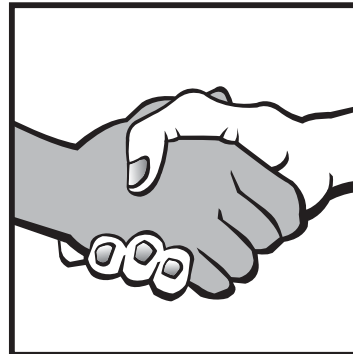


Répertoire de stratégies de résolution
de conflits**L'alternance**

Chacun son tour. Tirer au sort pour savoir qui sera le premier.

**L'excuse**

Reconnaître ses torts et s'excuser.



Outils de gestion

Ressources humaines
(volets 1 et 2)Registre des présences aux rencontres
de travail ou du conseil d'administration

Nom de la Jeune COOP : _____

Présences aux rencontres

Date de la rencontre : _____ Type de la rencontre : _____

Nom du membre	Présent	Absent	Appréciation personnelle du membre sur sa participation	Initiales du membre

Date de la rencontre : _____ Type de la rencontre : _____

Nom du membre	Présent	Absent	Appréciation personnelle du membre sur sa participation	Initiales du membre

Outils d'évaluation (volets 1 et 2)

Grille d'évaluation d'une rencontre de travail (ou du conseil d'administration)

Utilisez cet outil périodiquement pour valider le bon fonctionnement des rencontres et pour favoriser un climat de travail positif. Vous n'avez pas à reproduire toutes les questions nécessairement chaque fois.

1) Comment s'est déroulée la rencontre d'aujourd'hui?

2) Avons-nous respecté les règles de fonctionnement que nous nous étions données?

3) Est-ce que j'ai exprimé mon opinion (comme je le souhaitais)? Sinon, qu'est-ce qui m'en a empêché?

4) Est-ce que je suis satisfait des résultats obtenus grâce à cette rencontre de travail?

5) Qu'est-ce que j'ai trouvé le plus difficile?

6) Qu'est-ce que j'ai trouvé le plus facile?

Outils d'évaluation (volets 1 et 2)

Rencontre bilan

Cette étape permet aux participants de discuter de leur expérience et de préparer l'étape finale, celle de la rédaction du bilan de fin d'année ou rapport annuel.

Ces questions peuvent servir de guide pour le déroulement de la rencontre bilan.

1) Quels étaient les objectifs que nous nous étions fixés au départ?

2) Avons-nous atteint ces objectifs? Avons-nous réalisé les activités que nous avons planifiées?

3) Qu'avons-nous appris au plan personnel et au plan collectif?

4) Qu'est-ce qui a fonctionné? Qu'est-ce qui n'a pas fonctionné?

5) Et si c'était à refaire?

Outils d'évaluation (volets 1 et 2)

Bilan de fin d'année

Adaptation du rapport annuel traditionnel de l'entreprise coopérative, le bilan de fin d'année met en lumière les aspects qualitatifs et quantitatifs réalisés au courant de l'année, comprenant une section sur la possibilité de ristourne au milieu pour favoriser la mise sur pied de futures **Jeune COOP** dans l'école. Le bilan de fin d'année peut être rédigé selon ce modèle :

Avant-propos

- Quelle est la raison d'être de la mise sur pied d'une **Jeune COOP**?
- Quel est le projet collectif poursuivi?
- Pourquoi avoir choisi d'utiliser cette façon de faire pour réaliser un projet collectif?
- Globalement, est-ce que l'objectif a été atteint?
- Quels apprentissages les participants ont-ils faits?
- L'apport de professionnels pour soutenir le projet est-il un facteur de succès?

Organisation de la Jeune COOP

- Qui sont les participants?
- Quelle a été leur participation?
- Quelle est leur appréciation de l'expérience?
- Comment se partageaient-ils les responsabilités?
- Quelles fonctions occupaient les jeunes?
- Quelles difficultés l'équipe a-t-elle surmontées et comment?
(Utiliser les informations présentées dans les procès-verbaux des réunions.)

Bilan du comité production

- Quelles activités liées à la production ont été réalisées?
- Quelles difficultés l'équipe a-t-elle surmontées et comment?
- Est-ce que les objectifs poursuivis ont été atteints (nombre d'unités produites ou de services rendus)?
(Utiliser les informations présentées dans les procès-verbaux des réunions.)

Bilan du comité marketing

- Quel était le marché visé?
- A-t-on réalisé une étude de marché?
- Y a-t-il eu formation à la vente?
- Quels étaient les objectifs de vente?
- Quelles stratégies de vente ont été utilisées?
- Des activités promotionnelles ont-elles été conçues?
- A-t-on établi des partenariats avec des organismes, des entreprises ou des coopératives de la région?
- A-t-on fait des relations de presse (communiqués, articles à insérer en annexe)?
- Quelles difficultés l'équipe a-t-elle surmontées et comment?
(Utiliser les informations présentées dans les procès-verbaux des réunions.)

Outils d'évaluation (volets 1 et 2)

Bilan de fin d'année

Bilan du comité comptabilité

- Quelle était l'évaluation des besoins financiers de départ?
- Comment s'établissaient les prévisions?
- Quels ont été les résultats obtenus?
- Comment s'est fait le contrôle budgétaire?
- Quelles difficultés l'équipe a-t-elle surmontées et comment?
- Quel a été le chiffre d'affaires total et a-t-il permis de réaliser le projet souhaité?
- Reste-t-il des sommes non utilisées?
- Une contribution dans le milieu est-elle prévue pour assurer la poursuite des projets **Jeune COOP** à l'école? (Fortement recommandé mais non obligatoire.)

Remerciements

Il y a sûrement des gens qui ont aidé la **Jeune COOP** et ses membres de façon particulière (conseillers, direction ou personnel scolaire, enseignants, bénévoles, etc.). C'est l'occasion de les remercier officiellement.

Mot des conseillers, bénévoles, enseignants engagés auprès des participants (facultatif)

- Quelle est leur appréciation de leur expérience?
- Comment voient-ils l'effort, l'évolution et les réalisations des participants à la **Jeune COOP**?

États financiers

Présentation de l'état des revenus et des dépenses de fin de projet pour démontrer le succès des opérations.

La distribution

Une copie de ce bilan de fin d'année devrait être remise à tous les participants et à toutes les personnes engagées de près ou de loin dans le projet **Jeune COOP** (conseillers, bénévoles, spécialistes en provenance d'une coopérative, commanditaires, etc.).

Il serait intéressant d'organiser une rencontre de fin d'année pour en faire la présentation officielle (ouverture et fin par la présidence, bilan de comité par chacune des vice-présidences). Profitez de l'occasion pour remercier publiquement vos partenaires et, pourquoi pas, remettre ou annoncer l'octroi d'une contribution au milieu pour les projets de l'année suivante? Vous pourriez même envoyer un communiqué de presse pour souligner l'événement et inviter les médias locaux.

Guide des administrateurs (volets 1 et 2)

Plan d'affaires



Plan d'affaires de

(Nom de la **Jeune COOP**)

(Adresse où est situé le siège social de la **Jeune COOP**)

Une **Jeune COOP** volet 1 ou volet 2 inspirée du modèle de coopérative suivant :

- coopérative de travailleurs
- coopérative de solidarité
- coopérative de consommateurs

Guide des administrateurs (volets 1 et 2)

Plan d'affaires

Description du projet

- La description du projet doit permettre de bien saisir à qui s'adresse le projet et le but visé par celui-ci.

Lieu de réalisation du projet

- Le lieu de réalisation doit contenir le nom de l'école, de la ville et de tous les endroits où le projet aura lieu.

Description du produit ou du service

- Cet élément doit contenir la description du produit ou du service (matériaux utilisés, formes, couleurs) et toutes les étapes de fabrication.

(Cette partie doit être réalisée par le comité de production.)

Guide des administrateurs (volets 1 et 2)

Plan d'affaires

Retombées dans le milieu

- Le plan d'affaires doit préciser le type et l'ampleur des effets bénéfiques attendus pour le milieu. Montrez comment la réalisation de votre projet va améliorer les conditions de vie du milieu. Exemple : une meilleure accessibilité au produit pour les élèves de l'école, l'amélioration des conditions de vie des adolescents, etc.

Présentation des promoteurs

- La présentation des promoteurs comprend les éléments suivants : une description de l'ensemble du groupe, le nombre de personnes membres de la **Jeune COOP**, l'âge, le milieu et l'école, la liste de tous les membres avec leur titre ainsi que le curriculum vitae de chacun (en annexe).

(Cette partie doit être réalisée par le comité ressources humaines.)

Guide des administrateurs (volets 1 et 2)

Plan d'affaires

Partenaires du projet

- Il est très important de mentionner les partenaires impliqués dans le projet. Par exemple, l'épicier du coin qui participe à la vente de vos produits, les entreprises qui vous prêtent de l'équipement, les commanditaires, les conseillers et les entreprises pour qui ils œuvrent, etc.

Plan marketing

- Le plan marketing doit préciser toutes les étapes et les stratégies de mise en marché. À l'intérieur de celui-ci, vous pourrez présenter les résultats de l'étude de marché, décrire les avantages concurrentiels de votre produit ou de votre service, présenter le prix, l'endroit de distribution et les moyens de promotion que vous utiliserez pour faire connaître votre produit ou votre service. Vous pouvez, s'il y a lieu, inclure un modèle de vos affiches promotionnelles, présenter votre slogan.

(Cette partie doit être réalisée par le comité de marketing.)

Guide des administrateurs (volets 1 et 2)

Plan d'affaires

Annexe

- En annexe au plan d'affaires : Vous devez joindre vos statuts, vos règlements et les curriculum vitae des promoteurs. Vous pouvez aussi mettre des photographies de votre produit, le questionnaire utilisé lors de l'étude de marché ou toute autre information que vous jugez pertinente.

Guide des administrateurs (volets 1 et 2)

Statuts d'accréditation

1. Dénomination sociale
(Nom de la Jeune COOP)
2. Adresse
(Adresse où est situé le siège social de la Jeune COOP)
3. Objet de la Jeune COOP
<p>Jeune COOP <input type="checkbox"/> volet 1 ou <input type="checkbox"/> volet 2</p> <p>inspirée du modèle de coopérative suivant : <input type="checkbox"/> coopérative de travailleurs <input type="checkbox"/> coopérative de solidarité <input type="checkbox"/> coopérative de consommateurs</p> <p>pour exploiter une entreprise en vue de procurer à ses membres :</p>
(Tel bien, tel service ou tel travail)
dans le domaine de : _____
(Secteur de consommation, de production ou d'emploi)
4. Territoire ou groupe de recrutement des membres
(Région, localité et/ou groupe de personnes)
5. Agent de promotion de l'entrepreneuriat collectif jeunesse appuyant le projet
(Prénom et nom)
6. Agent de sensibilisation à l'entrepreneuriat jeunesse appuyant le projet
(Prénom et nom)

Guide des administrateurs (volets 1 et 2)

Requête et avis devant accompagner les statuts

Nous soussignés, fondateurs de la Jeune COOP ci-dessous nommée,
(Nom de la Jeune COOP)
demandons au Conseil québécois de la coopération et de la mutualité l'accréditation de cette Jeune COOP et donnons avis que la personne désignée comme secrétaire provisoire est :
(Prénom et nom)
que le mode et le délai de convocation de l'assemblée d'organisation sont les suivants :
mode : _____ délai : _____ (Téléphone, courriel, affichage, etc.) (Nombre de jours avant l'assemblée)
que l'adresse du siège social de la Jeune COOP dont l'accréditation est demandée est :
(Adresse)
Date : _____
Signature : _____

Guide des administrateurs (volets 1 et 2)

Règlement de régie interne

Nom de la **Jeune COOP** : _____

Règlement I - But

La présente coopérative fait partie du programme **Jeune COOP**, dont l'objectif est de créer une entreprise collective dans le but de répondre à des besoins collectifs permanents. Cette **Jeune COOP** permet de familiariser les jeunes et les autres promoteurs engagés à la gestion démocratique et à l'entrepreneuriat coopératif. Cette **Jeune COOP** n'est pas légalement constituée, mais elle est accréditée par le Conseil québécois de la coopération et de la mutualité et sera administrée selon les règles de fonctionnement des coopératives :

- participation des membres;
- administration par les membres;
- propriété aux membres et partage des résultats;
- éducation des membres à la coopération.

Amendement(s) :

Approuvé(s).

Règlement II - Adhésion

Les membres fondateurs de la **Jeune COOP** sont les jeunes et les adultes qui forment un groupe de promoteurs pour créer la **Jeune COOP** et demander son accréditation auprès du Conseil québécois de la coopération et de la mutualité.

Les autres membres sont recrutés sur le territoire de la **Jeune COOP**.

Chacun doit souscrire une part sociale. Ce faisant, les membres s'engagent à participer à l'objet de leur **Jeune COOP** et en respecter les règlements.

Amendement(s) :

Approuvé(s).

Guide des administrateurs (volets 1 et 2)

Règlement de régie interne

Règlement III - Type de membres

Les membres utilisateurs sont les personnes ou les sociétés qui utilisent les services de la **Jeune COOP** (ou qui se procurent les produits de la **Jeune COOP**). L'avantage coopératif recherché par ces membres est la présence d'un produit ou d'un service qui répond à leurs besoins et à leurs moyens financiers et la possibilité de participer à la gestion de leur entreprise.

Les membres travailleurs sont les personnes qui effectuent tout genre de travail pour la **Jeune COOP** (employés). L'avantage coopératif recherché par ces membres est le travail (rémunéré ou bénévole) dans un environnement de gestion démocratique et la possibilité de participer à la gestion de leur entreprise.

Les membres de soutien sont les personnes ou les sociétés qui ont un intérêt économique ou social dans l'atteinte de l'objectif de la **Jeune COOP**.

Amendement(s) :

Approuvé(s).

Règlement IV - Capital social

Le capital social de la **Jeune COOP** est composé de toutes les parts sociales souscrites par les différentes catégories de membres et sur lesquelles aucun intérêt n'est versé.

Amendement(s) :

Approuvé(s).

Règlement V - Parts sociales

Les parts sociales sont fixées à _____ \$. Chaque membre ne peut détenir plus d'une part sociale.

Pour devenir membre, toute personne ou société doit souscrire le nombre de parts de qualification correspondant à la catégorie de membres à laquelle elle appartient, soit :

- membres utilisateurs, une part de _____ \$;
- membres travailleurs, une part de _____ \$;
- membres de soutien, vingt parts de _____ \$.

Guide des administrateurs (volets 1 et 2)

Règlement de régie interne

Un certificat de part sociale (ou une carte de membre) sera émis au nom du membre lors de la souscription. La propriété de la part sociale ne peut être transférée.

Amendement(s) :

Approuvé(s).

Règlement VI - Remboursement des parts sociales

Le remboursement des parts sociales s'effectuera en cas de départ volontaire du membre si celui-ci en fait la demande.

Amendement(s) :

Approuvé(s).

Règlement VII - Organisation et responsabilités

Les membres doivent soutenir leur **Jeune COOP** et la **Jeune COOP** doit s'assurer qu'elle répond bien à ses objectifs tels qu'ils sont définis dans ses statuts.

Les membres de la **Jeune COOP**, convoqués en assemblée, forment l'assemblée générale. Les membres présents à l'assemblée générale en constituent le quorum, c'est-à-dire, le nombre minimum pour tenir une assemblée.

Les membres présents en assemblée générale élisent leurs représentants qui formeront le conseil d'administration de la **Jeune COOP**. Ces membres élus sont les administrateurs de la **Jeune COOP**.

Le conseil d'administration se compose de _____ administrateurs.

Les catégories de membres se répartissent de la façon suivante :

- nombre de membres utilisateurs : _____;
- nombre de membres travailleurs : _____;
- nombre de membres de soutien : _____.

La durée du mandat des administrateurs est de _____.

Le conseil d'administration administre les affaires de la **Jeune COOP**. Les décisions du conseil d'administration sont prises à la majorité des voix exprimées par les administrateurs présents. En cas de partage des voix, le président a une voix prépondérante.

Guide des administrateurs (volets 1 et 2)

Règlement de régie interne

Le conseil d'administration élit parmi ses membres les membres de la direction suivants :

- Un président, qui représente la **Jeune COOP** et en est le porte-parole; prépare et préside les réunions du conseil d'administration et les assemblées générales des membres, et s'assure de l'exécution des décisions qui y sont prises; voit au respect des règlements; signe les documents officiels de la **Jeune COOP** et cosigne les chèques avec le trésorier.
- Un vice-président, qui, conjointement avec le président, est responsable de la gestion de projet; assiste le président et le remplace en cas d'absence.
- Un secrétaire, qui tient les registres de la **Jeune COOP**; conserve les documents importants (statuts et règlements, registre des membres, procès-verbaux, etc.); convoque les réunions et avise les membres, prépare l'ordre du jour et dresse les procès-verbaux des réunions du conseil d'administration et des assemblées générales des membres.
- Un trésorier, qui tient les livres et registres financiers de la **Jeune COOP**; conserve les valeurs et les pièces justificatives; a la garde de l'encaisse et des autres actifs encaissables; cosigne les chèques avec le président; assure le suivi des revenus et des dépenses; prépare les états financiers de la **Jeune COOP**.

Le conseil d'administration approuve aussi les élections des directeurs suivants :

- Un directeur général, un directeur de production, un directeur du marketing, un directeur des finances et un directeur des ressources humaines. Ceux-ci veillent à la mise en œuvre des décisions du conseil d'administration et à la bonne participation de chacun et rendent compte de leur gestion au conseil d'administration.

Le président et/ou le secrétaire et le trésorier sont les personnes habilitées à signer au nom de la **Jeune COOP** dans le cas des opérations financières. Leur mandat couvre normalement la durée du projet.

Le conseil d'administration présente un rapport annuel des activités (bilan de fin d'année) de la **Jeune COOP** à la fin de son exercice devant l'assemblée générale.

Amendement(s) :

Approuvé(s).

Règlement VIII - Assemblée générale

Outre l'assemblée générale d'organisation de la **Jeune COOP** réunissant les membres fondateurs, une assemblée générale annuelle sera convoquée à la fin de l'année scolaire. Le conseil d'administration a la tâche de convoquer l'assemblée générale annuelle. L'invitation se fera selon le mode de convocation défini, à tous les membres et au moins une semaine avant la date prévue pour l'assemblée. Un ordre du jour sera inclus dans la convocation.

Guide des administrateurs (volets 1 et 2)

Règlement de régie interne

Au terme de son exercice, la **Jeune COOP** présente à l'assemblée générale des membres un rapport de fin d'exercice, incluant les états financiers. L'assemblée approuve la répartition des excédents proposée par le conseil d'administration, soit :

- le montant affecté aux ristournes à partager entre les membres;
- le montant affecté à la réserve pour permettre, s'il y a lieu, la consolidation et l'expansion de l'entreprise.

Amendement(s) :

Approuvé(s).

Règlement IX – Réunions du conseil d'administration

Les réunions ordinaires du conseil d'administration se tiendront environ une semaine avant chaque journée pédagogique. Des réunions extraordinaires peuvent être convoquées à la demande du président ou du quart des administrateurs. Seuls les sujets mentionnés dans l'avis de convocation peuvent faire l'objet de délibérations et de décisions à une réunion extraordinaire.

Pour être valide, une réunion du conseil d'administration doit réunir la moitié des membres plus un (50 % +1).

Amendement(s) :

Approuvé(s).

Règlement X - Durée de l'exercice

La **Jeune COOP** est considérée en activité dès l'acceptation de sa demande d'accréditation **Jeune COOP** par le Conseil québécois de la coopération et de la mutualité et sa fin d'exercice coïncide avec la fin de l'année scolaire.

Amendement(s) :

Approuvé(s).

Guide des administrateurs (volets 1 et 2)

Règlement de régie interne

Règlement XI – Fin des activités

Sur recommandation du conseil d'administration, la **Jeune COOP** peut décider de sa liquidation par une résolution adoptée aux trois quarts des voix exprimées par les membres présents lors d'une assemblée spéciale convoquée à cette fin. (Cette assemblée pourra coïncider avec l'assemblée de fin d'exercice.) Ensuite, la **Jeune COOP** n'existera plus que dans le but de liquider ses affaires.

Les dettes de la **Jeune COOP** seront d'abord payées, puis le remboursement des parts sociales sera effectué. Il est suggéré de garder un montant d'argent pour le redémarrage du projet l'an prochain et de partager les revenus de façon équitable entre les membres.

Amendement(s) :

Approuvé(s).

Règlement XII – Vérification

Un vérificateur des états financiers (présentés à l'assemblée générale) est désigné par les membres de la **Jeune COOP** pour procéder à la vérification de ses livres et de ses états financiers.

Amendement(s) :

Approuvé(s).

Guide des administrateurs (volets 1 et 2)

Contrat des membres

Sujets possibles	Exemples de questions à soulever
Droits (assure l'égalité et la participation des membres aux décisions.)	<ul style="list-style-type: none"> ◦ participation à tous les votes; ◦ participation à l'élection de l'exécutif; ◦ accès équitable à la ristourne; ◦ paiement de _____ \$/h (montant du taux horaire).
Obligations	
A- Réunions	<ul style="list-style-type: none"> ◦ système d'encouragement à la participation aux réunions; ◦ système de sanctions en cas d'absence; ◦ nature des absences considérées comme motivées; ◦ sanctions pour le retard aux réunions.
B- Frais d'adhésion	<ul style="list-style-type: none"> ◦ la part sociale est de _____ \$. ◦ la part opérationnelle est de _____ \$.
C- Départ	<ul style="list-style-type: none"> ◦ remboursement de la part sociale; ◦ effet sur la ristourne.
D- Gestion volontaire	<ul style="list-style-type: none"> ◦ temps minimal de gestion volontaire hebdomadaire; ◦ procédure à suivre si le membre ne peut se rendre; ◦ sanctions si le membre n'effectue pas ses heures de gestion volontaire; ◦ prime ou encouragement lorsque le membre effectue ses heures.
E- Travail rémunéré	<ul style="list-style-type: none"> ◦ début et fin de la période de travail; ◦ système de répartition du travail; ◦ lois et procédures pour la sécurité au travail; ◦ système d'évaluation du travail par le client; ◦ présence ou communication régulière des membres avec la Jeune COOP; ◦ formation au travail; ◦ pourcentage à réinvestir dans la Jeune COOP.
F- Retards sur des lieux de contrat	<ul style="list-style-type: none"> ◦ influence du retard sur le contrat; ◦ influence du retard sur la Jeune COOP.

Guide des administrateurs (volets 1 et 2)

Contrat des membres

Sujets possibles	Exemples de questions à soulever
G- Travail mal effectué	<ul style="list-style-type: none"> ◦ politique de reprise; ex. : le membre retourne bénévolement achever son travail; le membre verse son salaire à d'autres coopérateurs pour qu'ils achèvent son travail.
H- Vol	<ul style="list-style-type: none"> ◦ conséquence par rapport au statut de membre; ◦ restitution des biens ou de l'argent; ◦ effet sur la ristourne.
I- Consommation de drogue ou d'alcool au travail ou au local	<ul style="list-style-type: none"> ◦ conséquence par rapport au statut de membre; ◦ système de sanctions.
J- Éthique envers les clients	
K- Autres	

Guide des administrateurs (volets 1 et 2)

Procédures d'élection

Procédure 1 – Vote secret

L'accompagnateur demande aux membres du conseil d'administration de cibler la personne qui selon eux ferait un bon président ou une bonne présidente. Il accorde un moment de réflexion et demande ensuite aux membres d'inscrire sur un bulletin de vote le nom de la personne ciblée. L'accompagnateur recueille et compile les bulletins de vote. Il annonce le nom du candidat qui a reçu le plus de votes et lui demande s'il accepte le poste. Si le candidat accepte, le poste est pourvu. On procède ainsi pour tous les postes à pourvoir. Si deux candidats arrivent ex æquo, l'accompagnateur nomme les deux candidats et leur demande s'ils sont intéressés par le poste. Si oui, on procède à un deuxième tour de vote secret.

Procédure 2 – Présentation officielle et élection formelle

Les membres de la **Jeune COOP** évaluent leur intérêt pour les postes en nomination. Individuellement, les membres intéressés préparent un discours de motivation. L'accompagnateur invite les candidats au poste de président à venir à l'avant. Chacun s'adresse aux membres à tour de rôle. À la fin des présentations, les membres procèdent au vote secret. L'accompagnateur recueille et compile les bulletins de vote. Il annonce ensuite les résultats. On procède ainsi pour chaque poste à pourvoir.

Procédure 3 – Élection traditionnelle et formelle

L'animateur demande aux membres présents des propositions de noms pour chaque poste à pourvoir. Après chaque proposition, la personne suggérée accepte ou refuse l'invitation. S'il y a seulement une personne suggérée pour le poste, celle-ci peut refuser ou accepter. Si elle accepte, cette personne est automatiquement élue (élue par acclamation). S'il y a plus d'une mise en candidature, les personnes intéressées préparent un discours de motivation et s'adressent aux membres à tour de rôle. À la fin des présentations, les membres procèdent au vote secret. L'accompagnateur recueille et compile les bulletins de vote. Il annonce ensuite les résultats. On procède ainsi pour chaque poste à pourvoir.

Guide des administrateurs (volets 1 et 2)

Certificat de part sociale

	N° :
CERTIFICAT DE PART SOCIALE	
<hr/> (Nom de la Jeune COOP)	
Une Jeune COOP de l'école	
<hr/>	
certifie que _____	
(Nom du membre)	
a souscrit une part sociale, d'une valeur nominale	
de _____	
(Montant)	
et est devenu membre de ladite Jeune COOP .	
<hr/> (Signature d'un membre du conseil d'administration)	<hr/> (Date)

Guide des administrateurs (volets 1 et 2)

Carte de membre

CARTE DE MEMBRE



Nom de la Jeune COOP : _____

Nom du membre : _____

Adresse : _____

Date d'émission : _____

(Date d'achat de la part sociale)

Date d'expiration : _____

(Date du remboursement de la part sociale, s'il y a lieu)

Guide des administrateurs (volets 1 et 2)

Ordre du jour type – Assemblée générale d'organisation

Jeune COOP _____
(nom)

Ordre du jour de l'assemblée générale d'organisation

Le _____ à _____ au local _____
(Jour et date) (Heure) (Lieu)

- 1) Ouverture de la séance**
- 2) Nomination d'un président et d'un secrétaire d'assemblée**
- 3) Lecture et adoption de l'ordre du jour**
- 4) Lecture et adoption du règlement de régie interne**
- 5) Élection des membres du conseil d'administration**
- 6) Clôture de la séance**

Guide des administrateurs (volets 1 et 2)

Procès-verbal type – Assemblée générale d'organisation

Jeune COOP _____
(nom)

Procès-verbal de l'assemblée générale d'organisation

Le _____ à _____ au local _____
(Jour et date) (Heure) (Lieu)

1) Ouverture de la séance

Le secrétaire provisoire souhaite la bienvenue aux fondateurs ainsi qu'aux invités. Il ouvre la séance par la lecture des statuts de constitution de la **Jeune COOP**. Il identifie les fondateurs présents à l'assemblée et informe ensuite l'assemblée que seuls les fondateurs présents peuvent exercer leurs droits de membre à l'assemblée. La liste des présences est jointe à l'annexe 1.

2) Nomination d'un président et d'un secrétaire d'assemblée

Le secrétaire provisoire demande à l'assemblée de se choisir un président et un secrétaire d'assemblée.

_____ (nom) propose que _____
(nom) agisse comme président de l'assemblée. Cette proposition est appuyée par
_____ (nom).

_____ (nom) propose que _____
(nom) agisse comme secrétaire de l'assemblée. Cette proposition est appuyée par
_____ (nom).

Ces propositions sont adoptées à l'unanimité.

3) Lecture et adoption de l'ordre du jour

Le président procède à la lecture de l'ordre du jour de l'assemblée.

Il est proposé par _____ (nom) appuyé par
_____ (nom) que l'ordre du jour soit accepté tel que
présenté (ou tel que modifié).

Cette proposition est adoptée à l'unanimité.

4) Lecture et adoption du règlement de régie interne

Le secrétaire d'assemblée remet à chaque membre fondateur une copie du projet de règlement de régie interne.

Le président d'assemblée lit le règlement article par article et invite les membres à se prononcer sur le contenu de chaque article.

Guide des administrateurs (volets 1 et 2)

Procès-verbal type – Assemblée générale d'organisation

Il est proposé par _____ (nom) appuyé par _____ (nom) que le règlement de régie interne soit adopté tel qu'il a été lu (ou tel que modifié) et qu'il entre en vigueur à ce jour.
 Cette proposition est adoptée à l'unanimité.

5) Élection des membres du conseil d'administration

Le président d'assemblée se réfère à la procédure d'élection des administrateurs prévue au règlement de régie interne et demande à l'assemblée de choisir un secrétaire d'élection.

_____ (nom) propose que _____ (nom) agisse comme secrétaire d'élection. Cette proposition est appuyée par _____ (nom).
 Cette proposition est adoptée à l'unanimité.

Mises en candidature

Le secrétaire d'élection procède à la mise en candidature des administrateurs selon les dispositions du règlement.

Catégorie utilisateurs

_____ (nom) propose que _____ (nom) soit mis en candidature. Cette proposition est appuyée par _____ (nom). Le candidat _____ .

_____ (nom) propose que _____ (nom) soit mis en candidature. Cette proposition est appuyée par _____ (nom). Le candidat _____ .

_____ (nom) propose que _____ (nom) soit mis en candidature. Cette proposition est appuyée par _____ (nom). Le candidat _____ .

Comme le nombre de candidats proposés est égal au nombre de postes à pourvoir pour cette catégorie, le secrétaire d'élection déclare élues comme administrateurs les personnes suivantes :

Comme le nombre de candidats proposés est supérieur au nombre de postes à pourvoir, le président procède à l'élection par vote secret conformément au règlement. Le président d'élection déclare élues les personnes suivantes :

Guide des administrateurs (volets 1 et 2)

Procès-verbal type – Assemblée générale d'organisation

Catégorie travailleurs

_____ (nom) propose que _____ (nom) soit mis en candidature. Cette proposition est appuyée par _____ (nom). Le candidat _____ .

_____ (nom) propose que _____ (nom) soit mis en candidature. Cette proposition est appuyée par _____ (nom). Le candidat _____ .

_____ (nom) propose que _____ (nom) soit mis en candidature. Cette proposition est appuyée par _____ (nom). Le candidat _____ .

Comme le nombre de candidats proposés est égal au nombre de postes à pourvoir pour cette catégorie, le secrétaire d'élection déclare élues comme administrateurs les personnes suivantes :

Comme le nombre de candidats proposés est supérieur au nombre de postes à pourvoir, le président procède à l'élection par vote secret conformément au règlement. Le président d'élection déclare élues les personnes suivantes :

Catégorie membres de soutien

_____ (nom) propose que _____ (nom) soit mis en candidature. Cette proposition est appuyée par _____ (nom). Le candidat _____ .

_____ (nom) propose que _____ (nom) soit mis en candidature. Cette proposition est appuyée par _____ (nom). Le candidat _____ .

_____ (nom) propose que _____ (nom) soit mis en candidature. Cette proposition est appuyée par _____ (nom). Le candidat _____ .

Guide des administrateurs (volets 1 et 2)

Procès-verbal type – Assemblée générale d'organisation

- Comme le nombre de candidats proposés est égal au nombre de postes à pourvoir pour cette catégorie, le secrétaire d'élection déclare élues comme administrateurs les personnes suivantes :

- Comme le nombre de candidats proposés est supérieur au nombre de postes à pourvoir, le président procède à l'élection par vote secret conformément au règlement. Le président d'élection déclare élues les personnes suivantes :

_____ (nom) propose que les mises en candidature soient closes. Cette proposition est appuyée par _____ (nom).

6) Clôture de la séance

_____ (nom) propose la clôture de la séance. Cette proposition est appuyée par _____ (nom).
 Cette proposition est adoptée à l'unanimité.

 Signature du président

 Signature du secrétaire

N. B. : Ce procès-verbal devra être adopté par les membres lors de la prochaine assemblée générale annuelle. Après cette adoption, le président et le secrétaire de la Jeune COOP devront apposer leurs initiales à chacune des pages du procès-verbal et le signer.

Guide des administrateurs (volets 1 et 2)

Ordre du jour type – Première réunion du conseil d'administration

Jeune COOP _____
(nom)

Ordre du jour de la première séance ordinaire
du conseil d'administration

Le _____ à _____ au local _____
(Jour et date) (Heure) (Lieu)

- 1) Ouverture de la séance
- 2) Nomination d'un président et d'un secrétaire
- 3) Lecture et adoption de l'ordre du jour
- 4) Élection des membres de la direction
- 5) Date, heure et lieu de la prochaine réunion
- 6) Autres sujets
- 7) Évaluation de la rencontre
- 8) Clôture de la séance

Guide des administrateurs (volets 1 et 2)

Procès-verbal type – Première réunion du conseil d'administration

Jeune COOP _____
(nom)

Procès-verbal de la première séance ordinaire
du conseil d'administration

Le _____ à _____ au local _____
(Jour et date) (Heure) (Lieu)

Présences : _____

Absences : _____

Observateurs : _____

1) Ouverture de la séance

La séance est ouverte à _____ (heure).
_____ (nom) propose l'ouverture de la séance. Cette proposition est appuyée par _____ (nom).
Cette proposition est adoptée à l'unanimité.

2) Nomination d'un président et d'un secrétaire

_____ (nom) propose que _____
(nom) agisse comme président de la rencontre. Cette proposition est appuyée par _____ (nom).
_____ (nom) propose que _____
(nom) agisse comme secrétaire de la rencontre. Cette proposition est appuyée par _____ (nom).
Ces propositions sont adoptées à l'unanimité.

3) Lecture et adoption de l'ordre du jour

Le président procède à la lecture de l'ordre du jour et demande aux membres s'ils ont des modifications à y apporter.

Il est proposé par _____ (nom) appuyé par _____
(nom) que l'ordre du jour soit accepté tel que présenté (ou tel que modifié).
Cette proposition est adoptée à l'unanimité.

Guide des administrateurs (volets 1 et 2)

Procès-verbal type – Première réunion du conseil d'administration

4) Élection des membres de la direction

Le président expose les tâches liées à chaque fonction. Par la suite, il reçoit les mises en candidature.

_____ (nom) propose que _____ (nom) soit mis en candidature pour le poste de _____ (titre). Cette proposition est appuyée par _____ (nom).

_____ (nom) propose que _____ (nom) soit mis en candidature pour le poste de _____ (titre). Cette proposition est appuyée par _____ (nom).

_____ (nom) propose que _____ (nom) soit mis en candidature pour le poste de _____ (titre). Cette proposition est appuyée par _____ (nom).

_____ (nom) propose que _____ (nom) soit mis en candidature pour le poste de _____ (titre). Cette proposition est appuyée par _____ (nom).
Ces propositions sont adoptées à l'unanimité.

5) Date, heure et lieu de la prochaine réunion

Les membres conviennent que la prochaine rencontre aura lieu le _____ (date) à _____ (heure) au local _____ (endroit) et ils précisent que l'objet de la rencontre sera de faire le suivi de la présente réunion et de procéder à la planification des activités de la **Jeune COOP**.

Ces propositions sont adoptées à l'unanimité.

6) Autres sujets

Aucun sujet n'est amené.

7) Évaluation de la rencontre

Les évaluations des membres sont en annexe.

8) Clôture de la séance

La rencontre se termine à _____ (heure).

_____ (nom) propose la clôture de la séance. Cette proposition est appuyée par _____ (nom).

Cette proposition est adoptée à l'unanimité.

Signature du président

Signature du secrétaire

Guide des administrateurs (volets 1 et 2)

Ordre du jour type – Conseil d'administration

Jeune COOP _____
[nom]

Ordre du jour de la énième séance ordinaire
du conseil d'administration

Le _____ à _____ au local _____
(Jour et date) (Heure) (Lieu)

- 1) Ouverture de la séance
- 2) Lecture et adoption de l'ordre du jour
- 3) Lecture et adoption du procès-verbal de la dernière réunion
- 4) Suivi à la dernière réunion
- 5) Rapport et propositions des comités
- 6) Propositions de discussions amenées préalablement par les membres
- 7) Informations
- 8) Date, heure et lieu de la prochaine réunion
- 9) Autres sujets
- 10) Évaluation de la rencontre
- 11) Clôture de la séance

Guide des administrateurs (volets 1 et 2)

Procès-verbal type – Conseil d'administration

Jeune COOP _____
(nom)

Procès-verbal de la énième séance ordinaire
du conseil d'administration

Le _____ à _____ au local _____
(Jour et date) (Heure) (Lieu)

Présences : _____

Absences : _____

Observateurs : _____

1) Ouverture de la séance

La rencontre débute à _____ (heure).

_____ (nom) propose l'ouverture de la séance. Cette proposition est appuyée par _____ (nom).

Cette proposition est adoptée à l'unanimité.

Le secrétaire note toujours l'heure à laquelle débute la réunion ainsi que la routine de vote.

2) Lecture et adoption de l'ordre du jour

Le président procède à la lecture de l'ordre du jour et demande aux membres s'ils ont des modifications à y apporter.

Il est proposé par _____ (nom) appuyé par _____ (nom) que l'ordre du jour soit accepté tel que présenté (ou tel que modifié).

Cette proposition est adoptée à l'unanimité.

Le secrétaire note les points à ajouter et les modifications à faire dans cette section.

3) Lecture et adoption du procès-verbal de la dernière réunion

Le président demande aux membres s'ils ont des modifications à apporter au procès-verbal de la dernière réunion.

Guide des administrateurs (volets 1 et 2)

Procès-verbal type – Conseil d'administration

Il est proposé par _____ (nom) appuyé par _____ (nom) que le procès-verbal soit accepté tel que présenté (ou tel que modifié).

Cette proposition est adoptée à l'unanimité.

Le secrétaire note les modifications suggérées dans cette section.

4) Suivi de la dernière réunion

Comme il s'agit seulement d'un point d'information, le secrétaire n'est pas tenu de noter le compte rendu des responsables sauf si les membres du conseil d'administration le demandent.

5) Rapport et propositions des comités

Le secrétaire :

- indique la proposition originale;
- résume l'explication soutenant la proposition;
- résume brièvement la discussion portant sur la proposition;
- demande que l'on reformule la proposition pour l'inscrire dans le procès-verbal (routine de vote et résultats);
- indique s'il y a des documents ou de l'information en annexe;
- note toutes les propositions, même celles qui sont rejetées.

6) Propositions de discussions amenées préalablement par les membres

Même chose qu'au point 5.

7) Informations

Le secrétaire informe les membres du courrier reçu depuis la dernière réunion et l'inscrit au procès-verbal. S'il y a lieu, le secrétaire indique les suites à donner au courrier, le nom du responsable et le temps alloué pour l'action. À la suite des discussions, le secrétaire demande que l'on reformule la proposition et il note la routine de vote.

8) Date, heure et lieu de la prochaine réunion

Les membres conviennent que la prochaine rencontre se tiendra le _____ (date) à _____ (heure) au local _____ (lieu) et ils précisent que l'objet de la rencontre sera de faire le suivi de la présente réunion et de procéder à la planification des activités de la **Jeune COOP**.

Ces propositions sont adoptées à l'unanimité.

Le secrétaire note la date, l'heure et le lieu de la prochaine réunion.

9) Autres sujets

Aucun sujet n'est amené.

Le secrétaire indique les nouveaux points à l'ordre du jour et résume le développement de la discussion ainsi que ses résultats.

Guide des administrateurs (volets 1 et 2)

Procès-verbal type – Conseil d'administration

10) Évaluation de la rencontre

Le secrétaire recueille les évaluations des membres et les met en annexe.

11) Clôture de la séance

La rencontre se termine à _____ (heure).

_____ (nom) propose la clôture de la séance. Cette proposition est appuyée par _____ (nom).

Cette proposition est adoptée à l'unanimité.

Le secrétaire note l'heure de la clôture de la séance.

Signature du président

Signature du secrétaire

Le procès-verbal doit être signé par le secrétaire et le président une fois accepté.

Les agents de promotion de l'entrepreneuriat collectif jeunesse

Région 01 – Bas-Saint-Laurent

**CDR BAS-SAINT-LAURENT/
CÔTE-NORD**
143, rue Saint-Germain Ouest, bureau 105
Rimouski (Québec) G5L 4B6
Tél. : 418 725-COOP (2667)
Sans frais : 1 877 725-COOP (2667)
Télé. : 418 724-9448
cdrbsl@cgocable.ca

Région 02 – Saguenay-Lac-Saint-Jean CDR DU SAGUENAY-LAC-SAINT-JEAN/ NORD-DU-QUÉBEC

3885, boul. Harvey, bureau 407
Jonquière (Québec) G7X 9B1
Tél. : 418 542-7222
Télé. : 418 542-7366
info@cdrslsj.coop

Région 03 – Capitale-Nationale CDR QUÉBEC-APPALACHES

2095, rue Frank-Carrel, bureau 226
Québec (Québec) G1N 4L8
Tél. : 418 687-1354
Télé. : 418 687-0878
info@cdrqa.coop

Région 04 – Mauricie CD CENTRE-DU-QUÉBEC/MAURICIE

2000, boul. des Récollets, C. P. 564
Trois-Rivières (Québec) G9A 5H5
Tél. : 819 370-6630
Télé. : 819 370-6632
info@cdcqm.coop

Région 05 – Estrie CDR DE L'ESTRIE

550, rue Dufferin
Sherbrooke (Québec) J1H 4N1
Tél. : 819 566-0234
Télé. : 819 566-2406
cdrestrie@cdrestrie.com

Région 06 – Montréal FÉDÉRATION DES COOPÉRATIVES QUÉBÉCOISES EN MILIEU SCOLAIRE

7333, Place des Roseraies, bureau 501
Montréal (Québec) H1M 2X6
Tél. : 514 352-1121
Télé. : 514 352-1764
apecj@coopsco.com

Région 07 – Outaouais

CDR OUTAOUAIS-LAURENTIDES
400, boul. Maloney Est, bureau 101
Gatineau (Québec) J8P 1E6
Tél. : 819 643-2884
Sans frais : 1 866 643-2884
Télé. : 819 643-2887
info@cdrol.coop

Région 08 – Abitibi-Témiscamingue CDR ABITIBI-TÉMISCAMINGUE

162, rue Principale Sud, C. P. 96
Amos (Québec) J9T 3A5
Tél. : 819 727-1055
Télé. : 819 727-1062
info@cdrat.fcdrq.coop

Région 09 – Côte-Nord CDR BAS-ST-LAURENT/CÔTE-NORD

58, Portage des Mousses
Port-Cartier (Québec) G5B 1C7
Tél. : 418 766-0654
Sans frais : 1 877 725-COOP (2667)
Télé. : 418 766-0989
cdrbsl@cgocable.ca

Région 10 – Nord-du-Québec CDR DU SAGUENAY-LAC-SAINT-JEAN/ NORD-DU-QUÉBEC

600, 3^e Rue
Chibougamau (Québec) G8P 1P1
Tél. : 418 748-6060, poste 439
Télé. : 418 748-4020
info@cdrslsj.coop

Région 11 – Gaspésie- Îles-de-la-Madeleine CDR GASPÉSIE-LES ÎLES

114-F, boul. Perron Ouest
New Richmond (Québec) G0C 2B0
Tél. : 418 392-6741
Télé. : 418 392-6839
info@cdrgim.fcdrq.coop

Région 12 – Chaudière-Appalaches CDR QUÉBEC-APPALACHES

2095, rue Frank-Carrel, bureau 226
Québec (Québec) G1N 4L8
Tél. : 418 687-1354
Télé. : 418 687-0878
info@cdrqa.coop

Région 13 – Laval

**FÉDÉRATION DES COOPÉRATIVES
QUÉBÉCOISES EN MILIEU SCOLAIRE**
7333, Place des Roseraies, bureau 501
Montréal (Québec) H1M 2X6
Tél. : 514 352-1121
Télé. : 514 352-1764
apecj@coopsco.com

Région 14 – Lanaudière CDR DE LANAUDIÈRE

457, rue Laval
Joliette (Québec) J6E 5G9
Tél. : 450 759-8423
Télé. : 450 759-2100
cdrl@videotron.ca

Région 15 – Laurentides CDR OUTAOUAIS-LAURENTIDES

384, rue du Palais
Saint-Jérôme (Québec) J7Z 1Y1
Tél. : 450 431-2117
Sans frais : 1 866 643-2884
Télé. : 450 431-2219
info@cdrol.coop

Région 16 – Montérégie CDR MONTÉRÉGIE

151, rue Richelieu
St-Jean-sur-Richelieu (Québec) J3B 6X7
Tél. : 450 346-4426
Sans frais : 1 866 433-COOP (2667)
Télé. : 450 346-2350
jeunesse@cdrm.fcdrq.coop

Région 17 – Centre-du-Québec CD CENTRE-DU-QUÉBEC/MAURICIE

2000, boul. des Récollets, C.P. 564
Trois-Rivières (Québec) G9A 5H5
Tél. : 819 370-6630
Télé. : 819 370-6632
info@cdcqm.coop

CONSEIL QUÉBÉCOIS DE LA COOPÉRATION ET DE LA MUTUALITÉ

5955, rue Saint-Laurent, bureau 204
Lévis (Québec) G6V 3P5
Tél. : 418 835-3710
Sans frais : 1 800 975-COOP (2667)
Télé. : 418 835-6322
info@coopquebec.coop