

COLLOQUE AQPC 2017

Atelier 513

Une coopérative de travailleurs autonomes en Graphisme

**LE
STUDIO**
JEUNE COOP 

CÉGEP DE SAINTE-FOY

BONJOUR

Marie Pier Roy

Finissante du programme Graphisme (1999)

Enseignante en graphisme depuis 2005

Carol Arseneault

Enseignant en graphisme depuis 1991

LE STUDIO JEUNE COOP, C'EST QUOI?

Le **STUDIO** permet aux étudiants de 3e année du programme Graphisme du Cégep de Sainte-Foy de réaliser de septembre à la fin mai, des mandats variés pour des particuliers, des organisations et des entreprises de communication de la grande région de Québec.

PLUS PRÉCISÉMENT...

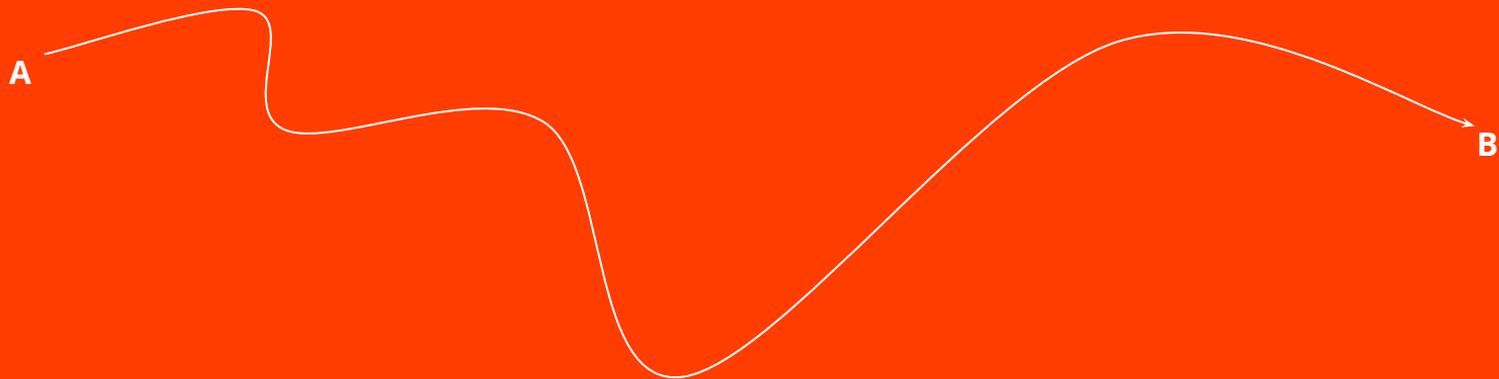
- Les étudiants deviennent des membres **travailleurs autonomes** et réalisent des mandats pour des clients du STUDIO jeune coop.
- Ils offrent aussi leurs services comme **pigiste à l'externe** du collège, auprès des services de communication d'entreprises et d'agences.



AUJOURD'HUI, NOUS ALLONS ABORDER

- L'historique entrepreneurial du programme
- Les visées du STUDIO
- L'implantation du STUDIO
- Le fonctionnement interne
- Le bilan et quelques conseils
- Des témoignages d'étudiants

HISTORIQUE ENTREPRENEURIAL



ÉPOQUE «STUDIO STAGE CRÉONS»

Entreprise-école Studio Stage Créons

- Durant plus de 20 ans (jusqu'en 2002)
- Professeurs « patrons » / Étudiants « employés »
- Peu de prise en charge de projet
- Pas de gestion d'entreprise
- Durée : 14 semaines à la session 6

ÉPOQUE «HYBRIDE»

Formule Hybride «Créons et Stage en entreprise»

- Durant 10 ans
- Tous les étudiants chez Créons, mais un % des étudiants étaient en stage en entreprise
- Beaucoup de gestion d'activités
- Durée : 9 semaines Créons / 4 semaines de stage en entreprise à la session 6

ÉPOQUE «STAGE EXTERNE»

Formule stages en entreprise seulement

- Durant 4 ans (jusqu'en 2016)
- 100 % des étudiants en stage
- Durée : 4 dernières semaines à la session 6
- Il y avait des avantages et des inconvénients...

NOUVELLE ÈRE

Nouveau programme implanté en 2014

- Réflexion en lien sur de nouvelles compétences
- Décision de mettre en place une «entreprise d'entraînement à la profession»
- Choix de la formule «coopérative»
- STUDIO jeune coop en service depuis août 2016

POURQUOI UNE COOP?

**COOP
DE SOLIDARITÉ**

OSBL

**PROGRAMME
« JEUNE COOP »
(COOP SCOLAIRE)**

> SOLUTION RETENUE

JEUNE COOP, C'EST QUOI?

Un programme gouvernemental du Ministère de l'Économie, Innovation et Exportations du Québec. Il permet de simuler une entreprise sans être légalement constituée.

- Programme offert gratuitement aux écoles
- Accompagnement aux besoins

<http://cdrqa.coop>

AVANTAGES D'UNE COOP

- Les étudiants peuvent s'impliquer, s'exprimer, s'appropriier l'entreprise de façon plus démocratique.
- Les étudiants développent un sentiment d'appartenance.
- Certains étudiants vivent l'expérience d'un CA et d'un CE

QUI EST SUR LE CA ?

- 3 membres étudiants de 3e année
- 2 membres étudiants de 2e année
- 1 membre de l'industrie (ex. une agence de pub)
- 1 membre affaires (ex. un OSBL)
- 5 membres de soutien (profs, coordination, direction des études)
- 1 membre externe (facultatif)

QUI EST SUR LE CE ?

- 2 étudiants de 3e année (président, secrétaire-trésorier)
- 1 étudiant de 2e année (vice-président)

Les deux professeurs associés au STUDIO accompagnent les étudiants lors des réunions.

Par exemple, cette année **le CE a proposé des balises pour les dépenses de la coop.**

VISÉES DU STUDIO JEUNE COOP

Pourquoi revenir à une formule de stage à l'interne plutôt que des stages en entreprise?

POUR RÉPONDRE AUX NOUVELLES COMPÉTENCES DU PROGRAMME

- Coordonner la réalisation d'un projet en communication graphique :
est-ce possible de toucher à toutes les étapes de production en étant stagiaire?
- Gérer une micro-entreprise en communication graphique :
est-ce possible d'estimer, facturer, discuter avec les clients en étant stagiaire?

POUR PARTICIPER AU PROFIL ENTREPRENEURIAL DU PROGRAMME

- Faire vivre une expérience réelle comme graphiste, chargé de projet ou administrateur de la jeune coop à nos étudiants
- Valoriser l'entrepreneuriat et l'intrapreneuriat dans les activités du cours

IMPLANTATION DU STUDIO

Quelles ont été les étapes?

Échéancier	Travail comité provisoire	Validation comité programme	Validation département	Validation direction des études
continu				X
continu				X
septembre				X
septembre				X
septembre			X	
septembre-décembre			X	
septembre	X			

ÉTAPES DE L'IMPLANTATION

- Choix du type d'entreprise (coop)
- Choix des cours pour l'implantation du STUDIO (validation des compétences et des activités d'évaluation)
- Planification du fonctionnement à l'interne du STUDIO (rôles, profs, étudiants)
- Formation d'un comité provisoire (profs, direction des études, étudiants) pour la mise en place de la coop
- Rédaction des règles et statuts de la coop

ÉTAPES DE L'IMPLANTATION - SUITE

- Recherche d'outils pour la facturation, la gestion de projets, les communications, etc.
- Choix du nom de l'entreprise
- Conception du logo et développement d'outils de communication
- Aménagement des locaux
- Recherche de partenaires et de clients

LIBÉRATION DURANT L'IMPLANTATION

- **2 projets d'innovation pédagogique :**
 - Implantation d'une coopérative d'entraînement
 - Implantation du programme Jeune coop
- **1 PATPÉ :**
 - Développement des outils de gestion

CHOIX DES TYPES DE MEMBRES

Membres producteurs : étudiants de 3e année

Membres consommateurs :

(industrie) : LG2, Cossette, Atelier 480, Ville de Québec, SSQ
Groupe financier, SÉPAQ

(affaires) : clients hors de l'industrie

Membre de soutien : Cégep de Sainte-Foy

FONCTIONNEMENT INTERNE DU STUDIO

*Comment gère-t-on une entreprise avec les étudiants
à l'intérieur d'un cours?*

D'ABORD, VOICI LE CONTEXTE EN CLASSE

Les mandats sont réalisés dans le cadre de **2 cours** de la troisième année :

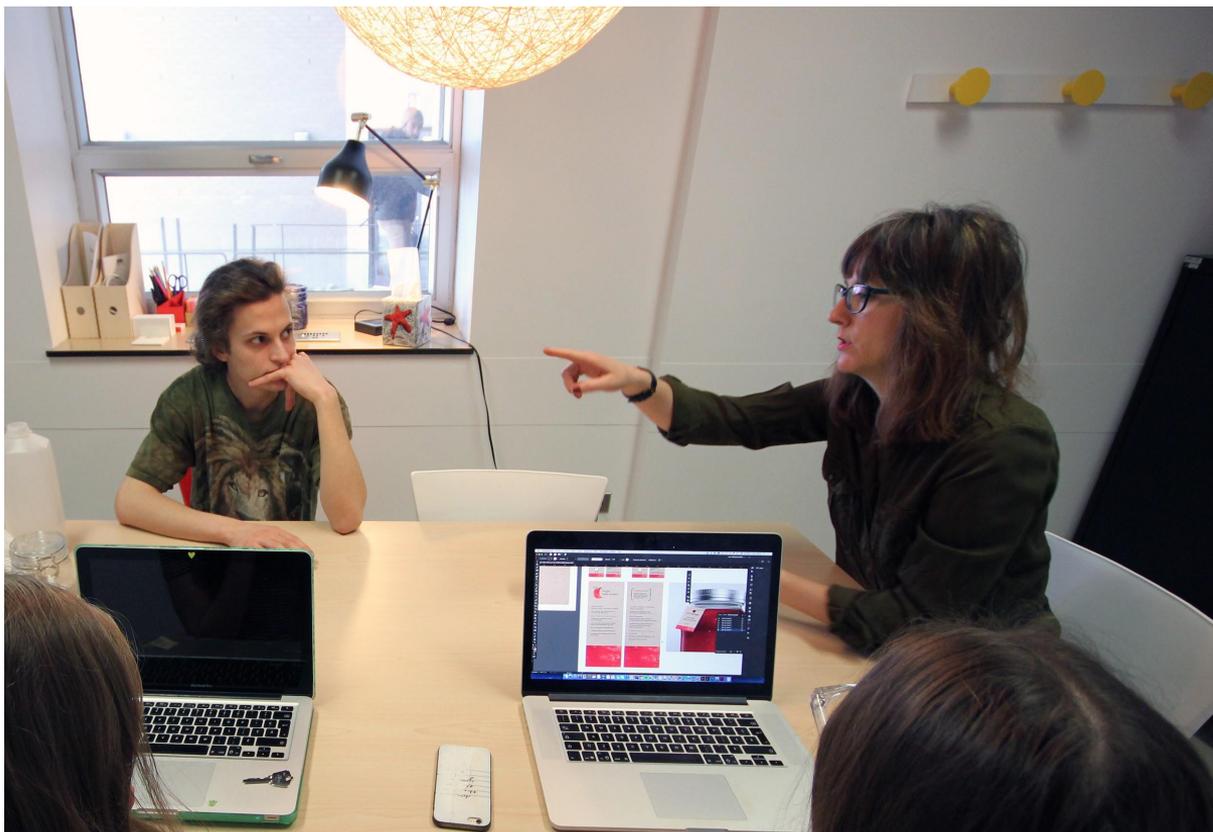
- un cours à la 5e session, 6 heures/semaine
- un cours à la 6e session, 10 heures/semaine

DÉMARRAGE ANNUEL NÉCESSAIRE

- Présentation de la mission de la coop
- Explications du fonctionnement interne
- Enseignement de la gestion de micro-entreprise
- Démonstration des outils de gestion
- Mise à jour du site web, du bottin des membres
- Nomination des membres du CA et du CE

QUELQUES ÉTAPES D'UN MANDAT

- Rencontre client dans le local (profs non présents)
- Retour avec les profs sur la rencontre
- Estimation (offre de service), planification...
- Discussion avec le client, approbation de l'offre
- Conception des propositions par les graphistes
- Présentation devant client (profs non présents)
- Choix du client et ajustements sur maquette
- Livraison, facturation, sondage auprès des clients







OUTILS DE GESTION UTILISÉS

- **Collabox** : estimation, facturation, feuille de temps, etc.
- **Google Agenda** : réservation du local de réunion
- **Google Documents** : fiches de clients
- **Google Formulaires** : sondages clients/étudiants
- **Google Feuille de calcul** : échéancier de projet
- **Google Feuille de calcul** : vue des assignations de projets
- **Adresse courriel** : suivi@studiojeunecoop.ca

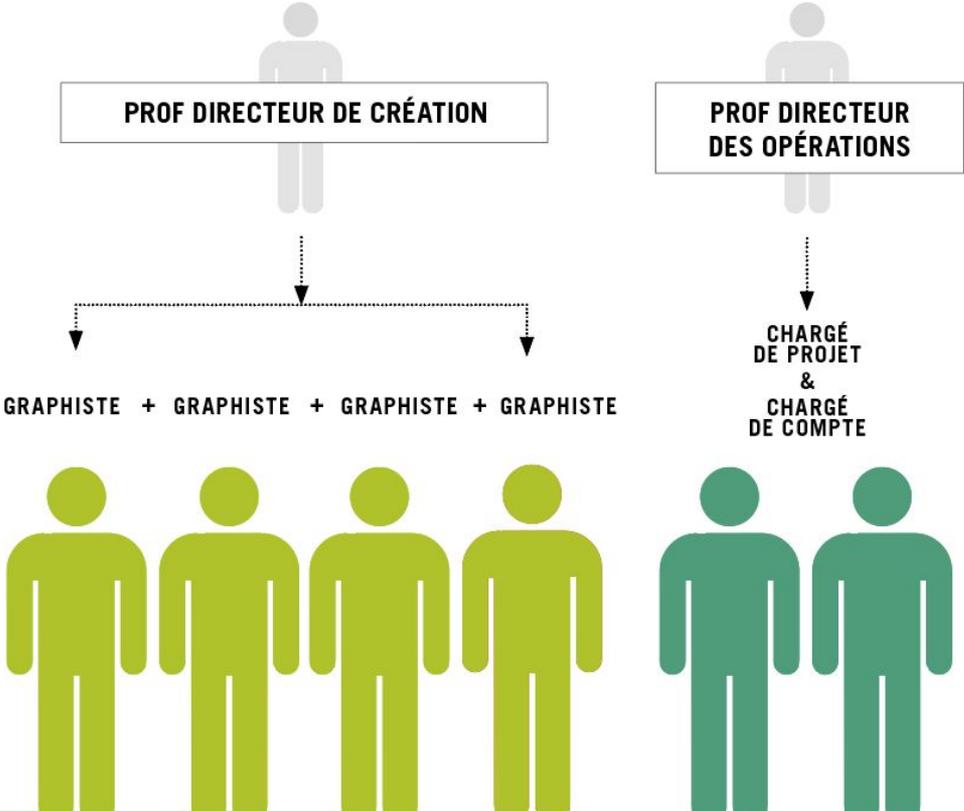
RÔLES DES PROFESSEURS

- **Directeur des opérations** (Carol)
Assigne les contrats, évalue la gestion de projets, envoie les offres de services aux clients, répond aux problèmes, assure un suivi avec les étudiants
- **Directrice artistique** (Marie Pier)
Assigne les contrats, évalue la faisabilité des mandats, évalue la conception des mandats, assure un suivi avec les étudiants

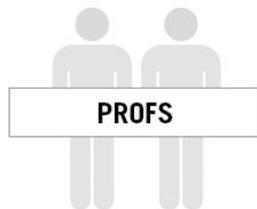
TYPES DE MANDATS

- Imprimé : logo, dépliant, affiche, publicité, etc.
- Écran : sites Web, publicité, design cinétique, etc.
- Images : illustration et photographie

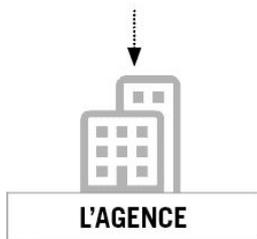
MANDAT AFFAIRES



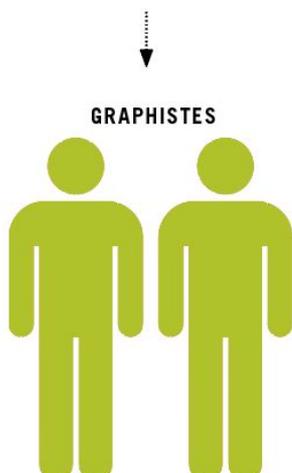
MANDAT INDUSTRIE



demeurent en contact avec
les étudiants et l'agence



elle gère le mandat
et coordonne les graphistes
extra-muros



se déplacent pour recevoir
le mandat, mais le réalise à
l'école

HONORAIRE

- Taux horaire de 20-30\$/heure (selon tâches)
- Une partie des trop-perçus (profits) engendrés par les mandats est réinvestie dans le programme de Graphisme selon des balises établies : achat de matériel, promotion, conférences et événements

PROJETS MARQUANTS

- Dépliant Aquarium du Québec pour la SÉPAQ
- Dépliant informatif pour la Ville de Québec
- Capsules animées pour la SSQ Groupe Financier
- Affiches pour la Fédération de l'autisme du Qc

QUELQUES CHIFFRES

- 32 étudiants pour la cohorte 2016-2017
- 23 clients d'affaires
- 42 mandats réels réalisés
- + de 600 heures de travail facturées
- et 4X + de travail en classe

LIBÉRATION RELIÉE AU STUDIO

Libération de fonctionnement annuel (0,1 ETC)
pour superviser les mandats auprès des étudiants
et clients.

BILAN APRÈS LA PREMIÈRE ANNÉE DE SERVICE

Et puis, ça marche?

OUI!

Quelques observations

- Grand tour d'horizon du métier de graphiste
- Finissant mieux préparé à la possibilité de devenir travailleur autonome
- Expérience concrète avec clients à ajouter au CV
- Valorisation de leur travail et confiance en soi

ATTITUDES PROFESSIONNELLES DÉVELOPPÉES PAR LES ÉTUDIANTS

- **Écoute** : les profs, les collègues, les clients
- **Respect** : les profs, les collègues, les clients
- **Leadership** : prise de décisions, résolution de problèmes, organisation
- **Proactivité** : proposition de solutions
- **Confiance en soi** : argumentation, exposé oral

DÉFIS

- Répartition équilibrée des mandats
- Flexibilité des étudiants en fonction des demandes du client
- Problématiques avec certains clients...
- Disponibilité hors cours particulière
- Imprévisibilité hebdomadaire

CONSEILS POUR LE DÉMARRAGE

- Identifier les objectifs
- Identifier les produits ou services à rendre
- Déterminer la clientèle potentielle
- Établir le cadre des activités
- Consulter le département et autres intervenants
- Avoir l'appui de l'autorité concernée

CONSEILS POUR LE FONCTIONNEMENT

- Encourager l'entraide entre les étudiants
- Faire des rétroactions avec les étudiants
- Écouter leurs préoccupations et leur demander des solutions.
- Demeurer calme, étudiants besoin d'être rassurés

TÉMOIGNAGES D'ÉTUDIANTS

Que retiennent-ils d'une telle expérience?

«Grâce à la coop, je garde en tête qu'il est primordial d'être toujours respectueux et professionnel (...) même quand la situation devient frustrante.»

«... il est certain qu'avec la Coop on ne sait jamais quelle surprise nous attend, mais je crois que cela représente la réalité du marché.»

«Mon expérience (...) m'a permis d'apprendre que chaque mandat est différent et qu'il faut apprendre à s'adapter dépendamment du client.»

MERCI À VOUS :-)

Des questions?