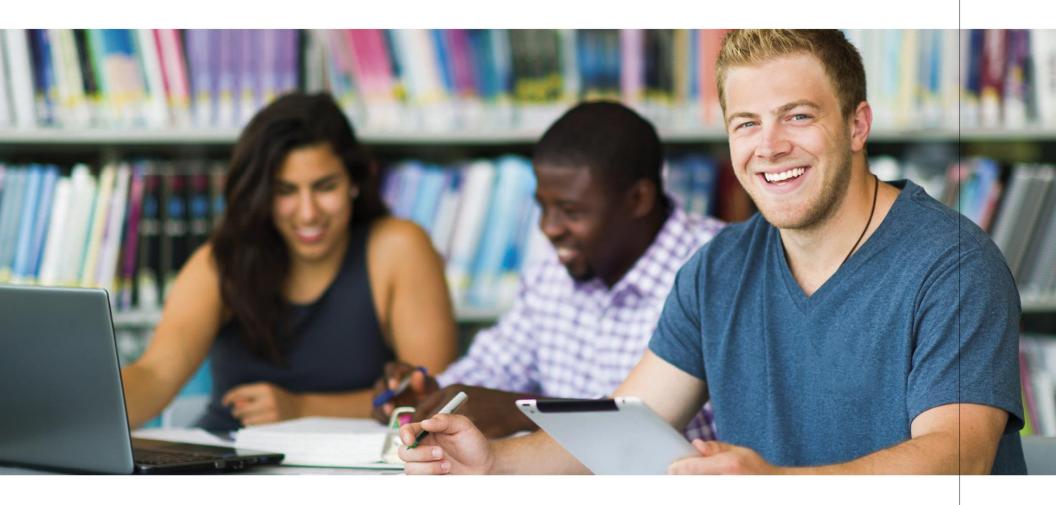
# COLLÈGEBORÉAL éducation · innovation · recherche



plan d'activités 2015-2016

Tél.: 705.560.6673 | Télec.: 705.560.0545 | collegeboreal.ca

#### Collège Boréal

Créé en 1995, le Collège Boréal est un établissement de formation et d'enseignement postsecondaire de langue française qui œuvre au développement et à l'épanouissement des communautés dans toute la province de l'Ontario.

Le Collège Boréal a un double mandat : être à la fois une institution collégiale d'études postsecondaires et une organisation de développement communautaire vitale. Le Collège Boréal est un carrefour éducationnel, innovateur, culturel et communautaire desservant la population francophone diversifiée : Franco-Ontariens, étudiants en immersion, immigrants, membres d'expression française des communautés des Premières Nations et des Métis, étudiants internationaux, entre autres. Son but est de produire une main-d'œuvre bilingue hautement qualifiée engagée dans les communautés d'expression française et contribuant à la vitalité économique, sociale et culturelle de la province et du pays.

#### En bref,

- Fondé en 1995, le Collège Boréal est le seul collège communautaire de langue française dans le Nord de l'Ontario. Il sert également le Centre-Sud-Ouest de la province depuis 2002.
- Le Collège Boréal est le premier représentant du secteur de l'éducation officiellement désigné par le gouvernement de l'Ontario en vertu de la Loi sur les services en français.
- Plus de 27 000 étudiantes et étudiants à temps plein ont bénéficié des programmes de formation postsecondaire du Collège Boréal depuis ses débuts.
- Offrant 35 point de service et présent dans 25 villes en Ontario, le Collège Boréal comprend un campus principal à Sudbury et six autres campus en région (Hearst, Kapuskasing, Témiskaming, Nipissing, Timmins et Toronto).
- Le Collège Boréal offre 63 programmes d'enseignement postsecondaire.
- Le Centre Louis-Riel, ouvert en 2010, met à la disposition des étudiants autochtones et métis une vaste gamme de services prenant en ligne de compte leur identité culturelle et contribuant à leur réussite scolaire.
- Chaque année, La Fondation du Collège Boréal distribue plus de 1 500 bourses aux étudiantes et étudiants du Collège Boréal. Pour l'année 2015, le montant des bourses distribuées s'élève à 1,7 million de dollars. Grâce à la générosité des donateurs, le fonds de bourses de la Fondation du Collège Boréal est le mieux doté par étudiant parmi les 24 collèges de la province.





**Vision** : Être le collège de langue française de premier choix reconnu pour la qualité, l'accessibilité et la flexibilité de sa formation et de ses services.

**Mission**: Le Collège Boréal offre une éducation personnalisée de qualité à une clientèle diversifiée et exerce un leadership communautaire pour favoriser le développement durable de la communauté francophone de l'Ontario.

Devise: Nourrir le savoir et faire vibrer la culture

Valeurs: ● Excellence ● Humanisme ● Inclusion ● Innovation ● Respect

Le plan d'activités 2015-2016 repose sur quatre (4) axes prioritaires

Axes: • Accès • Flexibilité • Qualité • Visibilité

#### 1. Accès

#### 1.1 Diversifier les modes de livraison

- 1.1.1 Visiter des établissements postsecondaires et prendre connaissance des meilleures pratiques
- 1.1.2 Faire une analyse des écarts pour déterminer le niveau de planification nécessaire et la réduction des risques pour le collège dans le développement d'une nouvelle approche pédagogique hybride.
- 1.1.3 Développer un nouveau modèle pédagogique qui vise la diversification des modes de livraison en mettant l'accent sur une approche hybride.

#### 1.2 Développer un mécanisme de veille stratégique pour anticiper les tendances du marché du travail

- 1.2.1 Établir les actions à effectuer pour assurer une vigilance concurrentielle stratégique au sein du collège.
- 1.2.2 Développer une méthode pour exploiter les informations obtenues de la vigilance concurrentielle stratégique dans la conduite des affaires.
- 1.2.3 Développer un mécanisme permettant à chaque gestionnaire de récolter des informations, de les structurer et ainsi d'enrichir la veille stratégique du collège.
- 1.2.4 Faire ressortir le plus clairement possible les tendances ou les conclusions qui se dégagent de la veille stratégique.

### 2. Flexibilité

#### 2.1 Développer des outils permettant la transférabilité en augmentant le nombre d'ententes d'articulation, d'équivalences reconnues et d'autres modèles.

- 2.1.1 Élaborer un plan de travail pour le développement d'articulations pour les 44 programmes terminaux.
- 2.1.2 Finaliser six (6) nouvelles ententes d'articulations.
- 2.1.3 Établir une nouvelle approche de reconnaissance des acquis afin d'assurer un mécanisme plus efficace et ponctuel pour les étudiantes et les étudiants.





#### 3. Qualité

#### 3.1 Développer et mettre en œuvre une stratégie de recrutement, de rétention et de perfectionnement du personnel

- 3.1.1 Revoir et mettre à jour la directive de dotation afin de bien répondre aux défis de recrutement;
- 3.1.2 Augmenter l'usage des médias sociaux dans nos efforts de recrutement afin de bien cibler l'auditoire visé;
- 3.1.3 Solliciter la rétroaction de diverses sources afin de vérifier le niveau d'intérêt pour les emplois à Boréal, le degré de satisfaction des employés à Boréal et les auditoires cibles possibles comme bassin de recrutement;
- 3.1.4 Effectuer une refonte du programme de gestion du rendement;
- 3.1.5 Mettre à jour les directives de perfectionnement pour les employés afin de soutenir le développement de la main d'œuvre;
- 3.1.6 Mettre en place un programme d'orientation pour les nouveaux employés;
- 3.1.7 Mettre en place un programme de formation pour la gestion;
- 3.1.8 Identifier le cadre de travail pour un programme de développement en leadership « Boréal ».

#### 4. Visibilité

#### 4.1 Améliorer les initiatives de marketing au Canada et à l'international

- 4.1.1 Créer et mettre en œuvre un nouveau plan de marketing stratégique (visibilité, recrutement, et *branding*) pour ensemble du Collège en utilisant les meilleurs moyens (électroniques, sociaux, imprimés) par région et clientèle visée (étudiants au secondaire et adultes);
- 4.1.2 Assurer l'efficience dans le choix stratégique des activités de marketing et les participants afin d'assurer un lien avec les résultats visés;
- 4.1.3 Augmenter les activités de marketing visées à la clientèle des jeunes adultes (25+);
- 4.1.4 Développer des occasions de visibilité dans de nouveaux marchés de l'Afrique du Nord et l'Europe.





#### Résultats visés en 2015-2016

- 1. Développement d'au moins 15 nouveaux programmes d'ici 2020; en 2015-2016, les trois (3) programmes suivants seront offerts :
  - 1.1 Certificat en ressources humaines (post diplôme)
  - 1.2 Conseiller en immigration
  - 1.3 Soutien technique pour tribunal
- 2. Augmentation des équivalences à temps plein (ÉTP) d'au moins 8 %; en 2015-2016, + 100 ÉTP pour revenir au seuil initial.
  - 2.1.1 Augmenter le nombre d'activités stratégiques de recrutement visant la clientèle des écoles secondaires avec la participation des responsables de programmes;
  - 2.1.2 Augmenter les activités de marketing visant directement à la clientèle des jeunes adultes (25+);
  - 2.1.3 Élaborer une offre d'ateliers sur demande et d'experts virtuels pour les écoles secondaires en fonction des besoins des enseignants dans le cadre de nos activités de partenariats scolaires;
  - 2.1.4 Développer une stratégie de visibilité pour attirer davantage une clientèle hors province par l'entremise de campagnes médiatiques ciblées, de participation à des foires d'éducation postsecondaires, de rencontres avec conseillers en orientation et de présentations dans les écoles secondaires.
  - 2.1.5 Développer une stratégie de marketing ciblée pour les écoles qui ont des programmes d'immersion.
- 3. Une articulation visant le plus haut titre de compétence atteignable par programme; en 2015-2016, élaboration de six (6) ententes d'articulations.
  - 3.1 Le collège travaille étroitement avec l'Université Laurentienne et York University, campus de Glendon, pour élaborer nouvelles articulations.



- 4. 100 % des services et programmes ont été révisés : en 2015-2016 : Un (1) service et neuf (9) programmes
- 5. Obtention de l'accréditation du Service de l'assurance de la qualité des collèges de l'Ontario (SAQCO); en 2015-2016 visites et dépôt (80 % efforts)
  - 5.1 Visite de l'équipe des vérificateurs;
  - 5.2 Réception du rapport provisoire des vérificateurs (5 juin 2015) par le collège;
  - 5.3 Rétroaction du collège au rapport provisoire;
  - 5.4 Préparation du plan d'action pour adresser les affirmations et les recommandations du comité de vérification;
  - 5.5 Réception du rapport final en aout 2015

- 6. 100 étudiants internationaux d'ici 5 ans : 35 étudiants internationaux en 2015-2016
  - 6.1 Participation à des événements stratégiques de recrutement international avec le gouvernement du Canada, EduCanada, le MFCU, le Consortium d'Avantage Ontario, CiCan et l'ACUFC;
  - 6.2 Développement d'occasions de partenariats et de mobilité dans les secteurs de l'agriculture et du travail social et minier avec des institutions en Afrique (Ouest et Nord) et en Europe;
  - 6.3 Accueil et appui des étudiants internationaux afin d'assurer une intégration à la société canadienne de leur campus de choix.

## Budget consolidé 2015-2016

	Fonds d'exploitation	Fonds Fonds de d'immobilisations bourses		Total
	\$	\$	\$	\$
RECETTES				
Subventions	<i>59 959 665</i>	-	24 000	<i>59 983 665</i>
Frais de scolarité	10 067 856	-	-	10 067 856
Autres recettes	3 020 669	-	<i>452 000</i>	3 472 669
Amortissement des apports reportés	-	4 265 482	-	4 265 482
Total des recettes	73 048 190	4 265 482	476 000	77 789 672
DÉPENSES				
Dépenses salariales	45 191 145	-	-	45 191 145
Dépenses de fonctionnement	26 582 045	-	476 000	27 058 045
Amortissement des immobilisations	-	5 540 482	-	5 540 482
Total des dépenses	71 773 190	5 540 482	476 000	77 789 672
Surplus (déficit) net	1 275 000	(1 275 000)	-	-



# Plan stratégique 2015–2020

## ACCÈS:

Améliorer l'accès à des programmes et services de qualité adaptés aux besoins de la clientèle.

- Élargir l'offre: postsecondaire (y inclus l'apprentissage), formation continue, services en employabilité, services aux immigrants
- 2. Diversifier les modes de livraison
- 3. Développer un mécanisme de veille stratégique pour anticiper les tendances du marché du travail.

## Vision

Être le collège de langue française de premier choix reconnu pour la qualité, l'accessibilité et la flexibilité de sa formation et de ses services.

## Mission

Le Collège Boréal offre une éducation personnalisée de qualité à une clientèle diversifiée et exerce un leadership pour favoriser le développement durable de la communauté francophone de l'Ontario.

axes et les objectifs

### **Devise**

« Nourrir le savoir et faire vibrer la culture »

## **Valeurs**

Excellence Humanisme Inclusion Innovation Respect

4

## FLEXIBILITÉ:

Accroître la transférabilité pour les étudiantes et étudiants et améliorer la collaboration entre les services.

- Développer des outils permettant la transférabilité en augmentant le nombre d'ententes d'articulation, d'équivalences reconnues et d'autres modèles
- 2. Accroître la communication afin d'améliorer l'efficacité et l'efficience entre les services.

## QUALITÉ:

Assurer la qualité des programmes et des services afin d'innover et de s'adapter aux réalités en évolution.

- Développer et mettre en œuvre des stratégies de recrutement, rétention e perfectionnement du personnel
- 2. Améliorer le système de gestion et d'appréciation de rendement pour touter les catégories de personnel
- Revoir et analyser les services du Collège et mettre en place un processus d'amélioration continue
- Poursuivre l'analyse des programmes dans le but d'atteindre un niveau optimal de qualit

## VISIBILITÉ:

Augmenter la visibilité du Collège Boréal auprès des clientèles futures, des employeurs potentiels et des communautés.

- Augmenter le nombre de membres actifs de l'Association des anciennes et anciens
- Améliorer les occasions de visibilité et de participation aux activités communautaires
- Améliorer les initiatives de marketing au Canada et à l'international
- Accroître le nombre de partenariats avec les employeurs ainsi que les organismes et groupes communautaires.

#BORÉAL20ans