



LANGUES CANADA

PLAN ET ORIENTATION POUR 2017

Table des matières

| | | |
|------|--|----|
| I. | INTRODUCTION | 3 |
| II. | REPOSITIONNEMENT POUR 2017..... | 3 |
| | A. CONTEXTE ET HISTORIQUE | 3 |
| | B. PROCESSUS DE DÉLIBÉRATION | 4 |
| | C. RÔLE PROPOSÉ | 5 |
| | D. ADOPTER LA NOUVELLE POSITION – PLAN DE TRANSITION | 6 |
| III. | DÉFENSE DES INTÉRÊTS | 6 |
| | VUE D’ENSEMBLE..... | 6 |
| | A. ACCROÎTRE LA RÉPUTATION ET LA CRÉDIBILITÉ DE L’ASSOCIATION, AU-DELÀ DES PROGRAMMES MEMBRES | 7 |
| | B. FAIRE RECONNAÎTRE L’ENSEIGNEMENT DES LANGUES COMME COMPOSANTE INTRINSÈQUE DE L’ÉDUCATION..... | 7 |
| | C. APPUYER LES PROGRAMMES DU SECTEUR PUBLIC AFIN QU’ILS SOIENT MIEUX RECONNUS DANS LEURS PROPRES ÉTABLISSEMENTS..... | 7 |
| | D. CRÉER UN ENVIRONNEMENT POLITIQUE FAVORABLE..... | 7 |
| | 1. DÉFENSE DES INTÉRÊTS AU NIVEAU FÉDÉRAL..... | 7 |
| | 2. DÉFENSE DES INTÉRÊTS AU NIVEAU PROVINCIAL | 8 |
| IV. | COMMUNICATIONS..... | 9 |
| | VUE D’ENSEMBLE..... | 9 |
| | 1. MÉDIAS SOCIAUX..... | 9 |
| | 2. PROJET DE LOGICIEL CRM..... | 9 |
| | 3. RELATIONS PUBLIQUES ET AVEC LES MÉDIAS | 9 |
| | 4. JOURNÉE DES ÉTUDIANTS DU MONDE 2017..... | 9 |
| V. | AFFAIRES INTERNATIONALES | 10 |
| | A. MARKETING ET PROMOTION | 10 |
| | 1. ACTIVITÉS D’AGENCES | 10 |
| | 2. INITIATIVES DE RECHERCHE..... | 11 |
| | 3. MISSIONS COMMERCIALES | 11 |
| | 4. VISITES DE FAMILIARISATION | 11 |
| | 5. ATELIERS, SALONS ET CONGRÈS | 12 |
| | 6. PRÉSENCE NUMÉRIQUE..... | 12 |
| | B. RELATIONS INTERNATIONALES..... | 12 |
| | 1. POURSUIVRE LES ACTIVITÉS EN VERTU DU PROTOCOLE D’ENTENTE AVEC LE MINISTÈRE DE L’ÉDUCATION DU BRÉSIL ET ENVISAGER DES ENTENTES AVEC D’AUTRES PAYS..... | 12 |

| | | |
|-------|--|----|
| 2. | COLLABORER AVEC DES ASSOCIATIONS D'AGENCES | 12 |
| VI. | ASSURANCE DE LA QUALITÉ | 14 |
| VII. | EFFECTIFS..... | 14 |
| VIII. | ANNEXE I – BUDGET DE 2017 (anglais seulement)..... | 15 |
| IX. | ANNEXE II – RÔLE DE LANGUES CANADA, RÉSULTATS DU SONDRAGE AUPRÈS DES MEMBRES | 17 |

I. INTRODUCTION

Le plan et l'orientation de 2017 de Langues Canada s'appuient sur la collaboration et la participation de tous les comités de Langues Canada, du conseil d'administration et du comité exécutif. Les membres de la direction s'assurent de traiter de tous les aspects de l'association, fournissent la recherche, offrent un soutien et créent le document définitif en vue de l'approbation du conseil et des membres. Il est à noter qu'il ne s'agit pas d'un plan détaillé pour chaque secteur d'activité de l'association, mais plutôt d'un aperçu des objectifs de 2017, faisant ressortir les points essentiels. Afin de mieux comprendre les plans particuliers et plus détaillés en matière de défense des intérêts, d'affaires internationales, d'effectifs et d'assurance de la qualité, veuillez-vous joindre au comité ou groupe de travail pertinent, là où les membres se réunissent, et participer à la création et à l'exécution des plans. Le plan de cette année diffère de ceux des années précédentes. La section II, intitulée Repositionnement pour 2017, traite de questions fondamentales découlant des changements qui se sont produits à l'intérieur et à l'extérieur de l'association. Ces questions visent le rôle de l'association dans le secteur, plus précisément en ce qui concerne la surveillance du secteur, et proposent un processus d'examen de la gouvernance et de l'adhésion afin de mieux harmoniser nos valeurs et notre mission avec notre nouveau contexte. La seconde différence fondamentale, cette année, réside dans la présentation des activités des programmes de français. Dans le passé, les activités de ces programmes étaient présentées séparément. Cette méthode de présentation prêtait à confusion et des membres ont fait remarquer que la distinction des deux secteurs créait un risque de fragmentation. Dans le but de simplifier la présentation du plan et de l'orientation de 2017 et à l'appui du thème du congrès de cette année, *Deux langues, une voix forte*, les activités des programmes de français ont été intégrées dans le plan global.

II. REPOSITIONNEMENT POUR 2017

Cette section explique le nouveau rôle proposé de l'association :

- les antécédents et l'historique;
- le processus de délibération;
- le rôle proposé;
- le plan de transition pour adopter le nouveau rôle.

A. CONTEXTE ET HISTORIQUE

Depuis sa création en 2008, Langues Canada s'efforce d'être une association inclusive qui donne voix à l'ensemble du secteur canadien de l'enseignement des langues. Bien qu'aucune campagne de recrutement de membres n'ait été menée, les adhésions ont presque doublé. Dans le passé, même lorsque des programmes non membres ont fermé, Langues Canada est intervenu pour protéger la réputation du Canada et appuyer les étudiants vulnérables. À mesure que le secteur et l'association ont pris de l'ampleur et que le gouvernement a adopté un rôle de surveillance, la charge de travail de l'association a considérablement augmenté et la complexité des dossiers s'est accrue, à l'instar de la responsabilité de l'association.

Jusqu'en 2008 les gouvernements fédéral et provinciaux se sont peu intéressés au secteur international de l'enseignement des langues du Canada. Mais, l'adoption d'un concept proposé par notre prédécesseur, l'ACELP, en vue de créer une marque nationale pour l'éducation internationale a marqué le début de la participation gouvernementale en matière de surveillance et, pour la première fois, les provinces se sont impliquées. Toutefois, même à cette époque, le secteur de l'enseignement des langues du Canada évoluait dans un contexte qui n'était pas assujéti à une surveillance législative, réglementaire et gouvernementale propre au secteur. Dans ce vase clos, Langues Canada a créé et

établi un cadre volontaire pour l'assurance de la qualité, la protection des étudiants et le comportement éthique. La deuxième vague de participation gouvernementale en matière de surveillance est survenue à la suite des modifications réglementaires qu'a apportées Citoyenneté et Immigration Canada au Programme des étudiants étrangers, en 2014 et les provinces ont pris les mesures voulues pour se conformer à leurs nouvelles responsabilités de surveillance. Chaque province a réagi différemment, certaines adoptant des mesures de surveillance au niveau législatif, d'autres au niveau réglementaire et une d'entre elles ne prenant aucune mesure. Les changements établis par CIC (maintenant IRCC) ont touché tous nos membres. Certaines modifications provinciales englobaient des programmes des secteurs privé et public et d'autres, seulement le secteur privé. Bref, bien qu'il ne s'agisse pas d'une simple approche nationale à la surveillance, il ne fait aucun doute que le **gouvernement a assumé un rôle de surveillance du secteur**. Une question fondamentale se pose ainsi pour Langues Canada : quel est notre nouveau rôle en ce qui concerne la surveillance du secteur et notre responsabilité étant donné que le gouvernement s'est placé dans cette position?

Une des réussites à laquelle peut prétendre l'association est la reconnaissance de notre *cadre d'assurance de la qualité* et des données et connaissances de notre secteur – bref, notre expertise en la matière. Ces connaissances ont appuyé un grand nombre de nos efforts de défense des intérêts et permis aux gouvernements provinciaux de mieux comprendre l'enseignement des langues, en plus de placer favorablement nos membres dans les contextes provinciaux. Les programmes non membres ont également reconnu l'association et, depuis 2008, l'association est passée de 125 à 229 membres en 2014, maintenant toujours une proportion de 60/40 pour les programmes des secteurs privé et public. Les programmes de français ont maintenu leur proportion de 10 % des adhésions. La croissance des effectifs a permis d'accroître les revenus de l'association et, à certains égards, a ajouté plus de poids à nos efforts de défense des intérêts. Il y a toutefois lieu de mentionner qu'étant donné que la vaste majorité des programmes les plus importants et les mieux établis au pays étaient déjà membres, le nombre d'étudiants qu'accueillent les membres de Langues Canada a très peu augmenté.

La croissance a également présenté des défis en dehors de la gestion et de la représentation d'un effectif plus nombreux. En cette période d'incertitudes réglementaires, les inscriptions d'étudiants ont baissé et l'incertitude financière de certains programmes membres a accru le risque pour Langues Canada, alors que nous maintenons notre engagement à protéger les investissements des étudiants et à gérer les plaintes. Dans quelques cas, l'adhésion a été révoquée, une fois en raison d'un comportement contraire à l'éthique. Les membres qui ont posé des problèmes pour l'association nous ont coûté cher. Une quantité excessive de ressources, tant financières qu'humaines, a été consacrée à la résolution des problèmes que quelques membres ont causés, mais on peut soutenir que le coût le plus important est peut-être la réputation de l'association.

Compte tenu de notre nouveau contexte, nous nous demandons à présent si le rôle qu'a joué Langues Canada dans la surveillance de l'ensemble du secteur est le plus avantageux pour l'association et ses membres à l'avenir. En outre, il est clair que bien que les règlements, les politiques et les processus de l'association convenaient à un nombre moindre de membres dans le contexte réglementaire de 2008, l'effectif accru et le nouvel environnement réglementaire exigent de nouveaux règlements et processus pour respecter notre promesse de qualité, garantir notre protection et défendre notre droit d'action.

B. PROCESSUS DE DÉLIBÉRATION

Comme le veut la coutume à l'association, le processus utilisé pour arriver à d'importantes décisions est mûrement réfléchi et inclusif. Le comité exécutif s'est réuni à l'automne 2016 pour examiner la situation et explorer les possibilités. Les membres de la direction étaient convaincus que Langues

Canada devait changer et s'adapter en vue de respecter l'intention originale de l'association : appuyer et accroître la qualité, protéger les étudiants et défendre efficacement le secteur et les membres. Les idées qui en ont résulté ont été présentées au conseil d'administration qui, après en avoir discuté, a convenu des principes de la proposition et demandé que les membres soient consultés. Les membres de la direction ont procédé à des consultations des membres grâce à un sondage en ligne, des rencontres individuelles et des téléconférences. Les consultations avaient non seulement pour but de présenter le repositionnement proposé, mais aussi d'évaluer le soutien des membres et d'obtenir leurs commentaires. Les résultats du sondage ont fait ressortir le désir de continuer à être une association inclusive qui appuie les membres, mais de s'éloigner du rôle de représentation de tous les programmes au Canada, et de se vouer à représenter les programmes qui montrent un engagement envers l'assurance de la qualité, la protection des étudiants et les pratiques conformes à la déontologie. Des résultats plus détaillés, tirés du sondage sur le rôle de Langues Canada, figurent à l'annexe II. Les objectifs et les mesures qui en découlent sont le fruit du processus de délibération.

C. RÔLE PROPOSÉ

Une association dont les membres se vouent à la qualité, la protection des étudiants et les pratiques conformes à la déontologie.

Étant donné que de nombreux gouvernements au Canada (et certains à l'étranger) favorisent l'adhésion à Langues Canada et comptent sur l'association pour appuyer leurs processus de surveillance et de sélection, il est naturel pour de nombreux programmes de vouloir être membres de Langues Canada. La question qui se pose est la suivante : est-ce que les membres de Langues Canada désirent une association qui souhaite compter autant de membres que possible ou une association qui représente un groupe qui montre un engagement réel et concret envers une meilleure qualité, la protection des étudiants et un comportement éthique? Les consultations et les délibérations ont clairement indiqué que la majorité des membres préfère le deuxième choix.

Que signifie en réalité ce repositionnement?

1. Se concentrer sur la surveillance des membres, non du secteur.
2. Rester engagé envers le maintien des normes de Langues Canada.
3. Laisser au gouvernement le soin de surveiller l'ensemble du secteur, incitant continuellement le gouvernement à adopter des politiques appropriées et progressives.
4. Améliorer la surveillance des membres afin d'appuyer leur croissance et d'assurer le respect des valeurs et des normes de Langues Canada.
5. Distinguer les membres de Langues Canada des non-membres : créer une proposition de valeur distincte qui rehaussera les occasions de recrutement et de partenariats, fournir aux membres un accès moins coûteux et plus facile aux mécanismes de surveillance gouvernementaux, offrir des possibilités de perfectionnement professionnel et de recherche de qualité et représenter les intérêts des membres auprès des gouvernements et de leurs propres établissements.
6. Mettre à jour les critères d'adhésion, la gouvernance, les politiques et les processus pour tenir compte des nouvelles conditions.
7. Assurer une nette séparation des mécanismes de surveillance du gouvernement et d'Orion Assessment Canada, afin de clairement distinguer les programmes membres et non membres et de renforcer notre position à titre de principal organisme représentatif canadien de l'enseignement des langues.

D. ADOPTER LA NOUVELLE POSITION – PLAN DE TRANSITION

Bien que l'association redécouvre et renforce ses racines, il ne fait aucun doute que les changements proposés exigeront une approche attentive et mûrement réfléchie pour examiner et mettre en application les nouveaux règlements. Tout d'abord, comment pouvons-nous nous assurer de respecter les réalités de tous les membres? Est-ce qu'une modification proposée touchera une grande école internationale différemment d'un petit programme? Comment est-ce qu'un nouveau règlement administratif aurait un impact sur les programmes publics et privés, français et anglais, de grandes villes et de régions éloignées? Est-ce qu'une nouvelle condition d'adhésion proposée pourrait nuire à un membre de longue date qui gère un programme respecté?

On propose qu'au cours des douze prochains mois, l'association :

1. mette à jour les règlements administratifs;
2. mette à jour le code de déontologie;
3. crée de nouvelles conditions d'adhésion (qui seront incluses dans les règlements administratifs);
4. étudie et propose les conditions financières d'adhésion.

Les travaux :

1. seront dirigés par le comité exécutif;
2. seront supervisés par le conseil d'administration;
3. engageront les membres par le biais de comités appropriés ou de groupes de travail;
4. seront exécutés par les membres de la direction;
5. seront approuvés par les membres à la célébration du 10^e anniversaire de Langues Canada, en 2018.

III. DÉFENSE DES INTÉRÊTS

VUE D'ENSEMBLE

En vertu de la nouvelle position proposée de Langues Canada, le plan de défense des intérêts décrit les efforts et les objectifs en matière de défense des intérêts pour 2017.

Principes directeurs

- Placer Langues Canada en tant qu'association qui représente des programmes canadiens de langues qui se vouent à offrir des services de la plus haute qualité;
- Présenter Langues Canada à titre d'organisme de référence incontournable et indispensable du Canada, pour l'enseignement de l'anglais et du français;
- Inciter le gouvernement à adopter des lois, des règlements et des politiques qui protègent les étudiants étrangers et permettent l'innovation et la croissance;
- Promouvoir les programmes membres dans leurs établissements et régions.

Objectifs

1. Accroître la réputation et la crédibilité de l'association, au-delà des programmes membres.
2. Faire reconnaître l'enseignement des langues comme composante intrinsèque de l'éducation.
3. Appuyer les programmes du secteur public afin qu'ils soient mieux reconnus dans leurs propres établissements.
4. Susciter et appuyer toutes les initiatives favorisant la croissance et l'innovation dans le secteur – dénoncer celles qui sont nuisibles aux programmes membres et s'y opposer (lois, règlements, politiques ou mesures).

A. ACCROÎTRE LA RÉPUTATION ET LA CRÉDIBILITÉ DE L'ASSOCIATION, AU-DELÀ DES PROGRAMMES MEMBRES

- Faire reconnaître LC afin d'exercer une plus grande influence – tout au long de l'année.
- Coordonner avec le CCEI les efforts en matière de défense des intérêts – tout au long de l'année.
- Faire part à des associations internationales de nos efforts en matière de défense des intérêts et les coordonner avec celles-ci – tout au long de l'année.
- Renforcer les liens avec le CMEC – janvier-juin.
- Établir des liens solides avec le *Comité consultatif fédéral-provincial sur les activités internationales liées à l'éducation* (CCFPAIE) – avril-juin.
- Éduquer le public – tout au long de l'année (surtout en juillet avec la JED et le 150^e anniversaire du Canada).
- Faire des représentations au fédéral – tout au long de l'année.
- Contacter et influencer les ministres provinciaux détenteurs de portefeuilles clés.
- Identifier et influencer les champions (5 députés fédéraux).
- Poursuivre le programme des ambassadeurs de Langues Canada (20 ambassadeurs).

B. FAIRE RECONNAÎTRE L'ENSEIGNEMENT DES LANGUES COMME COMPOSANTE INTRINSÈQUE DE L'ÉDUCATION

- **Obtenir des renseignements** sur chaque province et faire une analyse de chacune d'entre elles.
- **Cerner** les meilleurs modèles pour le soutien de l'industrie (secteurs public et privé).
- **Influencer les ministres clés de l'Éducation.**
- **Collaborer aux initiatives conjointes d'éducation internationale.**
- **Promouvoir les programmes préparatoires.**

C. APPUYER LES PROGRAMMES DU SECTEUR PUBLIC AFIN QU'ILS SOIENT MIEUX RECONNUS DANS LEURS PROPRES ÉTABLISSEMENTS

- Mener des recherches sur les programmes universitaires et collégiaux et leur contexte.
- Créer un plan pour mettre en valeur et appuyer les programmes de langues dans les secteurs universitaire et collégial.
- Exécuter les activités cernées.

D. CRÉER UN ENVIRONNEMENT POLITIQUE FAVORABLE

1. DÉFENSE DES INTÉRÊTS AU NIVEAU FÉDÉRAL

Appuyer la croissance et la qualité

- Demander la prise de mesures pour garantir la qualité de l'offre canadienne.
- Demander la création d'un permis d'étudiant de *programme préparatoire*.
- **Accès au travail pour les étudiants inscrits à des programmes membres de LC**
- Rencontrer le ministre Husen (IRCC).
- Obtenir le droit au travail pour les étudiants étrangers inscrits à des programmes de langues.

Renverser la politique sur les doubles visas

- Prôner le renversement de la politique sur les doubles visas.
- Proposer un visa d'étudiant de programme préparatoire.

Influencer la stratégie du Canada en matière d'éducation internationale

- Rédiger et communiquer des messages clés.
- Accroître la représentation.
- S'assurer que les membres de LC sont répertoriés sur le site Web d'IRCC.

2. DÉFENSE DES INTÉRÊTS AU NIVEAU PROVINCIAL

Toutes les provinces

- Susciter des changements positifs aux lois, règlements et politiques.
- Reconnaître les programmes membres.
- Établir des relations avec les organismes provinciaux d'éducation et les fonctionnaires.

Colombie-Britannique

- Se préparer en vue des élections de mai 2017 et y participer.

Ontario

- Obtenir l'adoption de lois propres au secteur.

Québec

- S'assurer que les membres du secteur privé peuvent avoir accès à la désignation.
- Demander que le secteur de l'enseignement des langues soit reconnu en vertu de la loi au Québec.

IV. COMMUNICATIONS

Les communications sont au service des activités de base de l'association : défense des intérêts, affaires internationales et services aux membres.

VUE D'ENSEMBLE

- Avoir un bon impact médiatique, rehausser le profil du secteur et de l'association au-delà du monde limité de l'éducation internationale au Canada.
- Simplifier les communications.
- Lancer de nouveaux outils à l'appui des affaires internationales, de la défense des intérêts et des services aux membres.
- Lancer de nouveaux outils pour la gestion des données.

1. MÉDIAS SOCIAUX

LC continuera à élargir sa présence dans les médias sociaux et à y avoir recours à l'appui des objectifs en matière de défense des intérêts, de promotion et d'effectifs de l'association.

2. PROJET DE LOGICIEL CRM

En avril 2017, LC lancera un système de gestion de la clientèle (CRM) dans le but d'appuyer les services aux membres, les affaires internationales, la recherche et la défense des intérêts. La plateforme fournira plus de données et de renseignements sur les membres, les partenaires et les tendances, ce qui permettra à LC de mieux servir ses membres.

3. RELATIONS PUBLIQUES ET AVEC LES MÉDIAS

- Établir des relations proactives avec les médias pour développer et cultiver des relations avec les journalistes et les blogueurs.
- Assister à des événements de réseautage et des dîners pour appuyer l'établissement de relations.
- Travailler avec des consultants externes pour appuyer notre stratégie en matière de médias et d'affaires publiques.
- Dresser et tenir à jour une solide liste de contacts gouvernementaux et médiatiques.
- Inviter des journalistes et des intervenants gouvernementaux aux principaux événements.
- Se mettre en contact avec des journalistes et des blogueurs au moyen de lettres de présentation ciblées et de médias sociaux.
- Promouvoir les activités de marketing de LC dans les marchés locaux, nationaux et internationaux.
- Avoir recours à Canada NewsWire pour diffuser des communiqués de presse, des communiqués de médias sociaux et des articles, le cas échéant.

4. JOURNÉE DES ÉTUDIANTS DU MONDE 2017

Tout comme en 2016, la stratégie médiatique de cette année sera axée sur le parcours des étudiants, de l'immigration au marché du travail, et soulignera l'importance de l'éducation linguistique.

V. AFFAIRES INTERNATIONALES

Le plan des affaires internationales de Langues Canada se compose de deux sections qui portent sur les domaines essentiels de l'activité internationale de l'association : le marketing et la promotion, d'une part, et les relations internationales, d'autre part. Le marketing et la promotion se vouent aux activités de recrutement et de promotion afin d'accroître le potentiel d'exportation du secteur et de nos membres. Les relations internationales sont axées sur les activités qui appuient la position du secteur, permettant la coopération et l'échange, et comptent des accords-cadres entre Langues Canada et des partenaires étrangers.

PRINCIPES

- Mettre en vue le secteur et l'association pour l'atteinte des objectifs d'affaires et de défense des intérêts.
- Recouvrer 75 % des coûts.
- Appuyer les programmes membres.
- Occuper la place que seulement Langues Canada peut occuper.

STRATÉGIE ET BUTS POUR LE MARKETING ET LA PROMOTION

1. Ouvrir des débouchés pour les membres dans les marchés en développement, pour lesquels ils n'auraient peut-être pas le temps et les ressources nécessaires pour le faire eux-mêmes.
2. Créer des occasions abordables de participation pour les membres par le biais de marketing créatif et de financement d'OMA. Permettre aux membres de participer à un moindre coût aux événements de LC.
3. Aider les membres aux événements ICEF à Berlin, Toronto et Miami.
4. Avoir recours à des événements et des occasions de marketing et de promotion pour prôner d'autres priorités de LC, comme la défense des intérêts, les partenariats et la stratégie de marque.
5. Cibler des secteurs de l'industrie (p. ex. tourisme, automobile, affaires, etc.) pour des occasions de formation du personnel, avec l'aide des bureaux commerciaux d'*Affaires mondiales Canada* (AMC, anciennement MAECD), par l'intermédiaire de délégués commerciaux.
6. Offrir plus efficacement la marque de LC aux agents, afin de leur permettre de constater la valeur de travailler uniquement avec des membres de LC au Canada.

A. MARKETING ET PROMOTION

1. ACTIVITÉS D'AGENCES

- Les délégués commerciaux, les membres et les partenaires constatent une hausse des occasions en matière d'éducation linguistique dans d'autres secteurs.
- Faire de la recherche et informer les agents comment ils peuvent aider les membres de LC à contacter des représentants de l'industrie locale, créer une trousse d'information sur la façon dont les membres de LC peuvent profiter de ces occasions et organiser des séminaires sur la formation relative à l'industrie.

Créer un système de reconnaissance des agents de LC

Établir un profil et un système de reconnaissance, identifier les agents et promouvoir les inscriptions.

2. INITIATIVES DE RECHERCHE

Données sur les visas et l'immigration

Mieux faire connaître les sources de données actuelles sur les questions liées à l'immigration, demander plus de données de CIC sur les permis d'études délivrés, par pays d'origine ET type de cours.

Problèmes concernant les visas

Accroître le nombre de membres qui acheminent les lettres de refus de visas, mieux assurer le suivi des refus de visas pour cerner les tendances et à des fins de recherche, améliorer les liens avec les bureaux des visas à l'étranger et au Canada.

Étude de marché pour les programmes de français

À la suite de la première étude de marché pour les programmes de français, menée par StudentMarketing, une présentation de suivi semestrielle sera faite. La recherche sera axée sur quatre pays francophones : la France, le Canada, la Suisse et la Belgique. Nos membres se réuniront avant la deuxième étude pour y ajouter quelques éléments. Cette recherche sera présentée à nos membres au congrès annuel de 2018 de Langues Canada.

3. MISSIONS COMMERCIALES

Créer des occasions uniques pour nos membres, mieux mettre en vue notre association et fournir des renseignements commerciaux exacts à nos membres.

- Mission commerciale en Italie
- **Mission commerciale au Mexique**
- **Mission commerciale au Kazakhstan**

4. VISITES DE FAMILIARISATION

Visite de familiarisation pour les programmes de français

Une visite de familiarisation à l'intention des programmes de français est prévue pour septembre. Le but est de faire connaître les programmes de français aux agences des pays identifiés dans une récente recherche menée par StudentMarketing. Malheureusement, en 2016, en raison d'un manque d'intérêt des membres, la visite de familiarisation a été annulée.

Visite de familiarisation en Alberta et dans les Prairies canadiennes

Le comité des affaires internationales a cerné des occasions pour permettre à des agents de visiter les principales villes de l'Alberta et des Prairies, afin de mieux mettre en vue les membres de LC auprès des principales agences qui ont participé à nos missions commerciales.

Objectifs

- Promouvoir et mettre en valeur les avantages que nos membres peuvent offrir en tant que destinations d'études dans les Prairies.
- Inviter des agents, surtout des pays d'Amérique latine qui intéressent vivement nos membres.

5. ATELIERS, SALONS ET CONGRÈS

Ateliers de l'ICEF

- Vancouver : du 23 au 25 avril.
- Berlin : du 29 au 31 octobre.
- Miami : du 11 au 13 décembre.

Collaboration avec les délégués commerciaux

- Créer un système et un processus visant à travailler avec les membres de LC et les délégués commerciaux.
- Informer les délégués commerciaux des façons de mieux travailler avec les membres de LC.
- Offrir des webinaires organisés par région.
- Dates proposées : juin, juillet et août.
- Présenter un webinaire aux membres de LC pour les renseigner au sujet des possibilités relativement aux délégués commerciaux.
- Informer les membres de LC des occasions que les Affaires internationales peuvent saisir pour eux.

ACTFL – American Council on the Teaching of Foreign Languages

- Le congrès de l'ACTFL aura lieu cette année du 17 au 19 novembre 2017, à Nashville, au Tennessee (É.-U.). L'ACTFL se voue à améliorer et accroître l'enseignement et l'apprentissage des langues à tous les niveaux d'apprentissage. L'ACTFL compte plus de 12 500 professeurs de langues et administrateurs.

AATF – Association des professeurs de français aux États-Unis

- La 89^e assemblée annuelle de l'Association des professeurs de français aux États-Unis aura lieu du 16 au 19 juillet 2017, à Saint-Louis, Missouri (É.-U.). L'AATF est le seul organisme professionnel voué exclusivement aux besoins des professeurs de français à tous les niveaux.

6. PRÉSENCE NUMÉRIQUE

Harmoniser le plan des affaires internationales avec la gestion des communications de Langues Canada pour les outils suivants : applications, médias sociaux, renvois.

B. RELATIONS INTERNATIONALES

1. POURSUIVRE LES ACTIVITÉS EN VERTU DU PROTOCOLE D'ENTENTE AVEC LE MINISTÈRE DE L'ÉDUCATION DU BRÉSIL ET ENVISAGER DES ENTENTES AVEC D'AUTRES PAYS

- Explorer les possibilités d'accords avec le Mexique et la Colombie.
- Intégrer l'enseignement canadien des langues dans les efforts d'internationalisation.

2. COLLABORER AVEC DES ASSOCIATIONS D'AGENCES

- Examiner les accords actuels et fournir les renseignements nécessaires.

- Déterminer quelles autres associations nous pouvons ou devrions cibler, avec quels objectifs et leur lien avec nos autres objectifs.
- Participer aux AGA des associations d'agents.
- Présenter Langues Canada au moyen de conférenciers invités, si possible.

HÉRACLÈS (*Hautes études et recherches pour les apprentissages dans les centres de langues de l'enseignement supérieur*)

Le Forum mondial HÉRACLÈS aura lieu à Prague, du 17 au 20 mai 2017 et le thème sera « Promouvoir la langue française et son enseignement en milieu universitaire par le renforcement de la relation formation/emploi ». Toutes les universités francophones membres de Langues Canada sont admissibles à participer à ce forum.

VI. ASSURANCE DE LA QUALITÉ

- Examiner et proposer des exigences financières pour les normes.
- Appuyer la création et la mise en œuvre de vérifications de conformité.
- Examiner et mettre à jour les compétences des enseignants dans les normes.

VII. EFFECTIFS

- Se préparer en vue du 10^e anniversaire de l'association, y compris une célébration et un congrès du 10^e anniversaire.
- Créer un document de proposition de valeur pour les collèges, les universités et les membres du secteur privé.
- Mettre à jour les critères d'adhésion, les règlements administratifs et le code de déontologie afin de tenir compte du nouveau contexte pour l'association et le changement de rôle et d'orientation.
- Déterminer comment établir une preuve de solvabilité financière pour assurer la stabilité financière et le comportement financier éthique des membres et réduire le risque pour l'association.

Activités au Canada

Dixième congrès annuel de Langues Canada – du 26 février au 1^{er} mars 2017

Le programme du congrès comptera des ateliers intéressants et novateurs pour tous les participants et donnera l'occasion de réseauter avec des représentants du secteur. Étant donné que le congrès aura lieu à Québec cette année, le secteur francophone de l'enseignement des langues sera bien représenté à l'événement.

Journée des étudiants du monde – le 7 juillet 2017

La Journée des étudiants du monde de Langues Canada est un événement annuel célébrant les étudiants étrangers inscrits à des programmes de langues au Canada, afin de reconnaître leur précieuse contribution à notre éducation, notre culture et notre économie. Des événements prévus dans plusieurs villes partout au Canada, le 7 juillet, visent à attirer environ 7 000 étudiants.

Forum d'échange sur le français langue étrangère et seconde – octobre 2017

Le forum français rassemble des intervenants des secteurs privé et public qui enseignent le français langue seconde, des membres et non-membres de Langues Canada ainsi que des représentants du ministère de l'Éducation et de l'Enseignement supérieur, du ministère des Relations internationales et de la Francophonie et des représentants de la francophonie du Canada et de l'étranger.

Webinaires

Langues Canada présentera des webinaires à l'appui du perfectionnement professionnel, de la promotion des programmes membres et des initiatives de défense des intérêts. Les sujets proposés sont : la présentation de recherches et de rapports; « Comment travailler avec les délégués commerciaux »; les occasions de marketing, et la défense des intérêts des membres de Langues Canada.

Participation de Langues Canada et implication à des événements sur la francophonie – Semaine de la francophonie, du 18 au 26 mars 2017.

VIII. ANNEXE I – BUDGET DE 2017 (anglais seulement)

| ITEM | 2017 BUDGET | | 2016 BUDGET AND RESULTS | | | |
|------------------------------------|-------------|------------------|-------------------------|------------------|-------------|------------------|
| | | | ESTIMATED RESULTS | | BUDGET 2016 | |
| Membership Fees | | 665,160 | | 665,160 | | 681, 950 |
| Conference Fees – 2017 | 89,250 | | 86,318 | | 79,000 | |
| Conference Sponsorships – 2017 | 40, 000 | | 61,150 | | 62,250 | |
| Conference Expenses – 2017 | -110, 000 | | -115,702 | | -110,000 | |
| Conference Net Profit / Loss | | 19,250 | | 31, 766 | | 31,250 |
| Grants – DFAIT / PCH | | | | | | 0 |
| International Affairs | | | | | | |
| Advertising Revenue | 0 | | | | 10,000 | |
| Agency and Industry Activities | 0 | | | | 3,000 | |
| FAM Tour Revenue | 113,500 | | | | | |
| Trade Mission Revenue | 127,185 | | 146,894 | | 186,470 | |
| Trade Shows | 10,000 | | 5,000 | | 0 | |
| Research Revenue | 3,000 | | 450 | | 0 | |
| Forums and other events | 0 | | 14,000 | | 74,455 | |
| French Program Activity | 21,480 | | 17,306 | | 11,290 | |
| Total International Affairs | | 275,165 | | 183,650 | | 285,215 |
| World Student Day Revenue | | 52,750 | | 41,910 | | 44,000 |
| Sponsorship Revenue | | 30,500 | | 29,000 | | 29,000 |
| Partnership | | 10,000 | | 14,770 | | 17,500 |
| Interest Income | | 2,000 | | 1,589 | | 4,500 |
| DFATD GOA (2017/18) | | 35,000 | | 16,113 | | 12,651 |
| DFATD GOA (2016/17) | | 76,179 | | 27,884 | | 78,863 |
| Misc. Revenue | | 5,000 | | 0 | | 9,125 |
| TOTAL REVENUE | | 1,171,004 | | 1,011,682 | | 1,194,054 |

| EXPENSES | | | | | | |
|--|-------------|----------------|-------------------------|---------------|-------------|----------------|
| ITEM | 2017 BUDGET | | 2016 BUDGET AND RESULTS | | | |
| | | | ESTIMATED RESULTS | | BUDGET 2016 | |
| Payroll Expense, including benefits | | 582,553 | | 590,682 | | 636,940 |
| Administrative Expenses | | | | | | |
| Advocacy | | | | | | |
| Federal | 9,928 | | | | 13,301 | |
| Provincial | 15,845 | | | | 18,680 | |
| World Student Day | 48,000 | | 35,638 | | 39,450 | |
| Ambassador Program | 288 | | | | 317 | |
| Programmes français | 3,356 | | | | 3,592 | |
| Consultants | | | | | 0 | |
| Representation Travel | | | 25,842 | | 0 | |
| Advocacy Research | 5,680 | | 5,579 | | 0 | |
| Advocacy Expenses | 3,524 | | 5,471 | | | |
| Total Advocacy | | 86,621 | | 72,529 | | 75,340 |

| | | | | | | |
|---|--------|------------------|--------|------------------|---------|------------------|
| International Affairs | | | | | | |
| Agency and Industry Activities | | | | | 2,500 | |
| Advertising | | | | | 0 | |
| Promotional Material | | | | | 0 | |
| Outreach Activities | 3,000 | | 2,721 | | 0 | |
| Trade Shows | 14,180 | | 10,588 | | 13,000 | |
| FAM Tours | 96,386 | | | | 0 | |
| Trade Missions and Events | 91,405 | | 95,042 | | 141,806 | |
| Exploratory Missions | 0 | | 3,174 | | 0 | |
| Forums and Other Events | 0 | | 20,456 | | 74,779 | |
| French Program Activity | 26,245 | | 22,318 | | 10,620 | |
| Total International Affairs | | 231,216 | | 154,298 | | 242,705 |
| Communications | | | | | | |
| CRM and Website | 90,000 | | 17,040 | | 20,000 | |
| Translation | 20,000 | | 23,205 | | 20,000 | |
| Communication Expenses | 1,800 | | 6,246 | | 4,950 | |
| Advertising and Social Media | 3,500 | | 472 | | 26,000 | |
| Public Relations and Media | 33,500 | | 20,172 | | 28,600 | |
| Total Communications | | 153,800 | | 67,136 | | 109,550 |
| Accounting, Audit and Legal | | 40,000 | | 43,094 | | 20,000 |
| Bank and Credit Card Charges | | 5,000 | | 4,886 | | 4,500 |
| Insurance | | 3,600 | | 3,473 | | 3,600 |
| Memberships and Governance | | 700 | | 550 | | 600 |
| Courier and Postage | | 1,800 | | 1,350 | | 2,000 |
| Office and General | | | | | | |
| Office Supplies and Equipment | 2,500 | | 2,257 | | 3,000 | |
| Miscellaneous | 3,000 | | 1,360 | | 4,300 | |
| Printing and Copying | 0 | | | | 0 | |
| Total Office and General | | 5,500 | | 3,617 | | 7,300 |
| Professional Development Fund | | 0 | | 6,459 | | 8,500 |
| Recruitment Expenses | | 0 | | | | 0 |
| Staff Development | | 2,999 | | 3,870 | | 0 |
| Telecom | | 18,000 | | 16,707 | | 18,000 |
| Travel | | 28,000 | | 31,702 | | 30,000 |
| Contingency Fund | | 10,000 | | 0 | | 10,000 |
| Total Administrative Expenses | | 587,235 | | 409,762 | | 532,095 |
| Total Administrative Expenses, including Payroll | | 1,169,788 | | 1,000,444 | | 1,169,035 |
| EXCESS REVENUE OVER EXPENSES | | 1,216 | | 11,238 | | 25,019 |

IX. ANNEXE II – RÔLE DE LANGUES CANADA, RÉSULTATS DU SONDAGE AUPRÈS DES MEMBRES

QUESTION 1

L'association devrait s'efforcer d'englober tous les programmes d'enseignement des langues au Canada (ou autant que possible), son nombre de programmes faisant œuvre de principal pilier. Toutefois, tous les programmes seraient tenus d'être accrédités en vertu du régime d'Orion, qui a recours aux normes de Langues Canada.

| | Oui | Non | Total |
|-----------------------|-----|-----|-------|
| Secteur public | 3 | 14 | 17 |
| Secteur privé | 20 | 4 | 24 |
| Total | 24 | 18 | 41 |

QUESTION 2

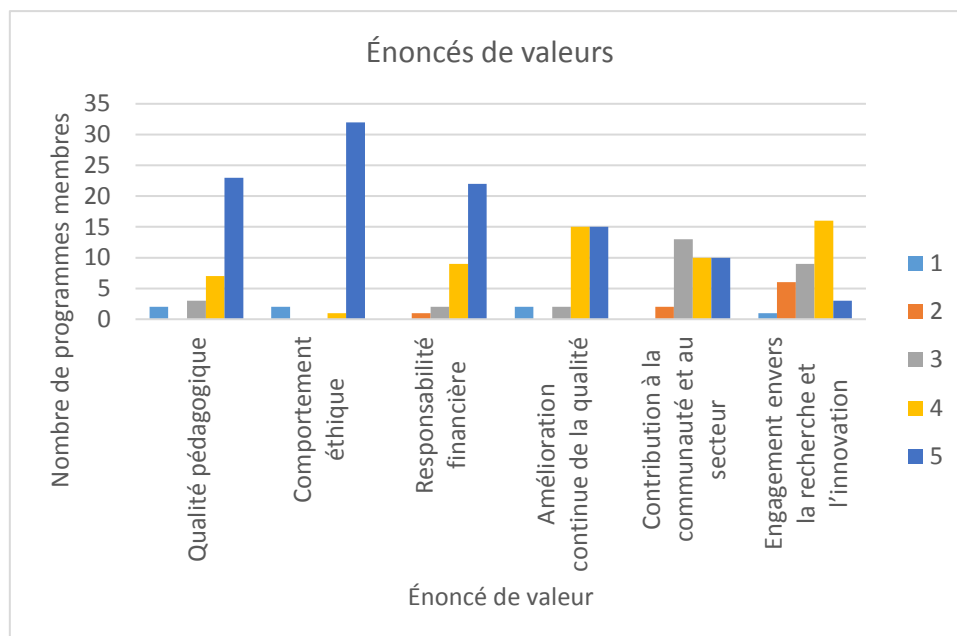
Pour le moment, l'association devrait principalement mettre l'accent sur la représentation des programmes de langues voués à l'éducation internationale, qui montrent leur engagement et leur capacité à assurer une meilleure qualité dans tous les aspects liés à la prestation des programmes de langues. Cette position s'appuierait sur la qualité et la protection des étudiants comme principaux piliers. L'accréditation en vertu du régime d'Orion, faisant appel aux normes de Langues Canada, représenterait une exigence minimale.

| | Oui | Non | Total |
|-----------------------|-----|-----|-------|
| Secteur public | 15 | 3 | 18 |
| Secteur privé | 20 | 4 | 24 |
| Total | 35 | 7 | 42 |

De nombreux membres ont répondu « oui » aux deux questions. Les commentaires des membres jettent un peu de lumière. Beaucoup ne considéraient pas les premier et deuxième énoncés comme mutuellement exclusifs. En fait, les membres semblaient croire que la meilleure solution serait d'accroître le nombre de membres de qualité. Les membres ont cité la force du nombre comme raison de hausser les effectifs. Ceux qui ont répondu « non » à la deuxième question estimaient que les normes de LC assurent déjà la qualité ou n'étaient pas d'accord que le système d'accréditation soit nécessairement celui d'Orion.

A. ÉNONCÉS DE VALEURS

Ceux qui ont répondu « oui » à la question 2 devaient évaluer chacune des valeurs suivantes sur une échelle de 1 (pas important) à 5 (très important).



Outre les énoncés de valeurs ci-dessus, les membres ont également mentionné ce qui suit : la recherche et l'innovation ne sont pas nécessairement possibles dans tous les établissements, en fonction de la capacité (2 membres), l'évaluation de la qualité comme résultat et compétence (1 membre), le versement des honoraires des agents responsables (1 membre), la prise de conscience accrue de LC (1 membre), le respect de la réglementation gouvernementale (1 membre) et l'expérience des étudiants (1 membre).

B. COMMENTAIRES

Les membres pouvaient faire des commentaires supplémentaires à la fin du sondage. Certains ont saisi l'occasion pour faire observer que la proposition de valeur pour les membres de Langues Canada n'est pas toujours bien précisée et que les efforts ne sont pas toujours axés sur ce qui est important pour eux en tant que membres. Par exemple, plus d'un membre du secteur public a mentionné que la défense des intérêts de LC semble davantage viser les besoins du secteur privé, comme le droit au travail. D'autres ont commenté que LC devrait plus se concentrer sur le recrutement à l'étranger et la promotion du secteur. Certains membres se sont dits préoccupés qu'un nombre moindre de membres puisse signifier des cotisations plus élevées, empêchant ainsi de bons (mais petits) programmes d'adhérer à l'association. D'autres ont mentionné souhaiter un perfectionnement professionnel accru.

C. CONCLUSION

Le sentiment général était que Langues Canada devrait se concentrer sur la qualité, s'assurer que les membres respectent les critères d'adhésion et prendre des mesures pour faire face convenablement et rapidement à tout non-respect des critères. De même, les exigences ne devraient pas être si rigoureuses qu'elles dissuadent, en premier lieu, les programmes de faire une demande d'adhésion ni

ne privent les effectifs de leur droit de représentation. Les règlements doivent être clairs et transparents, à l'instar de toute situation dans laquelle un membre les a enfreints – quelques membres étaient étonnés de ne pas avoir entendu parler des récentes suspensions.