

LA PUISSANCE DE LA MISSION ET VISION D'ENTREPRISE

Mme Marie-France Nault / Sphère Coaching

Dans cette formation vous apprendrez à rédiger une mission et une vision d'entreprise en lien avec ce que vous voulez vraiment accomplir. Ce que vous transmettez aux gens que vous croiserez, à vos clients et ceux avec qui vous aurez l'occasion de créer des partenariats, sera plus puissant avec des convictions bien enracinées vers le chemin que vous décidez de prendre. Votre sentiment de faire une différence avec votre projet d'entreprise sera amplifié afin de créer votre réalité, votre réussite.

Plan de formation proposé:

- De l'intention à la prise de décision
- L'ADN de l'entreprise. Mission/vision/valeurs
- Apprendre à se fixer des objectifs réalisables
- Définition d'une mission et d'une vision d'entreprise
- À quoi tout cela sert-il ?
- L'importance de l'énoncer de mission
- Comment créer sa mission entrepreneuriale
- 4 étapes de rédaction
- Des exemples de grandes entreprises
- Maintenir le cap ou le changer ?
- L'importance de savoir bien s'entourer
- Décisions et engagements

Suite à cette formation, les participants :

- Apprendront l'importance de la mission et vision d'entreprise pour réussir leur projet
- Repartiront avec des connaissances et des outils applicables au quotidien
- Auront la possibilité d'obtenir un suivi avec la formatrice selon le besoin

MARKETING DE BASE

M. Serge Comtois / Autre Chose Formation

C'est bien beau d'avoir les meilleurs produits du monde et d'offrir le meilleur service, mais si personne ne le sais à quoi bon! Identifier sa clientèle cible et choisir les bons médias pour les rejoindre. Explorer les grandes règles de base du marketing et identifier différentes stratégies afin de bien vous positionner et surtout de vous faire connaître.

Objectifs de la formation

- Définir et mettre en application les principaux concepts de base utilisés en marketing
- Identifier et positionner son offre de produits en lien avec sa mission
- Identifier sa clientèle cible en fonction de l'offre de produits de l'entreprise
- Identifier les différents facteurs qui influencent le consommateur dans ses achats
- Définir une stratégie de conversion

Contenu de la formation

- Le rôle du marketing en entreprise.
- Les 4 P du mix marketing Prix – Produit – Place – Promotion.
- Connaître et positionner son produit.
- Que vendez-vous vraiment? Du rêve, du confort, de l'évasion, de la sécurité... ?
- Quelles sont les caractéristiques de vos produits?
- Connaître son marché.
- Identifier sa clientèle cible
 - Comprendre ses clients, ses comportements d'achats
- Identifier la concurrence
- Plan d'action et de conversion :
 - Les différentes stratégies de produit
 - Comment rejoindre sa clientèle cible ?

Suite à cette formation, vous aurez

- Un meilleur retour sur vos investissements en développement d'affaires
- Une vision plus claire des actions à mettre en place

INITIATION À LA COMPTABILITÉ

M. Carol Gagnon / Les conférences en fiscalité CG inc.

Cette présentation vise à introduire les notions de base de la comptabilité. À l'aide d'exemples, nous expliquerons comment enregistrer les différentes transactions financières, de participer à la gestion de l'entreprise et de se conformer aux lois. Vous serez aussi en mesure d'établir et comprendre vos états financiers. Nous aborderons les thématiques suivantes :

- L'état des revenus et dépenses et le bilan
- Les principes comptables
- Les règles du débit/crédit et l'équation comptable
- Les transactions financières
- La facturation et le suivi des comptes/clients et des comptes/fournisseurs
- L'état des capitaux propres et les régularisations de fin d'année
- Particularités pour une société par action
- Particularités pour les inscrits aux TPS-TVQ

INITIATION À LA TENUE DE LIVRES ET REGISTRES

M. Carol Gagnon / Les conférences en fiscalité CG inc.

Dans cet atelier, nous introduirons l'utilisation d'un fichier Excel pour vous permettre de démarrer votre comptabilité. Nous aborderons plus particulièrement l'usage de journaux pour faciliter la compilation des transactions :

- Le journal des ventes et journal des achats (dépenses)
- Le journal des recettes et déboursés
- Les transactions en provenance d'un compte personnel
- Les dépenses effectuées par l'actionnaire ?
- Le journal des dépenses autos et d'un local à domicile
- Le livre des minutes (de la société)

LA FISCALITÉ SIMPLIFIÉE ... (2/2)

M. Carol Gagnon- Les conférences en fiscalité CG inc.

1^{ère} partie

Au cours de cette présentation nous examinerons les différentes démarches à effectuer; droits et exigences auprès des différentes instances gouvernementales, particulièrement lors du démarrage d'une entreprise.

- Dois-je immatriculer mon entreprise?
- Suis-je admissible à l'Assurance-Emploi?
- Qu'en est-il des régimes de retraite comme la Pension de la vieillesse, de la RRQ, du Régime québécois d'assurance parentale, de la CSST et des Normes du travail pour une PME?
- J'engage des employés ou des travailleurs autonomes?
- Quel type d'entreprise me convient le mieux : individuelle, société de personnes ou société incorporée? Les avantages et inconvénients fiscaux. Les pertes d'entreprise.
- Comment et quand dois-je déclarer mes revenus aux fins de l'impôt? Dois-je faire des acomptes provisionnels? La vérification fiscale?

2^{ième} partie

Au cours de cette présentation nous examinerons les revenus et les dépenses d'une entreprise qui sont déductibles aux fins de l'impôt.

- Que faire des dépenses faites avant le début de l'entreprise?
- Quels sont les critères d'admissibilité d'une dépense?
- Les critères sont-ils différents lorsqu'il s'agit d'une société plutôt que d'un travailleur autonome?
- Frais de représentations, congrès, formation
- Frais de télécommunication
- Primes d'assurances
- Dépenses pour utilisation de l'automobile
- Local de travail à domicile
- Amortissements

TAXES TPS ET TVQ

M. Carol Gagnon- Les conférences en fiscalité CG inc.

Au cours de cette présentation nous examinerons les notions et règles essentielles concernant les taxes pour une petite entreprise.

- Situations où l'on ne s'inscrit pas
- Quand doit-on s'inscrire? (La règle du 30 000 \$)
- Comment s'inscrire?
- Les fournitures détaxées?
- L'influence du lieu de livraison?
- Quelles sont vos obligations? (production et paiement)
- Comment établir les remboursements de taxes?
- La méthode rapide
- Situations particulières
- Importations et exportations (droits de douanes)

COMMENT LIRE ET ANALYSER SES ÉTATS FINANCIERS

M. Sylvain Ménard / Détail Formation

Cet atelier permet au participant de savoir lire ses principaux états financiers, d'être en mesure de discuter avec son comptable des chiffres qui lui sont présentés ou même de faire un suivi mensuel avec la personne en tenue de livres. Surtout, cet atelier permet au participant de prendre des décisions de gestion pour améliorer ses profits d'entreprise.

- Les états financiers, d'abord comme un outil de gestion
- Savoir lire un bilan
- Savoir lire un état des résultats
- Savoir calculer certains ratios essentiels en gestion d'entreprise
- Comment choisir et s'entretenir avec son comptable

À l'aide d'exposés interactifs, d'exercices en équipe et individuels, le participant a recours à plusieurs outils pratiques pour analyser les principaux états financiers. Le participant, s'il le désire, peut apporter ses états financiers pour mieux les interpréter.

Cet atelier de base en comptabilité s'adresse particulièrement aux gestionnaires qui comprennent très peu la relation entre les états financiers ou qui n'utilisent pratiquement pas leurs états financiers comme un outil de gestion.

LES ASPECTS LÉGAUX

Me Marc Côté / cabinet d'avocats Labelle, Côté, Tabah et associés

- Modes d'exploitation d'une entreprise
 - Entreprise individuelle, société en nom collectif, compagnie
 - Avantages et inconvénients
 - Comment « enregistrer » son entreprise

- Les différents contrats
 - Les conventions (quoi prévoir)
 - Emprunt/financement
 - Location
 - Relation avec les fournisseurs
 - Relation avec les autorités fiscales/production de formulaire

- Les règles de base quant aux revenus et dépenses de l'exploitation d'une entreprise
 - Le revenu
 - Les dépenses (capital ou déductible)
 - La tenue de livre/comptabilité
 - Les responsabilités fiscales quant à l'exploitation d'une entreprise

- Mon entreprise, mes biens personnels
 - Distinction selon le mode d'exploitation
 - Protection des biens personnels
 - Les créanciers

- Mandat d'inaptitude/Testament
 - Survol

- Périodes de questions

STRATÉGIE INTERNET & MARKETING WEB (2/2)

Nicolas Kolendenchuck / Optiweb Média

Tout le monde parle du web, donc c'est certainement un outil très efficace pour faire des affaires. Tous les entrepreneurs et les dirigeants d'entreprises n'ayant pas de site Internet se sont fait dire au moins une fois: "Tout le monde est sur Internet! Il te faut un site web si tu veux rester en business. L'internet, c'est le futur et ça t'apportera plein de clients!" Selon vous, est-ce un mythe ou une réalité?

La **stratégie Internet** regroupe l'ensemble des activités visant à évaluer vos opportunités d'affaires sur Internet, à définir vos objectifs d'affaires web et à déterminer les meilleures solutions pour les atteindre par l'utilisation des ressources disponibles sur Internet.

Le **marketing web** regroupe l'ensemble des activités visant à promouvoir votre entreprise sur Internet et à utiliser l'Internet comme outil de développement des affaires. De plus, le marketing web consiste à maximiser la visibilité de votre entreprise sur Internet.

Objectifs de la formation

- Sensibiliser les entrepreneurs à l'importance du Web en affaires
- Être une aide à la décision
- Donner des lignes directrices pour éviter les surprises

TECHNIQUES DE VENTE (2/2)

Mme Mélanie Dumais / Maz Communications

Démystifier la vente mais surtout l'approche vendeur.

Contenu du cours

- Comment vendre VERSUS Pourquoi ils achètent
- Les prospects
- Les trois « C » de la vente
- Accueillir le client
- L'art de poser des questions
- Les objections
- Conclure une vente
- Le prix
- Le suivi
- Savoir garder ses clients

MIEUX EMBAUCHER !

Mme Julie Hamel / K●2RH

Une formation hautement interactive vous propose des techniques et des trucs éprouvés qui vous aideront à choisir les meilleurs candidats tout en réduisant les risques de faire des erreurs d'embauche coûteuses !

Les objectifs

Cette formation a pour but de permettre aux participants d'acquérir, par le biais de différents concepts théoriques et exercices pratiques, les éléments de savoir, de savoir-faire et savoir-être propres aux activités reliées au recrutement, à la sélection et à l'intégration de ressources humaines.

Les thématiques de cette formation sont :

- Les étapes du processus de recrutement
- Professionnaliser sa description de poste pour optimiser et cibler les bons candidats
- Choisir les bons canaux pour attirer les candidats
- Optimiser les étapes, techniques et outils de sélection
- Découvrir des forces cachées dans le but de maximiser le potentiel d'un individu
- L'expérience recrutement

APRÈS LE RECRUTEMENT; LA RÉTENTION ET LA MOBILISATION

Mme Marie-Louise Tassé / Amyot Gélinas Conseils inc.

- Courte introduction sur le recrutement;
- Comment analyser la rétention de son personnel, la quantifier en dollar;
- Le pouvoir d'un plan d'accueil;
- Savoir intégrer les nouvelles recrues de manière efficace et efficiente;
 - Planifier l'entraînement à la tâche
 - Apporter une rétroaction productive
- Conception d'un plan de rétention des employés
 - Déterminer son capital humain
 - Cibler les employés clés
 - Établir un plan
- Implanter le plan d'action
 - Gérer le changement organisationnel,
 - Déléguer des tâches importantes,
 - Formuler des plans de carrières
 - Adapter le style de leadership et accroître l'agilité organisationnelle
- Favoriser le transfert des connaissances

L'ÉLABORATION D'UN PLAN STRATÉGIQUE (SWOT)

M. Serge Comtois / Chose Formation

L'entrepreneur et le chef d'entreprise sont souvent intuitifs lors de la prise de décision, ce qui peut amener des coûts supplémentaires à mettre en place des actions plus ou moins en lien avec la vision de développement de l'entreprise. La création d'un plan stratégique constitue une composante clé de la planification de la croissance de votre entreprise. Cela vous aidera à établir une vision réaliste concernant l'avenir et peut maximiser le potentiel de croissance en s'assurant d'avoir une vision plus spécifique des actions à mettre en place et des objectifs à atteindre.

Objectifs de la formation

- Définir des objectifs globaux à attendre.
- Clarifier sa vision d'affaires afin de prendre les bonnes décisions.
- Identifier les écarts de performance.

Contenu de la formation

- Identifier sa mission
- Effectuer un S.W.O.T., forces / faiblesses / opportunités / menaces pour l'entreprise
- Utiliser le S.T.E.E.P.L.E.
- Dresser le portrait de la situation actuelle
- Dresser le portrait de la situation désirée
- Identifier les actions à mettre en place afin de combler l'écart pour atteindre la cible à court terme
- Clarifier les objectifs en utilisant le modèle SMART

Suite à cette formation, vous aurez

- Une vision plus claire des actions à mettre en place
- Une meilleure organisation du travail et des ressources disponibles
- Une amélioration significative de votre efficacité organisationnelle
- L'atteinte d'une progression plus rapide

DÉVELOPPER VOTRE ENTREPRISE GRÂCE À L'EXPÉRIENCE CLIENT

M. Pierre Cardinal / Axel Stratégies

L'atelier de travail que nous proposons permettra, à l'aide de concepts et d'exercices pratiques, de favoriser le développement de l'entreprise de chaque participant. Les participants seront appelés à parler de leur entreprise et de leur relation avec les clients. Le concept d'expérience-client sera expliqué ainsi que les bénéfices qu'il procure aux entreprises qui le mettent de l'avant. À la conclusion de la formation, les participants seront en mesure de donner une plus-value à leur offre de service grâce à la notion d'expérience-client

Objectifs de la formation

- Comprendre et appliquer les bases de ce qu'est « l'expérience-client »
- Permettre aux participants d'acquérir des compétences pour améliorer la notion de relation avec leurs clients
- Contribuer à donner aux entreprises des participants une plus-value grâce à la notion d'expérience-client

LA PUBLICITÉ SUR FACEBOOK

M. Robert Lalancette / Détail formation

Beaucoup d'entreprises ou professionnels ont maintenant leur Page Facebook et se sont familiarisés avec le concept de la page et sa gestion. Ils font face maintenant aux limites: Comment rendre cette page rentable? Comment véritablement trouver de nouveaux clients sans perdre son temps?

Cet atelier vous permettra de connaître le potentiel de développement qui s'offre à vous grâce aux possibilités publicitaires de Facebook. Une véritable campagne publicitaire sur Facebook permet d'atteindre votre public cible et générer des ventes, mais il faut savoir comment s'y prendre, car il y a beaucoup plus que la simple promotion des statuts!

- Pourquoi faire de la publicité sur Facebook
- La promotion versus la publicité par objectifs
- L'utilisation du gestionnaire de publicité
- Les différents types de campagnes et le ciblage d'audience
- La création d'une campagne de A à Z

À l'aide d'exposés interactifs, d'exercices individuels et de navigation en ligne, le participant apprend à utiliser le gestionnaire de publicités Facebook.

PERFECTIONNEZ VOTRE TECHNIQUE DE RÉSEAUTAGE

M. Julien Roy / Face à Face Marketing

Est-ce rentable de participer aux activités de réseautage même s'il s'y trouve très peu ou pas du tout de client potentiel ? Si oui, comment rentabiliser votre temps lors de tels événements ?

Vous réaliserez les erreurs trop souvent commises lors d'activités de réseautage, mais surtout, vous découvrirez des trucs et astuces simples qui vous permettront de ressortir de ces événements-rencontres en étant plus à l'aise et avec 9 fois plus de conversations productives.

- Pourquoi changer votre attitude fait toute la différence
- Quelle est la clé du succès du réseautage
- Quels sont les objectifs à se fixer
- Comment corriger les erreurs trop souvent commises
- Comment rendre votre participation 9 fois plus productive
- Comment ne pas rebuter un contact
- Comment se débarrasser des discussions vides et sans intérêt
- Comment ne pas être seul dans la foule
- La communication non-verbale – L'effet de halo
- Comment structurer les conversations

SE CONNAÎTRE COMME GESTIONNAIRE

Mme Nathalie Grondin / Umaine Conseil

Objectifs visés par la formation

- Évaluer les habiletés des gestionnaires à partir de quatre (4) outils de personnalité :
 - Outil de Rowe
 - Outil de Killmann
 - Outil de Lesage
 - Outils de Hershey et Blanchard

- Ils permettront :
 - d'identifier leur style de gestion en tenant compte du degré de complexité cognitive et de l'orientation des valeurs de l'individu
 - à déterminer les caractéristiques des comportements des individus lorsqu'ils se trouvent en situation de désaccord. Une telle situation émerge lorsque les intérêts de deux personnes ne peuvent être conciliés
 - à identifier leur type de personnalité à partir de l'axe de l'extériorité/ intériorité et de l'axe de la confiance/méfiance
 - à identifier leur style de leadership lorsqu'ils communiquent et lorsqu'ils transmettent une tâche tout en identifiant le type de maturité d'employés avec lequel ils sont le plus à l'aise

Méthodologie de formation

Au préalable de la formation, le participant recevra par «Mirabel Économique» les quatre outils de personnalité par format électronique. Le participant **doit obligatoirement les compléter avant la formation** et les apporter lors de la formation. Une heure trente (1h30) est estimée, avant la formation pour chaque participant, pour compléter les quatre (4) outils préalablement à la formation.

La formation consiste dans un premier temps à la compilation des outils et ensuite, à leur analyse en groupe.

Il va sans dire que toutes les réponses sont bonnes. Il n'y a pas de mauvais profil. Il y a que de bon profil en lien avec un type de poste et un type d'environnement de travail.

DÉLÉGUER DE FAÇON STRATÉGIQUE

M. Jean-Raymond Théorêt / Coaching JRT et Mme Annie Lapensée / Groupe Lapensée

Lorsque leur entreprise grandit, les dirigeants de microentreprise et les travailleurs autonomes qui souhaitent prendre de l'expansion ont besoin de se libérer pour s'investir là où ils seront le plus efficaces pour l'avenir de leur entreprise. C'est alors qu'ils sont confrontés à la difficulté de déléguer. Quelques connaissances de base sur la délégation les aideront à préparer cette étape cruciale.

À la fin de l'atelier, les participants seront en mesure planifier et de réaliser un processus de délégation adapté à la situation de leur entreprise.

➔ **Les facteurs individuels à considérer lorsqu'on prévoit déléguer**

- La maturité professionnelle de l'employé
 - ✧ Compétence
 - ✧ Responsabilité
 - ✧ Autonomie
 - ✧ Motivation
- Une occasion de développement pour l'employé
- Un défi pour l'employé
- Un enrichissement de la tâche

➔ **Le processus de délégation**

- Les étapes d'un processus de délégation
- Étape 1 : La planification de la / des tâches à déléguer
- Étape 2 : La rencontre avec l'employé ou l'équipe
- Étape 3 : La supervision : le suivi et la régulation
- Étape 4 : Évaluation des résultats et rapport

GESTION DU STRESS

Mme Mélanie Dumais / Maz Communications

Le but du cours est d'être en mesure de définir en groupe un schéma de gestion de stress personnalisé et individualisé contenant les sources, les impacts et les solutions.

- Le stress : définition et impact
- Échelle du stress
- Types de personnalité
- Identification des sources de stress
- Priorisation
 - Vie personnelle
 - Vie professionnelle
- Le temps, mon allié

LA TÊTE À OUTILS (TAO)

M. Serge Comtois / Chose Formation

Ce concept de développement des compétences répond bien au manque de temps des décideurs d'aujourd'hui et est axé sur la maîtrise de différents outils de gestion servant à améliorer l'efficacité des participants à leur retour au travail. Trois concepts clés sont présentés lors d'un atelier d'une demi-journée. Les participants pourront donc découvrir différents outils et les utiliser en fonction de leur réalité ce qui favorise la créativité, la flexibilité et une meilleure prise de décision. Cette stratégie permet de répondre aux besoins des décideurs d'aujourd'hui autant en rapidité qu'en besoin de développement.

Objectifs

- Découvrir de nouveaux concepts et de nouveaux outils de gestion
- Expérimenter les outils en lien avec sa réalité
- Développer une nouvelle compétence afin d'améliorer son efficacité

Contenu

- Chaque atelier de travail est constitué de trois concepts qui peuvent être personnalisés selon les besoins identifiés. Voir les options en annexe
- Présentation de l'outil
- Mise en action en utilisant l'outil en fonction d'une réalité du participant
- Coaching de groupe afin de bien saisir les opportunités d'utilisation des outils

Les avantages pour vous, suite à cette formation

- De meilleure prise de décision suite à une meilleure évaluation de la situation
- Des pistes d'action plus créative et souvent plus efficace
- De plus grandes ressources pour faire face aux réalités quotidiennes

12 FAÇONS DE CRÉER DES LIENS PROFESSIONNELS

Mme Marie-France Nault- Sphère Coaching

Vous est-il déjà arrivé, comme certains individus et peut-être même vous arrive-t-il encore de trouver difficile de tisser des liens lors d'activités professionnelles? Êtes-vous timide ou en baisse de confiance lorsque vous vous dirigez vers de nouvelles personnes? Avez-vous peur d'être jugé ou rejeté dans les événements d'affaires? Vous ne savez pas quoi dire pour débiter une conversation? Aimerez-vous être comme ces gens que vous avez sûrement déjà rencontré lors d'événements ou dans les lieux publics, une personne avec qui vous avez rapidement créé un lien? Cette personne qui vient vers vous avec assurance, vous souriant en tendant sa main pour ouvrir la conversation. Elle éveille votre curiosité. Puis, en débutant la conversation, vous vous apercevez que cette personne est intéressante à écouter et vous partage ses intérêts. Aimerez-vous être cette personne?

Si oui, cette formation vous aidera à connecter rapidement avec les gens d'affaires. Vous apprendrez 12 façons de créer ce lien avec certaines personnes qui peuvent contribuer à l'évolution de votre entreprise et améliorer votre approche client.

Plan de formation

- Développer une attitude qui attire les gens
- Avoir un objectif de rencontre
- Pratiquer vos rencontres d'affaires – réseautage/sociales/individuelles
- Rencontrer de nouvelles personnes avec plus de facilités
- Améliorer les conversations pour établir un rapport avec l'autre
- Trouver rapidement les points d'intérêts communs
- Apprendre à cibler le bon moment d'aller vers les gens
- Éveiller vos 5 sens pour communiquer plus rapidement
- Utiliser votre intuition ou votre flair avant de faire une action
- Faire un suivi efficace après les rencontres

Les participants

- Apprendront 12 façons de connecter avec les gens d'affaires
- Repartiront avec des connaissances et des outils applicables au quotidien
- Auront la possibilité d'obtenir un suivi avec la formatrice selon le besoin

CANNABIS, ETES-VOUS PRÊT COMME EMPLOYEUR ?

Mme Marilou Tassé, Amyot Gélinas Conseils inc.

→ Introduction sur la loi du cannabis

→ Les dispositions de la loi

- Définir concrètement ce qu'elle contient,
- Analyser et comprendre la loi sur le cannabis,
- Les normes du travail et le cannabis,
- La charte des droits et libertés,
- La jurisprudence actuelle.

→ Les enjeux

- Service client,
- Sécurité sur les lieux de travail,
- Gestion et accompagnement des cas difficiles.

→ Les droits et obligations des employeurs

- Tests de dépistage
- Formation pour reconnaître les symptômes,
- Création d'une politique et règlements,
- Communiquer sa politique et ses règlements,
- Sanctions possibles.

→ Les droits et obligations des employés

- Tests de dépistages,
- Réglementation légale,
- Conséquences légales d'une consommation au travail.

→ Santé, sécurité et intégrité

- L'éducation des employés sur la situation (risques, conséquences, symptômes, etc...),
- Sensibilisation sur la santé et sécurité en milieu de travail,
- Coûts et impacts sur l'absentéisme en entreprise,
- Utilité des comités.

SANTÉ ET SÉCURITÉ FINANCIÈRE

Mme Nancy Morin- conseillère

→ Présentation

→ Santé Financière

- Planification d'une saine gestion liquidité
 - ✧ Valeur nette
- Planification fiscale
 - ✧ Stratégies PME
- Planification placement
 - ✧ Véhicules placements / caractéristiques

→ Sécurité Financière

- Planification Protection
 - ✧ L'importance / statistiques
 - ✧ Les différents produits
- Planification successorale
 - ✧ Le patrimoine

→ L'ultime Objectif

- Planification de la retraite
 - ✧ Quoi faire ?
- Structure / Stratégies
 - ✧ Présent / L'avenir