



Consultations régionales

Colombie-Britannique

Sommaire des résultats

Le 7 octobre 2004

Avertissement

Le présent rapport fait état des discussions et des opinions des participants relevées telles qu'elles ont eu lieu et ont été exprimées au cours des consultations. Ces points de vue, qui ne sont pas sanctionnés par le Forum canadien sur l'apprentissage – Canadian Apprenticeship Forum (FCA-CAF), Skills/Compétences Canada (SCC) ni par le gouvernement du Canada, représentent les remarques personnelles des participants et le résultat des discussions de groupe.

Remerciements

Le Forum canadien sur l'apprentissage – Canadian Apprenticeship Forum (FCA-CAF) et Skills/Compétences Canada (SCC) remercient leurs bureaux régionaux et territoriaux de leur participation aux consultations et de leur précieux appui. Ils désirent également témoigner leur reconnaissance aux participants qui ont offert leur temps et leur contribution dans le but commun de promouvoir les métiers spécialisés comme premier choix de carrière au Canada.


 Ce projet est subventionné par le Programme de conseil sectoriel du gouvernement du Canada.

Table des matières

Contexte.....	4
Approche et méthodologie.....	4
Principaux résultats.....	5
Pour aller de l'avant.....	15
Annexe A – Ordre du jour de la journée de consultation.....	18
Annexe B – Liste des participants.....	19
Annexe C – Programmes régionaux et activités de promotion.....	21

Contexte

Le Forum canadien sur l'apprentissage – Canadian Apprenticeship Forum (FCA-CAF) et Compétences/Skills Canada (CSC) ont lancé une vaste consultation régionale dans le cadre d'un projet commun de promotion des métiers spécialisés intitulé « Métiers spécialisés – Une carrière pour bâtir ton avenir ». Les objectifs de la consultation sont les suivants :

- Présenter la campagne nationale « Métiers spécialisés – Une carrière pour bâtir ton avenir »
- Mieux connaître les programmes actuels et prévus dans toutes les régions
- Déterminer les besoins et lacunes en matière de promotion des métiers spécialisés et de l'apprentissage dans les régions
- Définir de quelles façons les parties intéressées de la région peuvent utiliser l'initiative nationale pour combler les lacunes et compléter les initiatives régionales
- Repérer les meilleures pratiques pouvant servir à d'autres régions

Approche et méthodologie

Une consultation d'une journée a eu lieu à Vancouver le 7 octobre 2004. La sélection des participants visait à attirer des représentants de groupes variés. Les participants ayant répondu à l'invitation ont reçu une trousse comprenant un ordre du jour (voir annexe A), une carte de localisation ainsi qu'un formulaire de description des programmes de promotion actuels.

Des tables rondes ont été placées dans la pièce que tous les participants puissent discuter à fond des questions soulevées par l'animateur. La journée de consultation a attiré quelque 35 participants de milieux et d'organismes divers. La liste des participants est jointe à l'annexe B.

La rencontre a été animée par APCO Worldwide. Y ont également participé la gestionnaire du Projet de promotion des métiers spécialisés, Bev Cook, ainsi que le directeur général du FCA-CAF, Keith Lancaster, Allan Bruce, membre du Conseil d'administration du FCA-CAF, et Clyde Scollan, membre du Conseil d'administration de Compétences/Skills Canada. Dans un premier temps, les participants ont eu droit à un exposé général sur la Campagne de promotion nationale des métiers spécialisés et au visionnement des trois messages publicitaires. Par la suite, le directeur général de Compétences/Skills Canada de la Colombie-Britannique, Rob Chioccarello, a décrit brièvement les campagnes et activités de promotion en cours dans la province. On a

ensuite invité les participants à signaler d'autres campagnes, initiatives ou activités visant à promouvoir les métiers spécialisés et l'apprentissage en Colombie-Britannique.

Des discussions de groupe ont occupé les participants durant le reste de la journée. Les idées lancées ont été classées par ordre de priorité pour faire avancer les choses.

Les principaux résultats de cette démarche sont décrits ci-dessous.

Principaux résultats

Plusieurs questions ont été soumises aux participants pour lancer la discussion. Voici la liste des questions et un résumé des échanges.

1. Quels programmes de promotion des métiers spécialisés et de l'apprentissage existent dans votre région?

Les participants ont cité plusieurs promotions, activités et campagnes provinciales visant à positionner les métiers spécialisés comme un premier choix de carrière et d'inciter les employeurs à embaucher plus d'apprentis et à les conserver à leur emploi. Nous avons pris soin de joindre à l'annexe C la liste complète des programmes nommés par les participants.

2. Existe-t-il des lacunes ou des besoins insatisfaits en matière de promotion des métiers spécialisés et de l'apprentissage?

Plusieurs petits groupes comptant une dizaine de participants ont trouvé **un public cible** où il existe clairement une lacune ou un besoin de promotion des métiers spécialisés et de l'apprentissage. L'animateur leur a demandé également de décrire en détail **les lacunes** observées au sein de ces publics.

À la fin de la période de discussion, chaque groupe a partagé ses idées avec l'ensemble des participants. Par la suite, on a invité chaque participant à citer les trois plus importants besoins ou lacunes auxquels il faut s'attaquer à court terme. L'ensemble des participants a pu dégager les trois priorités ou besoins les plus importants à l'aide d'un exercice permettant d'attribuer, en toute confidentialité, 10 points à la première priorité, 5 points à la deuxième et, enfin, 2 points à la troisième.

Voici le résultat de cet exercice.

Public cible	Lacunes ou besoins actuels	Points attribués par les participants
Les parents	<ul style="list-style-type: none"> • Il faut informer davantage les parents et leur faire connaître toutes les occasions offertes par une carrière dans les métiers spécialisés. • Les parents ne comprennent pas les métiers et les salaires ainsi que la nécessité de préparer un cheminement de carrière à l'intention de leur enfant. • Les parents ont une perception négative des métiers spécialisés. • Le bagage culturel des parents influence leur attitude à l'égard des métiers. • À l'heure actuelle, les parents transmettent le message suivant à leurs enfants : « Tu peux sûrement faire mieux que d'entreprendre une carrière dans un métier spécialisé ». • Il faut entreprendre de nouvelles études pour comprendre ce qui crée une telle attitude. • Les messages positifs sur les métiers n'atteignent pas les parents de façon efficace. • Il faut communiquer avec les groupes de parents en réalisant des entrevues auprès des parents et des enseignants. • Il faut communiquer avec les parents dont les enfants fréquentent l'école primaire. 	94

Public cible	Lacunes ou besoins actuels	Points attribués par les participants
Les employeurs	<ul style="list-style-type: none"> • Le coût de l'apprentissage les effraie. • Ils ne connaissent pas les besoins futurs en matière de main-d'œuvre. • Manque de ressources financières. • Manque de stimulants pour embaucher et former les apprentis. • Méconnaissance des avantages liés à l'embauche d'apprentis. • Méconnaissance du besoin et de l'importance de former les apprentis. • Incompréhension de la nécessité de favoriser la diversité en milieu de travail. • Il faut promouvoir les aspects positifs des métiers spécialisés. • Le régime fiscal n'autorise aucune déduction pour l'achat d'outils. 	93
Les éducateurs	<ul style="list-style-type: none"> • Vision restreinte des métiers (préjugés selon lesquels il n'existe que des métiers de menuisier, de plombier et d'électricien) • Importance exclusive accordée aux études. • Les conseillers en orientation connaissent peu ou pas les carrières dans les métiers spécialisés. • Ils n'accordent pas autant de temps aux carrières dans les métiers spécialisés qu'ils le font aux carrières entreprises après des études collégiales ou universitaires. • Comme les enseignants de matières telles l'anglais ou les mathématiques connaissent peu ou pas les métiers, ils sont incapables de les intégrer au programme d'études. • En général, ils ont une perception négative des carrières dans les métiers spécialisés. • Ils n'ont eu aucune formation sur les carrières dans les métiers spécialisés et aucune reconnaissance des spécialistes de l'enseignement. 	90

Public cible	Lacunes ou besoins actuels	Points attribués par les participants
Les jeunes	<ul style="list-style-type: none"> • Les jeunes ne comprennent pas la culture du milieu de travail. <ul style="list-style-type: none"> ➤ Comment y participer ➤ Les attentes de l'employeur ➤ Les occasions offertes par les métiers • Ils sont influencés par les valeurs de leurs parents. • Ils doivent percevoir les métiers spécialisés comme un cheminement de carrière. • Ils ont une perception négative des métiers spécialisés, des carrières sans possibilité d'avancement. • Ils ne connaissent pas les ressources financières nécessaires pour se lancer dans un métier spécialisé. • Reconnaître les équivalences en matière de formation. • Il faut expliquer les liens étroits existant entre les matières et le travail scolaires et les métiers spécialisés. Donner des exemples tirés du programme d'études. • Il faut miser sur les organismes communautaires pour rejoindre les jeunes de façon plus efficace, des groupes comme <ul style="list-style-type: none"> ➤ Les groupes ethniques ➤ Les clubs d'enfants ou d'adolescents • Les faire participer en bas âge à des activités pratiques (école primaire) comme Bob the Builder 	75
Les commissions scolaires	<ul style="list-style-type: none"> • Les commissions scolaires doivent embaucher du personnel qualifié • Il faut adopter une approche descendante pour développer un nouveau programme d'études qui transmet une image positive des métiers spécialisés. 	36
Gouvernement fédéral	<ul style="list-style-type: none"> • Financement plus souple des établissements d'enseignement offrant les métiers. 	22

Public cible	Lacunes ou besoins actuels	Points attribués par les participants
Administration – Gouvernement à gouvernement – territoire de compétence – collège – organisme	<ul style="list-style-type: none"> • Absence de cohérence dans les messages portant sur la formation dans les métiers. • Absence de terminologie cohérente par rapport aux métiers. • Il faut adopter des titres et des diplômes d'emploi et de carrière qui leur donneront du prestige. 	19
Les médias	<ul style="list-style-type: none"> • Les médias n'insistent pas sur l'importance des métiers. • La culture populaire offre une perception négative des métiers spécialisés. • Il faut diffuser un plus grand nombre de programmes positifs sur les carrières dans les métiers spécialisés, des programmes ciblant les jeunes comme Bob the Builder. 	17
Les jeunes à risque	<ul style="list-style-type: none"> • Offrir un soutien financier pour promouvoir les métiers spécialisés à ce public. 	15
Les Autochtones	<ul style="list-style-type: none"> • Il faut leur faire connaître : <ul style="list-style-type: none"> ➢ Les besoins des employeurs ➢ Les méthodes permettant de saisir les occasions ➢ La culture du milieu de travail des métiers ➢ La pertinence des carrières dans les métiers spécialisés • Les coordonnateurs des Premières Nations, les éducateurs et les divers organismes incitent les étudiants autochtones à choisir une carrière qui s'appuie sur des études collégiales ou universitaires. 	14
Les centres d'emploi	<ul style="list-style-type: none"> • Les centres doivent fournir plus d'information sur les métiers spécialisés. • Le personnel des centres doit bien connaître les carrières dans les métiers spécialisés. 	5

Public cible	Lacunes ou besoins actuels	Points attribués par les participants
Les jeunes de plus de 26 ans	<ul style="list-style-type: none"> • Leur transmettre un message qui comprend les carrières dans les métiers spécialisés • Entreprendre des études visant à découvrir leur perception des métiers spécialisés et les connaissances qu'ils en ont. • Difficiles à rejoindre. • Les établissements font des promesses qu'ils peuvent difficilement tenir. • Il faut avoir une perception réaliste des postes offerts dans les métiers. • Il faut un travail stable. • Le gouvernement et l'industrie doivent établir des partenariats pour contrer les fluctuations économiques et faire en sorte que les carrières dans les métiers spécialisés attirent toujours les jeunes. 	2
Les femmes	<ul style="list-style-type: none"> • Manque d'intérêt pour les métiers • N'aiment pas se souiller. • Perception négative. • Industrie dominée par les hommes. • Discrimination sur les lieux de travail. 	2
Les gens de métier	<ul style="list-style-type: none"> • Ils doivent se transformer en mentors pour les apprentis. 	2
Les jeunes et le monde des affaires	<ul style="list-style-type: none"> • Les gens d'affaires n'entendent pas parler dans leur milieu des avantages d'être un travailleur spécialisé ou d'embaucher des apprentis. Il faut créer un bureau de conférenciers. 	0
Les représentants des universités et des collèges	<ul style="list-style-type: none"> • Ils doivent conseiller davantage les étudiants souhaitant entreprendre des études postsecondaires et ne pas se limiter à l'école secondaire. 	0
Le gouvernement provincial	<ul style="list-style-type: none"> • Les industries où se trouvent les métiers spécialisés misent sur la stabilité économique pour contrer les fluctuations. • La réglementation et le soutien du gouvernement souffrent d'un manque de cohérence. 	0

Public cible	Lacunes ou besoins actuels	Points attribués par les participants
Les associations professionnelles	<ul style="list-style-type: none"> • Méconnaissance des autres secteurs, métiers et des regroupements • Travail isolé. • Toutes les associations de métiers doivent mieux se faire connaître. 	0
Banques et autres institutions financières	<ul style="list-style-type: none"> • Elles doivent reconnaître l'importance des travailleurs spécialisés. • Méconnaissance du besoin de prêts chez les travailleurs spécialisés. • Inégalité de traitement entre les personnes ayant besoin de ressources financières pour entreprendre des études universitaires ou un programme d'apprentissage 	0
Les minorités visibles	<ul style="list-style-type: none"> • Il faut reconnaître les titres de compétence. 	0
Les PME	<ul style="list-style-type: none"> • Les PME ne veulent embaucher que des travailleurs spécialisés. • Il manque un lien entre la formation et la présence d'employés compétents. • Les PME ne jugent pas utile d'offrir une formation aux apprentis. 	0

3. Comment pouvons-nous combler cette lacune ou ce besoin pour mieux promouvoir les carrières dans les métiers spécialisés et encourager les employeurs à embaucher des apprentis et à les conserver à leur service (moyens tactiques, outils de promotion, programmes ou activités)?

Comme le démontre l'exercice ci-dessus, les trois besoins ou lacunes jugés prioritaires par les participants étaient les suivants :

1. **Les parents** ont une perception négative des carrières dans les métiers spécialisés et connaissent mal les possibilités de carrières dans les métiers spécialisés.
2. **Les employeurs** ne comprennent pas les avantages qui accompagnent l'embauche d'apprentis.

3. **Les éducateurs** ne connaissent pas les possibilités offertes par les carrières dans les métiers spécialisés et ont tendance à se concentrer sur les carrières offertes par des études universitaires.

Les petits groupes ont participé ensuite à un remue-méninges visant à évaluer diverses solutions permettant de combler les trois lacunes ou besoins décrits ci-dessus. On a demandé aux participants de se concentrer surtout sur les moyens tactiques et activités de promotion.

Voici un résumé de leurs suggestions.

1. Les parents

- Salons de carrières présentés par les écoles à l'intention des parents
 - Promotion assurée par les autorités scolaires (comités consultatifs de parents)
- Soirées de carrières
- Faire connaître des témoignages de jeunes qui ont réussi dans les métiers spécialisés
- Visite guidée d'un chantier de construction en compagnie des parents
- Bourses d'études dans les métiers spécialisés
- Trousse d'orientation destinée aux parents, préparée par les écoles et offrant une information équilibrée sur toutes les possibilités de carrières
- Partenariats
 - BCCPAC
 - Conseil consultatif de parents auprès du district
 - Conseil consultatif de parents de l'école
 - Communautés religieuses (Église Unie, p. ex.)
 - Centraide
 - Autres organismes communautaires (clubs d'enfants et d'adolescents)
- Communications visant les associations et les groupes du réseau
- Commandite des employeurs
- Participation de l'industrie
- Mise au point d'un mécanisme visant à tester et à mesurer les connaissances des parents sur les métiers. Concours et prix remis par l'industrie.
- Participation des jeunes comme modèles.
- Veiller à ce que les familles assistent à des compétitions de métiers ou faire des démonstrations de métiers à l'occasion des salons du foyer ou du jardinage.
- Veillez à ce que les familles assistent à des salons de carrières mettant en vedette les métiers et la technologie.
 - Obtenir des dons de l'industrie, des entreprises et des gouvernements pour financer les salons de carrière.
- Faire en sorte que l'industrie offre des visites guidées.
- S'associer à Compétences/Skills Canada et aux conseils sectoriels pour transmettre nos messages.

- Approche à trois volets
 - Career Education Society (CES)
 - Association des commissaires et des directeurs des écoles primaires
 - Conseillers NSE, dans la mesure du possible
- Profiter des événements présentés à l'école pour renseigner les parents
 - Rencontres enseignants-parents (élémentaire et début du secondaire)
 - Salons de carrières et conférences
- Faire connaître les niveaux scolaires requis pour se lancer dans les métiers (exigences, technologie, etc.)
- Trouver des parents exerçant un métier pour seconder les efforts de promotion des métiers spécialisés ou pour devenir des modèles et des champions.
- Faire la promotion des possibilités de cheminement de carrière dans les métiers spécialisés.
- Cibler les personnes ayant une influence parentale auprès des jeunes, soit les grands-parents et les voisins, par exemple.

2. Les employeurs

- Le Forum canadien sur l'apprentissage – Canadian Apprenticeship Forum doit se servir des médias pour faire connaître le crédit-impôt formation.
- Faire pression sur le gouvernement fédéral pour que les établissements d'enseignement offrent des programmes plus souples.
- Lancer une campagne média ciblant les employeurs.
- Reconnaissance des employeurs qui s'engagent dans des programmes d'apprentissage régionaux
- Il faut communiquer le message suivant :
 - Un travailleur qualifié contribue plus à la rentabilité d'une entreprise qu'un travailleur non qualifié même si son salaire est plus élevé.
 - Les jeunes sont en mesure d'acquérir des connaissances spécialisées et des compétences non techniques. Les employeurs découvrent cette compétence en prenant connaissance de programmes de partenariat.
- Les employeurs doivent ouvrir la porte au jumelage, à l'expérience de travail, aux stages, au SSA et à l'apprentissage.
- L'employeur doit comprendre que la commission de la santé et de la sécurité au travail paie le temps consacré aux études.
- Les associations doivent prendre les devants en offrant des adhésions spéciales aux jeunes souhaitant se lancer dans un métier.
- Utiliser des cas d'apprentissage réussis pour faire la promotion auprès des employeurs.
- Assurer une reconnaissance des employeurs, des étudiants, des écoles, des programmes et des enseignants.

- Faire la promotion des programmes de métiers du secondaire aux employeurs pour les inciter à participer à leur élaboration et à leur mise en œuvre dans le système scolaire (SSA, CTC et ACE IT, p. ex.)
- Offrir des stimulants aux employeurs.
- Il faut développer des stratégies visant à soutenir les PME.
- Il faut élaborer :
 - Un programme d'ambassadeurs
 - Un bureau de conférences
- Élaborer des stratégies visant à se partager les apprentis.
- Participer au projet ATA
- Prendre la responsabilité du manque de travailleurs spécialisés et s'engager à faire avancer les choses.
- Les conventions collectives doivent comporter des mécanismes visant à attirer les étudiants de la maternelle à la 12^e année.
- Faire en sorte que les employeurs connaissent mieux les divers métiers.

3. Les éducateurs

- Reconnaissance des objectifs de perfectionnement professionnel
 - Exigences scolaires
 - Comparaison du perfectionnement professionnel et des études
- Offrir la possibilité de reconnaître les métiers spécialisés
- Renseigner les éducateurs
 - Planning 10
 - Conseillers
 - Les éducateurs enseignant les matières connexes (les mathématiques, la physique, l'enseignement technique et l'enseignement pratique des sciences)
 - La mise au point d'outils de soutien aux matières scolaires
 - Approche d'équipe jumelée (l'ATA, p. ex.)
- Assurer une mise en œuvre à tous les niveaux et établir des liens entre les niveaux
- Mettre en œuvre des programmes de partenariat
- Mettre au point des programmes offrant des doubles crédits
- Favoriser une couverture médiatique décrivant les carrières des métiers spécialisés et ciblant les parents.
- Le FCA-CAF pourrait fournir des conférenciers aux organisateurs de journées sans enseignement.
- Améliorer les programmes d'études à l'aide des programmes de Compétences/Skills Canada (Colombie-Britannique)
- S'adresser aux éducateurs à titre de parents.
- Établir des liens avec d'autres programmes comme « Invitons nos jeunes au travail ».

- Fournir à tous les étudiants l'occasion de comprendre la formation des métiers spécialisés ainsi que les programmes postsecondaires de métiers.
- Examiner les programmes de métiers européens et la façon dont on les présente aux étudiants du secondaire.
- Fournir des renseignements sur les métiers à tous les jeunes, de la petite enfance au secondaire.
- Lancer des projets scolaires qui font place aux entrepreneurs.
- Assurer la coordination des activités entre l'industrie et l'école.
- Le ministère de l'Éducation doit offrir plus de programmes et alléger les restrictions.
- Le ministère de l'Éducation doit financer les années sabbatiques des enseignants souhaitant occuper un poste relié aux métiers.
- Les enseignants des métiers doivent posséder un titre de compétence approprié.
- Le programme d'études doit tenir compte des applications des matières scolaires dans les métiers.
- Inviter les enseignants à visiter un chantier de construction.
- Réaliser un film sur la visite d'un chantier par un groupe d'enseignants (15 minutes)
 - Faire en sorte que l'industrie participe à la réalisation de cette bande vidéo ou de ce film.
- Télévérité sur la vie d'un chantier de construction.
- Il faut mettre en place des programmes tels :
 - Des programmes de planification de carrière
 - Des programmes d'apprentissage au secondaire

Pour aller de l'avant

Pour dégager des tendances et les idées les plus populaires dans l'ensemble du groupe, on a invité chaque participant à placer des points sur les trois idées jugées les plus importantes et les plus susceptibles de faire avancer les choses.

Voici un résumé de cet exercice :

Catégorie	Idée	Nombre de votes
Les parents	• Livrer des témoignages positifs de jeunes qui ont réussi dans les métiers	9
Les employeurs	• Le FCA-CAF se sert des médias pour promouvoir le crédit-impôt formation	8
Les éducateurs	• Renseigner les éducateurs : planning 10, conseillers, enseignants des matières pertinentes, enseignement pratique, mise au point d'outils de soutien aux	8

Catégorie	Idée	Nombre de votes
	matières enseignées, approche d'équipe jumelée (comme l'ATA), cibler tous les niveaux et établir des liens entre les divers niveaux	
Les employeurs	<ul style="list-style-type: none"> Les employeurs ouvrent la porte au jumelage, à l'expérience de travail, aux stages, au SSA et à l'apprentissage des jeunes 	6
Les éducateurs	<ul style="list-style-type: none"> Le FCA-CAF fournit une liste de conférenciers pour les journées pédagogiques 	6
Les employeurs	<ul style="list-style-type: none"> Les associations prennent les devants pour promouvoir l'entrée des jeunes dans les métiers et pour leur accorder une adhésion 	5
Les employeurs	<ul style="list-style-type: none"> Élaborer des stratégies visant à partager les apprentis 	5
Les parents	<ul style="list-style-type: none"> Communiquer avec les parents par le biais d'associations, de groupes du réseau et de commandites par les employeurs 	4
Les parents	<ul style="list-style-type: none"> Vérifier le processus pour mesurer les connaissances des parents sur les métiers. Épreuves et prix remis aux jeunes par l'industrie 	3
Les éducateurs	<ul style="list-style-type: none"> Offrir à tous les étudiants la chance de comprendre les métiers et les programmes postsecondaires de métiers 	3
Les employeurs	<ul style="list-style-type: none"> Les employeurs doivent s'engager dans l'élaboration et la mise en œuvre de programmes scolaires (SSA, CTC et ACE IT, p. ex.) 	2
Les parents	<ul style="list-style-type: none"> Organiser des visites sur les chantiers de construction 	1
Les parents	<ul style="list-style-type: none"> Financement : dons de l'industrie, des entreprises et des gouvernements 	1
Les parents	<ul style="list-style-type: none"> Il faut travailler avec les conseils consultatifs de parents 	1
Les parents	<ul style="list-style-type: none"> Interroger les parents pour trouver, parmi eux, des gens de métier qui pourraient promouvoir les carrières dans les métiers spécialisés ou devenir des modèles et des champions 	1
Les employeurs	<ul style="list-style-type: none"> Élaborer des stratégies visant à faciliter la participation des PME dans les programmes de métiers du secondaire (comme le SSA) ainsi que le maintien des stagiaires 	1
Les éducateurs	<ul style="list-style-type: none"> Établir des programmes de partenariat 	1
Les éducateurs	<ul style="list-style-type: none"> Il faut mettre en place des programmes tels : <ul style="list-style-type: none"> ➤ Des programmes de planification de carrière ➤ Des programmes d'apprentissage au secondaire 	1

Catégorie	Idée	Nombre de votes
Les éducateurs	<ul style="list-style-type: none"> Assurer la formation des instructeurs pour qu'ils possèdent les titres de compétence requis 	1
Les éducateurs	<ul style="list-style-type: none"> Le programme d'études doit tenir compte de l'application des matières enseignées dans les métiers 	1
Les éducateurs	<ul style="list-style-type: none"> Faire visiter un chantier de construction aux éducateurs 	1

Une fois les idées prioritaires énumérées, on a invité les participants à devenir membres d'une équipe de mise en œuvre provinciale. Celle-ci élaborera une stratégie provinciale fondée sur les renseignements recueillis au cours de la consultation. Le comité qui travaillera avec la chargée de projet, Beverlie Cook, discutera des ressources nécessaires et de l'utilisation des programmes existants pour aller de l'avant.

Voici les personnes qui ont accepté de siéger au comité de mise en œuvre local :

1. Rob Chioccarello- Compétences/Skills Canada – Colombie-Britannique
2. Organisme de formation de l'industrie
3. British Columbia Homebuilders Association
4. Irma Mohammed B.C. Federation of Labour
5. Brian George Groupes autochtones d'éducation
6. Lynne Henshaw Association touristique
7. Wayne Peppard et Arne Johansen B.C. and Yukon Territories Building and Construction Trades Council

Annexe A – Ordre du jour de la journée de consultation



Métiers spécialisés : Une carrière pour bâtir ton avenir Ordre du jour de la journée de consultation

Date : jeudi 7 octobre 2004

Endroit : Radisson President Hotel & Suites, aéroport de Vancouver

8 h 30 – 9 h	Inscription et service de rafraîchissements
9 h – 9 h 30	Mot de bienvenue et présentations
9 h 30 – 10 h 30	Présentation de la campagne « Métiers spécialisés : Une carrière pour bâtir ton avenir »
10 h 30 – 10 h 45	Pause
10 h 45 – 11 h 30	Table ronde : Dresser la liste des programmes et campagnes de promotion régionales des métiers spécialisés et de l'apprentissage
11 h 30 – 12 h 15	Discussion de groupe : Trouver les programmes et campagnes en cours dans la région
12 h 15 – 12 h 45	Dîner
12 h 45 – 13 h 30	Table ronde : Dresser la liste des lacunes ou besoins non satisfaits en matière de promotion des métiers spécialisés et de l'apprentissage
13 h 30 – 14 h 15	Discussion de groupe : Énumération des lacunes et besoins prioritaires
14 h 15 – 14 h 30	Pause
14 h 30 – 15 h 15	Table ronde : Les occasions de collaboration
15 h 15 – 15 h 45	Discussion de groupe : Établir un plan d'action pour aller de l'avant
15 h 45 – 16 h	Levée de la séance

Annexe B - Liste de participants

	Prénom	Nom	Poste	Organisme
1	Rosemary	Araujo	Affaires communautaires et régionales	Duke Energy Gas Transmission
2	Joe	Barrett	Recherchiste	British Columbia & Yukon Territory Building and Construction Trades Council
3	Christie	Behrisch		Independent Contractors and Businesses Association of BC
4	Gerry	Beltgens	Directeur, Formation axée sur des compétences	Canadian Home Builders Association of BC
5	Helen	Boyce	Coordonnatrice provinciale de Bladerunners	ACCESS - Building Futures Today
6	Dan	Bradford		BC Federation of Labour
7	Allan	Bruce	Représentant international	International Union of Operating Engineers
8	Rob	Chioccarello	Directeur général	Compétences/Skills Canada
9	Robert	Clarke	Directeur général	Automotive Retailers Association
10	Todd	Cumiskey		Canadian Automotive Repair School
11	Jack	Davidson	Président	BC Road Builders & Heavy Construction Association
12	Abigail	Fulton		BC Construction Association
13	Brian	George	Coordonnateur régional	Aboriginal Workforce Participation Initiative Indian & Northern Affairs
14	Sue	Grewal		RHDCC
15	Lynne	Henshaw		go2
16	Philip	Hochstein	Vice-président principal	Independent Contractors and Businesses Association of BC
17	Greg	Hopps	Coordonnatrice, Éducation pour une carrière	Disctrict scolaire 36 de Surrey

	Prénom	Nom	Poste	Organisme
18	Randy	J. Callaghan	Coordonnateur, Personnel en région	PCL Constructors Canada Inc
19	Arne	Johansen	Coordonnateur, Perfectionnement des gens du métier	Ironworkers Local 97
20	Carole	MacFarlane	Coordonnatrice, Programmes de carrières	Commission scolaire de Vancouver
21	Colleen	MacKenzie		Automotive Retailers Association
22	Vicki	Munn	Coordonnatrice, Éducation pour une carrière	District scolaire 36 (Surrey)
23	Gale	Pirie	Directrice de programmes	Ridge Meadows College
24	Tamara	Pongracz	Instructeur principal, ACCESS Dept.	Trades Discovery
25	Brad	Randall	Administrateur	Operating Engineers Training Plan
26	Clyde	Scollan	Administrateur	Compétences/Skills Canada
27	Sandy	Steward	Directeur, Intérêts du client	Organisme de formation de l'industrie
28	Dana	Taylor		Mechanical Contractors Association of BC
29	Dario	Valdivia	Gestionnaire, Projets de transports	WESTAC
30	Marty	Wittman	Directeur, Relations gouvernementales et d'entreprise	MTI Community College
31	Graham	Young	Directeur	Apprenticeship & Training Piping Industry Apprenticeship Board & UA Trade School
32	Karen	Zukas	Gestionnaire, Programmes stratégiques	Workers Compensation Board of BC
33	Irma	Mohammed	Directeur, Alphabétisation, Éducation et Jeunesse	British Columbia Federation of Labour
34	Gail	King	Directrice générale	Emploi des jeunes, Compétences/ Skills Canada

Annexe C – Programmes régionaux et activités de promotion

La consultation a permis aux participants de fournir des renseignements sur les programmes et activités de promotion en cours dans la région. Cette information a été inscrite dans le tableau ci-dessous qui ne reflète que les renseignements recueillis lors de la rencontre. Il ne faut pas y voir un appui de Compétences/Skills Canada ou du FCA-CAF.

Nom du programme	Commanditaire	Principaux publics cibles	Messages clés	Moyens de promotion tactiques
Carrières dans le secteur touristique	<ul style="list-style-type: none"> GO 2 et autres partenaires à confirmer 	<p>Principaux publics :</p> <ul style="list-style-type: none"> Les jeunes (de 13 à 17 ans) Les jeunes adultes (de 16 à 24 ans) Les parents <p>Publics secondaires :</p> <ul style="list-style-type: none"> Les Autochtones Les minorités visibles Les retraités actifs Les immigrants et les personnes réorientant leur carrière 	<ul style="list-style-type: none"> Renseigner les employeurs sur les carrières dans le tourisme (donner une suite aux périodes d'achalandage, postes plus axés sur les carrières : chefs et cuisiniers, gestionnaires financiers et commerciaux, gestionnaire de l'hébergement, responsable des loisirs et des programmes) Lutter contre les préjugés selon lesquels tous les emplois du secteur touristique sont des emplois de première ligne mal rémunérés. 	<ul style="list-style-type: none"> À déterminer Travaillera avec le programme TCAP et leur campagne publique

Nom du programme	Commanditaire	Principaux publics cibles	Messages clés	Moyens de promotion tactiques
Fonds de stimulants d'outils pour les apprentis	<ul style="list-style-type: none"> Les détaillants du secteur automobile L'association (division de la réparation des collisions) l'Insurance Corporation of B.C. 	<p>Principaux publics</p> <ul style="list-style-type: none"> Les apprentis des métiers reliés à la réparation des collisions <p>Publics secondaires</p> <ul style="list-style-type: none"> Les éducateurs Les employeurs 	<ul style="list-style-type: none"> Encourager l'apprentissage Encourager l'emploi constant au sein des ateliers commanditaires Aider les apprentis à défrayer les coûts de l'apprentissage 	<ul style="list-style-type: none"> Annonces imprimées (revues) Annonces imprimées (revues spécialisées) Dépliants/Livrets Site Web : www.ara.bc.ca Exposés en classe
B.C. Government Ironworkers Apprenticeship Program	<ul style="list-style-type: none"> B.C.I.T. et Local 97 Trade Improvement 	<ul style="list-style-type: none"> Les jeunes des niveaux secondaire et postsecondaire, âgés d'au moins 17 ans 	<ul style="list-style-type: none"> Faciliter l'accès à la formation de ferronnier Faciliter l'emploi après l'apprentissage 	<ul style="list-style-type: none"> Initiatives de marketing restreintes
Ironworker Aboriginal Career Awareness Program	<ul style="list-style-type: none"> Le Conseil du secteur de la construction et le Conseil de développement des ressources humaines autochtones 	<p>Principaux publics</p> <ul style="list-style-type: none"> Les jeunes <p>Publics secondaires</p> <ul style="list-style-type: none"> Les syndicats, le patronat ou les gouvernements Les employeurs, les éducateurs et les groupes communautaires autochtones 	<ul style="list-style-type: none"> Attirer vers le métier de ferronnier des jeunes Autochtones cherchant du travail Faciliter la formation Trouver les occasions d'emploi en suivant les activités dans le secteur de la construction 	<ul style="list-style-type: none"> Dépliants Site Web Bande vidéo sur les carrières

Nom du programme	Commanditaire	Principaux publics cibles	Messages clés	Moyens de promotion tactiques
Trading Up	<ul style="list-style-type: none"> Les ministères de l'Éducation, de l'Enseignement postsecondaire, le Business Council of BC et Ressources humaines et Développement des compétences Canada/District scolaire de Surrey, Kwantlen College et autres districts scolaires de la C.-B. 	Principaux publics : <ul style="list-style-type: none"> Les étudiants de 10^e année Les enseignants Les parents 	<ul style="list-style-type: none"> La pénurie de travailleurs spécialisés créera plusieurs ouvertures et occasions d'emploi Les métiers sont enrichissants, bien rémunérés, profitables et stimulants. 	<ul style="list-style-type: none"> Salons et expositions (environnement stimulant, semblable à un concert) L'imprimé (article, etc.) Séances de consultation Représentants d'associations
Skills to Transform British Columbia	<ul style="list-style-type: none"> The Industry Training Authority (ITA) aidé d'établissements de formation privés et publics 	<ul style="list-style-type: none"> Les employeurs Les formateurs Les associations industrielles 	<ul style="list-style-type: none"> Allier la formation sur place et la formation en classe titres de compétence décernés aux candidats à la fin du programme de formation Les innovations en matière de formation comprennent ce qui suit : des programmes spécialisés tenant compte des exigences du marché, des programmes touchant plus d'un métier, utilisation accrue de la formation à distance et d'autres nouvelles méthodes d'enseignement 	<ul style="list-style-type: none"> Dépliant Une cinquantaine de centres de formation de l'industrie partout en Colombie-Britannique

Nom du programme	Commanditaire	Principaux publics cibles	Messages clés	Moyens de promotion tactiques
« Skills Work! »	<ul style="list-style-type: none"> • Compétences/Skills Canada 	<ul style="list-style-type: none"> • Les employeurs • Les éducateurs • Les syndicats • Les gouvernements • Les jeunes Canadiens 	Buts : <ul style="list-style-type: none"> • Offrir des programmes de sensibilisation • Mettre de l'avant des partenariats avec les organismes engagés dans la promotion des métiers spécialisés 	<ul style="list-style-type: none"> • Affiche/dépliant • Publicité
Compétences/Skills Canada	<ul style="list-style-type: none"> • Ministère de l'Éducation • Ministère des études postsecondaires • Écoles secondaires/CHB • RHDCC • Industrie (Grant Thornton) • Collèges communautaires 	<ul style="list-style-type: none"> • Les jeunes • Les adultes • La population à risque • Les femmes 	<ul style="list-style-type: none"> • Connaissance des métiers spécialisés 	<ul style="list-style-type: none"> • Salons des carrières • Casque de protection • Programme de sensibilisation aux métiers • Découverte des métiers • Épreuves de compétence entre femmes de métier • Conférences • Exposés en classe • Concours (courses de bateaux en contreplaqué)
Promotion générale de la formation collégiale	<ul style="list-style-type: none"> • MTI College 	<ul style="list-style-type: none"> • Les étudiants des niveaux secondaire et postsecondaire 	<ul style="list-style-type: none"> • Aider les étudiants à atteindre des normes élevées • Établir des liens solides avec les principaux dirigeants de l'industrie 	

Nom du programme	Commanditaire	Principaux publics cibles	Messages clés	Moyens de promotion tactiques
WorkSave	<ul style="list-style-type: none"> Workers' Compensation Board of B.C. 	<ul style="list-style-type: none"> Les éducateurs Les étudiants <p>Publics secondaires</p> <ul style="list-style-type: none"> Les propriétaires d'entreprise Les employeurs Les exploitants et superviseurs 	<ul style="list-style-type: none"> Expliquer clairement les conséquences d'un milieu de travail non sécuritaire Signaler aux étudiants les risques que présente le milieu de travail S'assurer que tous sont en mesure de reconnaître les dangers en milieu de travail Veiller à ce qu'on fasse bon accueil à la formation en sécurité sur les chantiers et en milieu de travail Faire connaître aux étudiants les droits et devoirs d'un travailleur 	<ul style="list-style-type: none"> Site Web : http://youngwork.healthandsafetyentre.org Guide l'enseignant www.publications.gov.bc.ca Vidéo sur CD-ROM Conférenciers invités dans les écoles Livret, dépliants, etc.
Fresh Start Trades, Discovery Trades, Discovery for Women, Math for Trades	<ul style="list-style-type: none"> B.C.I.T. 	<p>Les étudiants apprenant un métier au B.C.I.T. ou qui s'y destinent (clientèle générale et femmes seulement)</p>	<ul style="list-style-type: none"> Enseigner des matières spécialisées Permettre l'exploration et l'examen de divers métiers 3. Offrir des cours de mathématiques aux étudiants actuels et éventuels des métiers 	<ul style="list-style-type: none"> Dépliant

Nom du programme	Commanditaire	Principaux publics cibles	Messages clés	Moyens de promotion tactiques
Aboriginal Workforce Participation Initiative (AWPI)	<ul style="list-style-type: none"> • Affaires indiennes et du Nord • Conseil du Trésor du Canada 	<ul style="list-style-type: none"> • Employeurs et entreprises éventuelles 	<ul style="list-style-type: none"> • Sensibiliser la population aux problèmes d'emploi vécus par les Autochtones ainsi qu'aux occasions d'emploi • Faire en sorte que les employeurs soient en mesure d'embaucher plus d'Autochtones • Favoriser la mise en commun de l'information et le réseautage 	<ul style="list-style-type: none"> • PowerPoint • Dépliants, livrets, etc • « Trousse d'outils » pour employeurs • Site Web • CD-ROM • Rencontres et ateliers rassemblant les diverses parties intéressées • Lettre aux employeurs • Exposés • Outils en ligne • Autres publications comme un répertoire des exportateurs autochtones

Nom du programme	Commanditaire	Principaux publics cibles	Messages clés	Moyens de promotion tactiques
Procurement Strategy for Aboriginal Business	<ul style="list-style-type: none"> Gouvernement fédéral, Affaires indiennes et du Nord Canada 	<ul style="list-style-type: none"> Entreprises autochtones Acheteurs fédéraux Entreprises non autochtones 	<ul style="list-style-type: none"> Aider les entreprises autochtones à obtenir plus de contrats des ministères et organismes gouvernementaux 	<ul style="list-style-type: none"> Inscrire les entreprises à Contrats Canada. Ligne d'information : 1-800-811-1148 ou 819 956-3440, Répertoire des entreprises autochtones 1-800-328-6189 ou 613 954-5031. Faire connaître aux entreprises autochtones les projets de marchés du gouvernement fédéral Site Web : www.ainc-inac.gc.ca/saea-psab-pub-polinf/iab_e.html Brochures Exposés
Northern Opportunities	<ul style="list-style-type: none"> Établissement de partenariats : Fort Nelson, Peace River, South School Districts, Northern Lights College, Premières Nations, industrie et groupes communautaires 	<ul style="list-style-type: none"> Les jeunes des niveaux secondaire et postsecondaire de cette région (des 11^e et 12^e années) 	<ul style="list-style-type: none"> Les étudiants admissibles aux doubles crédits Les étudiants peuvent entreprendre un apprentissage pendant qu'ils sont inscrits au programme 	<ul style="list-style-type: none"> La trousse contient un dépliant, une affiche et un calendrier des cours 1-866-NORTHOP www.northernopportunities.bc.ca
Auto Collision Transition	<ul style="list-style-type: none"> Burnaby et Vancouver District scolaire et UCC 	<ul style="list-style-type: none"> Les jeunes de 16 à 18 ans Les étudiants du secondaire 	<ul style="list-style-type: none"> Programme de transition à doubles crédits offert aux étudiants au secondaire 	<ul style="list-style-type: none"> Brochures et affiches et exposés dans les écoles Transition vers l'emploi Crédits préparant à l'emploi

Nom du programme	Commanditaire	Principaux publics cibles	Messages clés	Moyens de promotion tactiques
ITA Youth Program ACE IT	<ul style="list-style-type: none"> ITA 	<ul style="list-style-type: none"> Les étudiants du secondaire 19 ans et moins 	<ul style="list-style-type: none"> Se lancer dans un métier (programme de formation) tout en poursuivant des études secondaires 	<ul style="list-style-type: none"> Subventions offertes aux districts scolaires et développement de partenariats Établissements d'enseignement postsecondaire, industrie et groupes communautaires
Promotion générale des métiers	<ul style="list-style-type: none"> ITA 	<ul style="list-style-type: none"> Les étudiants Les employeurs Les éducateurs 	<ul style="list-style-type: none"> Une carrière dans un métier représente un choix judicieux 	<ul style="list-style-type: none"> Salons des carrières Présentation d'exposés Témoignages de jeunes et d'autres apprentis
ITA – Relations avec les médias	<ul style="list-style-type: none"> ITA 	<ul style="list-style-type: none"> Les employeurs, les jeunes, les apprentis éventuels et les parents 	<ul style="list-style-type: none"> Les métiers La formation Les occasions 	<ul style="list-style-type: none"> Affiches Messages publicitaires Articles
High School Transition Program	<ul style="list-style-type: none"> ITA – Projet-pilote de subventions 	<ul style="list-style-type: none"> Régions rurales de la C.-B. Les étudiants du secondaire 	<ul style="list-style-type: none"> Promotion des carrières dans les métiers spécialisés 	<ul style="list-style-type: none"> Participation à des séances et rencontres en soirée Promotion du travail d'équipe auprès des parents
Professionnel de la formation en matière de construction résidentielle	<ul style="list-style-type: none"> Canadian Homebuilders Assoc. of B.C. et la Vancouver School Board 	<ul style="list-style-type: none"> Les jeunes de 16 à 18 ans 	<ul style="list-style-type: none"> Encadrement de la reconnaissance des compétences et formation nécessaire pour entreprendre une carrière de menuisier dans le secteur de la construction 	<ul style="list-style-type: none"> Brochures Dépliants Exposés en classe

Nom du programme	Commanditaire	Principaux publics cibles	Messages clés	Moyens de promotion tactiques
Careers in Transportation		<ul style="list-style-type: none"> • Étudiants de la 8^e à la 12^e année 	<ul style="list-style-type: none"> • Les carrières dans le secteur des transports sont bien rémunérées, respectables et stimulantes 	<ul style="list-style-type: none"> • Le site Web mis à la disposition des étudiants : www.careersintransportation.ca
Partnerships Program Surrey-CRC	<ul style="list-style-type: none"> • District scolaire de Surrey et partenaires de l'industrie 	<ul style="list-style-type: none"> • Les étudiants du secondaire 	<ul style="list-style-type: none"> • Faire connaître les carrières des métiers spécialisés 	
Autobody Mechanics Painting – Automotive Trades	<ul style="list-style-type: none"> • S/O 	<ul style="list-style-type: none"> • Les étudiants du secondaire 	<ul style="list-style-type: none"> • Promotion des métiers de l'automobile dans les écoles secondaires 	<ul style="list-style-type: none"> • Médias • Publicité • Promotion dans les écoles
Rotation des métiers	<ul style="list-style-type: none"> • District scolaire de Surrey 	<ul style="list-style-type: none"> • Les jeunes à risque • Les parents 	<ul style="list-style-type: none"> • Faire connaître les métiers aux jeunes 	<ul style="list-style-type: none"> • Travailler avec les jeunes fréquentant les centres de formation
Heavy Duty Project	<ul style="list-style-type: none"> • Les employeurs • Les syndicats • WCB • District scolaire • Fort St. John 	<ul style="list-style-type: none"> • Les jeunes • Les écoles secondaires 	<ul style="list-style-type: none"> • Occasions d'emploi 	<ul style="list-style-type: none"> • Partenariats communautaires • Annonces locales • Programme local
School's Out	<ul style="list-style-type: none"> • CCA 	<ul style="list-style-type: none"> • Les jeunes 	<ul style="list-style-type: none"> • Les carrières du secteur de la construction ne sont pas des carrières sans avenir 	<ul style="list-style-type: none"> • Brochures • Bande vidéo interactive
CTC	<ul style="list-style-type: none"> • Gouvernement de la C.-B. 	<ul style="list-style-type: none"> • Les jeunes 	<ul style="list-style-type: none"> • Emplois intéressants • Bonne rémunération • 80 % des étudiants n'entreprennent pas d'études universitaires • Troisième possibilité 	<ul style="list-style-type: none"> • Brochures • Annonces à la radio • Présentation d'exposés

Nom du programme	Commanditaire	Principaux publics cibles	Messages clés	Moyens de promotion tactiques
SSA Program	<ul style="list-style-type: none"> Gouvernement de la C.-B. 		<ul style="list-style-type: none"> Poursuite des études – Cheminement de carrière dans les métiers 	
SAEA	<ul style="list-style-type: none"> Gouvernement du Canada 	<ul style="list-style-type: none"> Les employeurs autochtones 	<ul style="list-style-type: none"> Favoriser la création d'entreprises Accroître le nombre d'entreprises autochtones tentant d'obtenir des contrats fédéraux 	<ul style="list-style-type: none"> Exposés Brochures Dépliants CD-ROM
Open House; Builders Block; Aboriginal Employment.model	<ul style="list-style-type: none"> BCYT Building Trades BC Construction Assoc. 	<ul style="list-style-type: none"> Les jeunes Les Autochtones 	<ul style="list-style-type: none"> Occasions de carrières Promotion des métiers de la construction L'industrie de la construction offre des carrières intéressantes 	<ul style="list-style-type: none"> Radio et imprimés Projets et démonstrations Salons des carrières Salons d'emploi Salons scolaires Interaction et établissement de relations
Landed Immigrants Employment Model Construction site tour	<ul style="list-style-type: none"> BC Construction Assoc. BCCA/VRCA BCYT 	<ul style="list-style-type: none"> Les immigrants Les jeunes et les étudiants 	<ul style="list-style-type: none"> Expliquer aux publics cibles les avantages des carrières dans le secteur de la construction 	<ul style="list-style-type: none"> Moyens tactiques énumérés ci-dessus Cibler les districts scolaires
Sensibilisation générale	<ul style="list-style-type: none"> BCYT BCIT 	<ul style="list-style-type: none"> Public Les employeurs 	<ul style="list-style-type: none"> Occasions de carrières Les métiers offrent des choix de carrières intéressants Bonne rémunération Respect des compétences Possibilité de mobilité 	<ul style="list-style-type: none"> Site Web Liens de promotion sur Internet Sensibilisation des employeurs Dépliants Bandes vidéo Salons des carrières

Nom du programme	Commanditaire	Principaux publics cibles	Messages clés	Moyens de promotion tactiques
Level « g » welding with technical ESL	<ul style="list-style-type: none"> United Association 	<ul style="list-style-type: none"> Immigrants reçus 		<ul style="list-style-type: none"> Dépliant Contact personnel avec les bureaux de placement
Labour Awareness Outreach	<ul style="list-style-type: none"> B.C. Federation of Labour 	<ul style="list-style-type: none"> Les étudiants du secondaire 	<ul style="list-style-type: none"> Connaissance de ses droits Choix de carrières offerts aux jeunes Droits fondamentaux des travailleurs 	<ul style="list-style-type: none"> Lettre destinée aux enseignants chargés de la planification de carrière Formation des facilitateurs auprès des jeunes S'associer à des jeunes pour offrir le programme
General Career Awareness Initiatives	<ul style="list-style-type: none"> Mechanical Contractors Association 	<ul style="list-style-type: none"> Les jeunes Les personnes explorant les carrières 	<ul style="list-style-type: none"> Promotion des emplois d'une durée de 20 minutes Faire connaître des carrières réussies dans les métiers Les gens de métier sont présents dans le monde entier 	<ul style="list-style-type: none"> Projets offerts sur Internet Liens à d'autres sites Web visant à faire connaître les coordonnées de la formation Salons des métiers Annonce télévisée sur les emplois Nouvelles sur la planification de carrières Entreprise commerciale

Nom du programme	Commanditaire	Principaux publics cibles	Messages clés	Moyens de promotion tactiques
Section locale d'étudiants	<ul style="list-style-type: none"> Dessin de construction mécanique 	<ul style="list-style-type: none"> Les jeunes et les étudiants engagés dans les techniques ou dans les métiers du secteur de la construction 	<ul style="list-style-type: none"> Sensibilisation des jeunes aux métiers en insistant sur la mobilité et sur les occasions offertes 	<ul style="list-style-type: none"> S'associer à un collège ou à une école privée offrant l'enseignement des métiers
Blade Runners	<ul style="list-style-type: none"> Access – gestionnaires provinciaux John Howard Society Nanaimo Youth Services 	<ul style="list-style-type: none"> Les jeunes, les familles, les fournisseurs de services et les jeunes à risque 	<ul style="list-style-type: none"> Changement de vie grâce à un emploi dans les métiers du secteur de la construction 	<ul style="list-style-type: none"> Dépliants Exposés Bouche-à-oreille
Third Option	<ul style="list-style-type: none"> BCBC 	<ul style="list-style-type: none"> Les jeunes de 13 à 18 ans Les parents Les éducateurs Pas les employeurs 	<ul style="list-style-type: none"> Plan d'affaires : pourquoi choisir un métier? 	<ul style="list-style-type: none"> DVD interactif
Trades Discovery Sponsorship Program	<ul style="list-style-type: none"> Plusieurs employeurs 	<ul style="list-style-type: none"> Service des métiers (programmes) d'un établissement de formation (BCIT) 		<ul style="list-style-type: none"> Remise de bourses et de prix aux étudiants s'engageant dans un métier Journaux locaux et publications spécialisées
Information générale	<ul style="list-style-type: none"> Les syndicats 	<ul style="list-style-type: none"> Les étudiants 		<ul style="list-style-type: none"> Liste des bourses Salons des carrières
« Discovery of Apprenticeship »	<ul style="list-style-type: none"> United Food and Commercial Worker 			