



## **Consultations régionales**

### **Nouvelle-Écosse**

#### ***Sommaire des résultats***


**Le 10 novembre 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 journée entière de consultation a eu lieu à Halifax, le 10 novembre 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 20 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, Beverlie Cook, ainsi que le directeur général du Forum canadien sur l'apprentissage, Keith Lancaster, et Doug Homer, 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, la directrice générale de Compétences/Skills Canada (Nouvelle-Écosse), Michelle Bussey, et Deborah Canivet, administratrice du Conseil d'apprentissage, ministère de l'Éducation, ont présenté brièvement les activités et

autres campagnes de promotion des métiers spécialisés dans la province. Par suite des présentations régionales, les participants ont eu l'occasion de signaler d'autres campagnes, initiatives ou activités de promotion des métiers spécialisés et de l'apprentissage en Nouvelle-Écosse.

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 élus	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La plupart des élus accordent peu d'importance aux métiers.</li> <li>• Les élus et les chefs politiques ne comprennent pas l'importance de la reconnaissance professionnelle des métiers.</li> <li>• Manque de volonté politique pour faire la promotion des métiers spécialisés               <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Il existe un mécanisme de reconnaissance des agents immobiliers, mais il n'y a aucun mécanisme pour les constructeurs licenciés.</li> </ul> </li> </ul>	90
Les parents	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les parents connaissent peu les carrières dans les métiers spécialisés.</li> <li>• Leur génération a peu d'expérience avec les travailleurs spécialisés.</li> <li>• Peu ou pas de modèles dans la famille pour faire connaître aux jeunes les carrières dans les métiers spécialisés.</li> <li>• Leur perception négative des métiers spécialisés ne pousse pas les jeunes à envisager une carrière dans les métiers spécialisés.</li> <li>• Il faut influencer leur perception et leur décision touchant les carrières dans les métiers spécialisés pour leur enfant.</li> </ul>	76

Public cible	Lacunes ou besoins actuels	Points attribués par les participants
Le système d'éducation	<ul style="list-style-type: none"> <li>• De véritables conseillers en carrières ne doivent que conseiller les jeunes sur les carrières.</li> <li>• Tout enseignant devrait être un conseiller en carrières et connaître toutes les perspectives de carrières dans les métiers.</li> <li>• Il faut expliquer aux enseignants comment intégrer des exemples de métiers dans le programme d'études et appliquer la théorie aux situations pratiques vécues par les gens de métier.</li> <li>• Il faut comprendre les termes utilisés par toutes les carrières dans les métiers spécialisés.</li> <li>• Le système doit se concentrer sur les carrières dans les métiers spécialisés, non seulement sur les carrières universitaires.</li> <li>• Il faut préparer du nouveau matériel de promotion et des ressources que les enseignants distribueront à leurs étudiants.</li> <li>• Il faut changer la perception de la bureaucratie scolaire et faire en sorte qu'elle partage l'information sur les métiers spécialisés au lieu de la perception actuelle qui veut que ce soit une perte de temps.</li> <li>• Le soutien doit venir de toute l'organisation, du conseil scolaire aux directeurs et directrices d'école.</li> <li>• Il faut que les conseils scolaires et les directeurs s'engagent à exposer les jeunes aux carrières dans les métiers spécialisés.</li> </ul>	70
Le public	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Le grand public doit mieux comprendre ce que représente la reconnaissance professionnelle des métiers et l'importance de la certification.</li> <li>• Il faut changer les mentalités pour voir l'importance de la certification.</li> <li>• Il faut expliquer l'apport des métiers spécialisés à notre économie.</li> <li>• Il n'existe, à l'heure actuelle, aucun respect pour la contribution des gens de métier à notre société.</li> </ul>	60

Public cible	Lacunes ou besoins actuels	Points attribués par les participants
Les employeurs	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Il faut créer des stimulants pour pousser les employeurs à s'engager dans un programme d'apprentissage.</li> <li>• Il faut préparer plus de documents d'information pour renseigner les employeurs sur les avantages découlant de la formation des apprentis.</li> <li>• Ils doivent rencontrer des apprentis pour connaître les avantages offerts par la formation d'apprentis.</li> <li>• Il faut recruter des champions pour faire connaître les histoires à succès.</li> <li>• Il faut récompenser les employeurs qui offrent des occasions d'apprentissage.</li> <li>• Il faut changer la perception selon laquelle les apprentis quitteront l'entreprise dès qu'ils auront obtenu la certification.</li> </ul>	44
Les apprentis	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Il faut accroître la mobilité des apprentis.</li> <li>• Les programmes d'apprentissage doivent être offerts de façon uniforme partout au pays.</li> <li>• Il faut expliquer la situation réelle des apprentis et ne pas créer de fausses attentes.</li> </ul>	37
Assurance de l'industrie	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Il faut reconnaître l'importance de la certification. Les primes d'assurances doivent tenir compte du niveau de certification des constructeurs de la maison.</li> </ul>	27
Les jeunes de 15 à 18 ans qui ne se destinent pas à l'université	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les jeunes ne reçoivent pas assez d'information sur les carrières dans les métiers spécialisés. Il faut combler cette lacune.</li> <li>• Ils doivent être exposés aux métiers et aux gens de métier et rencontrer des modèles.</li> </ul>	27
Les groupes visés par l'équité en matière d'emploi (les femmes et les Autochtones)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ils connaissent peu les carrières dans les métiers spécialisés.</li> <li>• Perception négative des gens de métier.</li> <li>• Le message doit leur parvenir de façon plus efficace.</li> <li>• La publicité ne s'adresse pas à eux actuellement.</li> <li>• Le matériel promotionnel doit mettre en vedette un plus grand nombre de femmes et d'Autochtones.</li> </ul>	19
Les PME	<ul style="list-style-type: none"> <li>• On perçoit souvent les apprentis comme un fardeau.</li> <li>• Il faut réserver un meilleur accueil aux apprentis.</li> <li>• Les PME doivent comprendre les avantages découlant de l'embauche d'apprentis.</li> <li>• Il faut les récompenser pour former des apprentis.</li> <li>• Il faut changer la perception selon laquelle un apprenti bien formé quittera l'entreprise.</li> </ul>	16

Public cible	Lacunes ou besoins actuels	Points attribués par les participants
Les employés et les gens de métier	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Il faut encourager les gens de métier à jouer un rôle de conseiller auprès des jeunes.</li> <li>• Il faut changer la perception selon laquelle les nouveaux apprentis représentent une menace (changement culturel).</li> </ul>	16
L'école secondaire de premier cycle	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Il faut explorer davantage les carrières à l'école.</li> <li>• Il faut exposer les jeunes à la réalité des carrières dans les métiers spécialisés (Téléréalité).</li> <li>• Il faut utiliser le programme d'études pour faire connaître les métiers aux jeunes (Exposition itinérante sur les métiers, p. ex.).</li> </ul>	12
Les jeunes des quartiers déshérités (à risque)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Perception négative des métiers.</li> <li>• Méconnaissance des carrières dans les métiers spécialisés.</li> <li>• Aucun programme n'empêche ces jeunes de faire bande à part. La société n'en profite pas.</li> </ul>	10
Les nouveaux immigrants	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Il n'existe pas suffisamment de programmes visant à orienter les immigrants vers les métiers spécialisés.</li> <li>• Il faut encourager plus d'immigrants à faire carrière dans les métiers.</li> </ul>	5
Les pairs (adolescents)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Attitude négative par rapport aux métiers spécialisés.</li> <li>• Méconnaissance des carrières dans les métiers spécialisés.</li> <li>• Ne connaissent pas d'histoires à succès concernant les carrières dans les métiers spécialisés.</li> <li>• Il n'existe pas d'apprentissage par l'expérience dans les écoles pour leur faire connaître les métiers.</li> </ul>	4
Les diplômés universitaires	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ils doivent être mieux renseignés sur les postes offerts dans les métiers spécialisés</li> <li>• Ils doivent retenir un cheminement de carrière qui fait place aux métiers spécialisés.</li> <li>• Ils doivent connaître les avantages offerts par les métiers et les répercussions sur leur employabilité.</li> <li>• Ils doivent intégrer formation universitaire et formation des métiers spécialisés pour devenir un entrepreneur.</li> </ul>	2
Les médias	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les médias doivent offrir une contribution positive en diffusant des histoires à succès sur les métiers spécialisés.</li> <li>• Ils doivent couvrir les événements traitant des métiers spécialisés.</li> <li>• Des journalistes doivent se faire les défenseurs des métiers spécialisés.</li> </ul>	2
Les mères	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Méconnaissance des carrières dans les métiers spécialisés.</li> </ul>	2

Public cible	Lacunes ou besoins actuels	Points attribués par les participants
Les groupes communautaires et les réseaux sociaux comme les Grands Frères Grandes Sœurs, les Guides et les Scouts	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Méconnaissance des carrières dans les métiers spécialisés.</li> <li>• Ils reçoivent peu d'information au sujet des carrières dans les métiers spécialisés.</li> <li>• Il faut faire connaître les occasions offertes par les métiers aux responsables de ces groupes.</li> </ul>	0
Les familles non traditionnelles	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Méconnaissance des carrières dans les métiers spécialisés.</li> <li>• Le matériel de marketing actuel ne décrit pas les familles non traditionnelles.</li> <li>• Il faut reconnaître l'existence des familles non traditionnelles et en tenir compte.</li> </ul>	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 élus** – Ils doivent reconnaître l'importance des gens de métier accrédités et des métiers en général. Il faut un leadership politique et un engagement de promouvoir l'importance des métiers.
2. **Les parents** - Ils doivent mieux connaître les occasions offertes par les carrières dans les métiers spécialisés.
3. **Le système d'éducation** (conseils scolaires, directeurs, enseignants et conseillers en orientation) – Doit se concentrer sur les carrières dans les métiers spécialisés, non seulement sur les carrières 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 élus

- Lancer une campagne de sensibilisation du public pour qu'il exige la certification des rénovateurs de maisons et des travailleurs d'entretien, entre autres.
- Les élus doivent éliminer « le travail au noir » et s'engager sur la voie de la certification des gens de métier.
- Inciter les électeurs à faire pression sur leur député. Trouver les histoires qui sauront émouvoir le public et le motiver. Lancer une campagne régionale, une communauté à la fois.
- Transformer en défenseurs des métiers les leaders qui sont influents, engagés, respectés et capables de représenter l'industrie et de mettre en valeur les questions relatives aux métiers spécialisés et à la certification.
- Organiser un forum politique. Inviter les élus à discuter de la question.
- Présenter un salon des compétences pour renseigner les élus.
- Confier un mandat clair aux ministères et leur commander des programmes consacrés aux métiers, à la certification et aux questions touchant l'industrie.
- Les élus doivent prendre un engagement verbal et financier.
- Trouver les champions au sein du gouvernement et de l'industrie ainsi que des pratiques exemplaires.
- Il faut élaborer une stratégie et une approche quinquennales pour présenter un portrait fidèle des métiers spécialisés et ce qui nous attend si nous n'y exposons pas les jeunes.
- Mettre au point une campagne d'engagement mettant en valeur les questions de professionnalisme comme la sécurité au travail et la responsabilité.
- Obtenir la participation et l'appui de l'industrie.
- Inviter les élus à participer aux activités des associations et des comités ainsi qu'aux événements de réseautage. Ils doivent constater que l'industrie assure la promotion des métiers.
- Trouver avec l'actuel gouvernement minoritaire des occasions de promotion des métiers spécialisés et se concentrer sur les questions rurales.
- Faire la promotion des civils travaillant au ministère de la Défense nationale. Faire la promotion du Sceau rouge et offrir des emplois de métier aux retraités de ce ministère.
- Les ministres devraient assister aux remises de diplômes aux apprentis.
- Offrir aux employeurs des stimulants pour embaucher de jeunes apprentis pendant l'été et tout au long de l'année.
- Mettre au point un programme favorisant la formation en milieu de travail et offrant des stimulants fiscaux, en particulier aux PME.
- Utiliser la sécurité sur les chantiers de construction comme un modèle.
- Préparer des documents de communication :
  - qui font des apprentis et de la certification une question de sécurité
  - qui insistent sur la responsabilité et sur les coûts
  - qui abordent les questions de l'offre et de la demande
  - qui démontrent l'impact économique et l'utilité des apprentis

- qui démontrent aux provinces le coût et les avantages de l'apprentissage et des autres professions
- qui montrent la valeur de la certification des compétences et la nécessité de lutter contre le travail au noir pour augmenter les revenus fiscaux des gouvernements
- qui se concentrent sur les occasions d'avancement économique pour les gens plus qualifiés
- Transmettre un message commun aux élus même si tous les intervenants sont présents autour de la table. Analyser les problèmes et proposer des solutions. Se préparer à des réactions de résistance et d'opposition.
- Le FCA-CAF travaille à l'échelle nationale tout en tenant compte des priorités provinciales en matière d'éducation et de formation.
- Proposer la certification obligatoire de tous les métiers pour attirer l'industrie.
- Susciter une volonté politique en s'assurant que les métiers certifiés obtiennent l'appui des régions.
- Utiliser les médias pour sensibiliser le public à la question et pour attirer l'attention des élus.
- Se servir de programmes efficaces comme ceux-ci pour motiver les élus :
  - ICI = Des initiatives proposant d'utiliser un plus grand nombre de gens de métier certifiés dans les entreprises liées par contrat au gouvernement. Il faut faire appliquer et respecter la certification.
  - RGDA = résolution soumise à la province pour que les véhicules du gouvernement provincial ne s'approvisionnent qu'à des stations-service possédant une certification de sécurité.
- Faire en sorte que les entreprises provinciales embauchent un plus grand nombre d'apprentis. Inclure des objectifs propres aux femmes, aux Canadiens d'origine africaine et aux groupes ethniques.

## 2. Les parents

- Présenter des journées de carrières pratiques aux parents (de préférence le samedi)
- Établir des liens ou des partenariats avec des projets de rénovation ou des organismes communautaires à but non lucratif.
- Faire comprendre les choix offerts et la correspondance entre les occupations et les personnes et styles d'apprentissage.
- Inviter les parents sur les chantiers de construction (de préférence les fins de semaine).
- Répondre à des questions simples : Y a-t-il des emplois disponibles? Vous gagnez combien? Y a-t-il des possibilités d'avancement?
- Offrir un exposé aux mères.
- Offrir un programme d'essai semblable à celui du collège local (NSCC) pour faire connaître l'apprentissage aux jeunes et à leurs parents. Bien informés, ils sauront alors à quoi s'attendre. Intégrer l'apprentissage à ce programme.
- Encourager l'adoption d'un horaire variable pour améliorer la qualité de la vie familiale des gens de métier.

- Présenter des forums de discussion.
- Demander à des porte-parole de la communauté de faire la promotion des carrières dans les métiers spécialisés.
- Parler des carrières dans les métiers spécialisés à l'émission de nouvelles « Live at 5 ».
- Remettre à tous les étudiants des brochures de la campagne nationale pour qu'ils les apportent à la maison.
- Présenter des ateliers d'exploration des carrières pour fournir aux parents tous les renseignements nécessaires sur les carrières dans les métiers spécialisés.
- Mettre au point un projet provincial visant à encourager les parents à présenter un exposé sur les métiers à d'autres parents.
- Offrir aux parents et aux étudiants des occasions de jumelage avec des gens de métier.
- Faire comprendre aux parents qu'une carrière dans les métiers spécialisés permet à l'enfant de voler plus rapidement de ses propres ailes.
- Rappeler le rôle important joué par les gens de métier en posant des questions simples comme celles-ci : « Comment vous êtes-vous rendu au travail aujourd'hui? Où habitez-vous? Qui a construit votre milieu de travail? »
- Faites appel aux parents en leur rappelant qu'ils veulent ce qu'il y a de mieux pour leur enfant. Faire connaître les perspectives et les cheminements de carrières dans les métiers spécialisés et leur fournir un portrait fidèle des métiers.
- Obtenir la participation des médias pour transmettre le message des métiers spécialisés.
- Sensibiliser les consommateurs par l'entremise des commerces de détail et des services comme les salons de coiffure, les entreprises de matériaux de construction et les ateliers d'entretien et de réparation automobiles (préparer des affiches, des dépliants et des bandes vidéo en boucle pour les endroits où le public vient en contact avec les travailleurs spécialisés).
- Veiller à ce que le marketing stratégique se concentre sur les grands centres puisque les sondages révèlent que les régions rurales connaissent mieux les carrières dans les métiers spécialisés que les milieux urbains.
- Il faut faire connaître le professionnalisme de milieux de travail comme les chantiers de construction et les ateliers d'entretien et de réparation automobiles. Il faut éviter d'utiliser l'expression « juste un métier » et utiliser plutôt des descriptions positives.
- Mettre en valeur des ateliers professionnels de même que la technologie utilisée. Il faut les présenter comme des champions des métiers spécialisés.
- Il faut faire connaître les métiers spécialisés aux écoles.
- Mettre au point un programme visant à inviter votre voisin au travail.

### 3. Les éducateurs

- Les programmes qui préparent à un diplôme devraient sensibiliser les étudiants aux métiers, aux compétences et à l'exploration des carrières.
- Intégrer au programme d'études des exemples illustrant les métiers spécialisés pour appliquer la théorie à des situations pratiques réelles. Fournir des ressources, des outils et du temps.
- Élaborer un plan visant à changer la perception des éducateurs selon laquelle « seuls certains programmes te conviennent ».
- Présenter des salons de carrières à tous les enseignants au cours d'une journée pédagogique.
- Faire connaître le « step-program » qui fait découvrir les métiers au secondaire.
- Veiller à ce que les éducateurs s'intéressent aux styles d'apprentissage et aux aptitudes des jeunes et réalisent que tous ne découvrent pas les métiers durant leurs études.
- Fournir aux étudiants et aux éducateurs des occasions pratiques pour découvrir les métiers (programmes parascolaires, stages, camps, clubs, etc.)
- Cibler les directeurs qui sont les principaux responsables des écoles. Les conseils scolaires ont la responsabilité de faire connaître les métiers aux jeunes.
- Exposés et rencontres avec :
  - les directeurs lors de leur conférence annuelle
  - les directeurs de programmes du conseil scolaire
  - les conseillers en orientation lors de leur conférence annuelle
  - les ministres et sous-ministres
  - les experts-conseils du ministère de l'Éducation
  - les conseils scolaires
- Faire parvenir aux élus les publications et bulletins des conseils sectoriels et des associations de métiers.
- Le ministère de l'Éducation doit favoriser la signature d'un protocole d'entente entre les conseils scolaires, les directeurs, les conseillers, le NSGEU et la direction générale de l'apprentissage.
- Encourager un plus grand nombre d'industries à participer aux salons des carrières.
- Diffuser en Nouvelle-Écosse l'annonce publicitaire sur les plaques automobiles de RHDCO et de Compétences Ontario.
- Les conseils sectoriels doivent aider l'industrie à s'adresser aux étudiants.
- L'industrie doit offrir gratuitement une formation aux éducateurs du secondaire et aux étudiants intéressés.
- Présenter l'information lors des conférences et de l'assemblée annuelle des enseignants.
- Il faut prévoir un plan pour changer la perception des éducateurs. Rien ne peut fonctionner avant qu'on ne mette en œuvre un tel plan.
- Faciliter l'intégration des étudiants n'ayant pas terminé leur secondaire ou qui ont mis fin à leurs études pour diverses raisons.
- Faire connaître le programme Application du travail et de l'apprentissage (ATA).
- Journée « Enseignants au travail ».

- Accroître le nombre de classes d'art industriel dans toutes les écoles secondaires pour offrir une formation pratique.
- Créer des sites Web interactifs à l'intention des enseignants et des étudiants.
- Se concentrer sur les influences qui marquent le système d'éducation.

## 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	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mettre en valeur des ateliers professionnels de même que la technologie utilisée. Il faut les présenter comme des champions des métiers spécialisés.</li> </ul>	7
Les éducateurs	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Élaborer un plan visant à changer la perception des éducateurs selon laquelle « seuls certains programmes te conviennent ».</li> </ul>	7
Les élus	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lancer une campagne de sensibilisation du public pour qu'il exige la certification des rénovateurs de maisons et des travailleurs d'entretien, entre autres.</li> </ul>	6
Les parents	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Parler des carrières dans les métiers spécialisés à l'émission de nouvelles « Live at 5 ».</li> </ul>	5
Les élus	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Offrir aux employeurs des stimulants pour embaucher de jeunes apprentis pendant l'été et tout au long de l'année.</li> </ul>	5
Les éducateurs	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Élargir le « step-program » qui fait découvrir les métiers au secondaire.</li> </ul>	5
Les élus	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Préparer des documents de communication : <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ qui font des apprentis et de la certification une question de sécurité</li> <li>➤ qui insistent sur la responsabilité et sur les coûts</li> <li>➤ qui abordent les questions de l'offre et de la demande</li> <li>➤ qui démontrent l'impact économique et démontrent l'utilité des apprentis</li> <li>➤ qui démontrent aux provinces le coût et les avantages de l'apprentissage et des autres professions</li> </ul> </li> </ul>	4
Les élus	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Proposer la certification obligatoire de tous les métiers pour attirer l'industrie.</li> </ul>	4
Les élus	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Il faut élaborer une stratégie et une approche quinquennales pour présenter un portrait fidèle des métiers spécialisés et ce qui nous attend si nous n'y exposons pas les jeunes.</li> </ul>	4
Les éducateurs	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Intégrer au programme d'études des exemples illustrant les</li> </ul>	4

Catégorie	Idée	Nombre de votes
	métiers spécialisés pour appliquer la théorie à des situations pratiques et réelles. Fournir des ressources, des outils et du temps.	
Les éducateurs	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fournir aux étudiants des occasions pratiques pour découvrir les métiers (programmes parascolaires, stages, camps, clubs, etc.) et faire participer les éducateurs.</li> </ul>	4
Les éducateurs	<ul style="list-style-type: none"> <li>Faciliter l'intégration des étudiants n'ayant pas terminé leur secondaire ou qui ont mis fin à leurs études pour diverses raisons.</li> </ul>	4
Les parents	<ul style="list-style-type: none"> <li>Présenter des journées de carrières pratiques aux parents</li> </ul>	3
Les élus	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mettre au point une campagne d'engagement qui met en valeur les questions de professionnalisme comme la sécurité au travail et la responsabilité.</li> </ul>	2
Les éducateurs	<ul style="list-style-type: none"> <li>Le ministère de l'Éducation doit favoriser la signature d'un protocole d'entente entre les conseils scolaires, les directeurs, les conseillers, le NSGEU et la direction générale de l'apprentissage.</li> </ul>	2
Les parents	<ul style="list-style-type: none"> <li>Faire connaître le véritable marché de la main-d'œuvre aux parents.</li> </ul>	1
Les parents	<ul style="list-style-type: none"> <li>Inviter les parents sur les chantiers de construction (de préférence les fins de semaine).</li> </ul>	1
Les parents	<ul style="list-style-type: none"> <li>Demander à des porte-parole de la communauté de faire la promotion des carrières dans les métiers spécialisés.</li> </ul>	1
Les élus	<ul style="list-style-type: none"> <li>Transmettre un message commun aux élus même si tous les intervenants sont présents autour de la table. Analyser les problèmes et proposer des solutions. Se préparer à des réactions de résistance et d'opposition.</li> </ul>	1
Les élus	<ul style="list-style-type: none"> <li>Transformer en défenseurs des métiers les leaders qui sont influents, engagés, respectés et capables de représenter l'industrie et de mettre en valeur les questions des métiers spécialisés et de la certification.</li> </ul>	1
Les élus	<ul style="list-style-type: none"> <li>Présenter un salon des compétences pour renseigner les élus.</li> </ul>	1
Les éducateurs	<ul style="list-style-type: none"> <li>Présenter des salons de carrières à tous les enseignants au cours d'une journée pédagogique.</li> </ul>	1
Les éducateurs	<ul style="list-style-type: none"> <li>Veiller à ce que les éducateurs s'intéressent aux styles d'apprentissage et aux aptitudes des jeunes et réalisent que tous ne découvrent pas les métiers durant leurs études.</li> </ul>	1
Les éducateurs	<ul style="list-style-type: none"> <li>Accroître le nombre de classes d'art industriel dans toutes les écoles secondaires pour offrir une formation pratique.</li> </ul>	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.

Les deux personnes suivantes ont accepté de diriger l'équipe de mise en œuvre régionale et d'assurer la liaison avec le secrétariat national en vue d'appliquer certains moyens tactiques énumérés ci-dessus :

1. Michelle Bussey                      Compétences/Skills Canada (Nouvelle-Écosse)
2. Marjorie Davison                    Direction générale des compétences et de l'apprentissage,  
ministère de l'Éducation de la Nouvelle-Écosse

## **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 : le 10 novembre 2004  
Endroit : Westin Nova Scotia**

---

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**

	<b>Prénom</b>	<b>Nom</b>	<b>Poste</b>	<b>Organisme</b>
1	Michelle	Bussy	Directrice générale	Compétences/Skills Canada
2	Marjorie	Davison	Directrice de l'apprentissage	Division des compétences et de l'apprentissage, ministère de l'Éducation de la Nouvelle-Écosse
3	Kevin	Gerrior	Gestionnaire de l'apprentissage	Nova Scotia Community College – Campus principal
4	Deborah	Canivet	Administratrice, Conseil d'apprentissage	Ministère de l'Éducation
5	Peter	Woods	Président	P.R. Woods & Associates Ltd.
6	Ed	Pace	Coordonnateur de la formation	NS PEI Joint Apprenticeship Training Committee for Mechanical Trades
7	Jen	Thorne	Coordonnateur de l'apprentissage des jeunes	
8	Robert	Sampson	Consultant en programmes d'études	Nova Scotia Community College, Campus principal
9	Winston	Ingraham	Directeur, Développement des compétences technologiques	University College of Cape Breton
10	Paul	Pettipas	Chef de la direction	Nova Scotia Home Builder's Association
11	Michael	Kelly	Gestionnaire de la qualité et directeur de la sécurité	Nova Scotia Construction Safety Association
12	Lindsay	Gates	Directeur général	Collision Repair Association of Nova Scotia
13	Mel	MacIntyre	Directeur administratif	UA, section locale 56
14	Corrie	Robley	Coordonnateur des programmes	Nova Scotia Automotive Industry Human Resources Sector Council
15	Margaret	Lynas	Directrice générale	Nova Scotia Construction Sector Council- non residential
16	Graham	Conrad	Directeur général	NS Automotive Industry HRSC
17	Mary	Kenny	Directrice générale	Atlantic Home Building and Renovation HRSC
18	Lynn	McDonagh Hughes	Gestionnaire du développement des carrières	Nova Scotia Tourism Resource Council
19	Brian	Stevens		NS Building Trades Council
20	Norm	Kemp		MARLANT Civilian Workforce Renewal Initiative
21	Joe	Rudderham	Coordonnateur régional	Council of Atlantic Premiers
22	Richard	Sharpe	Superviseur, Service à la clientèle	Ministère de l'Éducation

	<b>Prénom</b>	<b>Nom</b>	<b>Poste</b>	<b>Organisme</b>
23	Don	Adams	Agent, Formation industrielle et certification	Apprentissage et développement des compétences Canada
24	Linda	MacDonald	Consultante en programmes	Ressources humaines et Développement des compétences Canada
25	Tricia	Robertson	Directrice générale	Techsploration
26	John	Marshall		
27	Rachel	Browne	Consultante régionale	
28	Gerry	Mills	Directeur général	Halifax Immigrant Learning Centre
29	Jan	Sheppard Kutcher	Gestionnaire, Services d'emploi	MISA
30	Paul	MacDonald	Directeur, Ressources humaines et Sécurité	The Municipal Group of Companies
31	Shalini	Richards	Membre de comité	Techsploration
32	Micheal	Senz	Président, Formation et éducation	N.S. Home Builders Association
33	Peter	Smith	Consultant en programmes d'études	Services des programmes anglais, ministère de l'Éducation
34	Tom	Griffiths		Fraternité internationale des ouvriers en électricité, section locale 625
35	Carol	Dayment		Apprentissage
36	Virginia	Jackson		NSCC

## **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.

<b>Nom du programme</b>	<b>Commanditaire</b>	<b>Principaux publics cibles</b>	<b>Messages clés</b>	<b>Moyens de promotion tactiques</b>
Apprentissage	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Direction générale de l'apprentissage, ministère de l'Éducation</li> </ul>	Principaux publics : <ul style="list-style-type: none"> <li>• les adultes (18 ans et plus)</li> <li>• les éducateurs</li> <li>• les parents</li> <li>• les employeurs</li> <li>• les femmes</li> <li>• les Autochtones</li> <li>• les minorités visibles</li> </ul> Publics secondaires : <ul style="list-style-type: none"> <li>• les éducateurs</li> <li>• les parents</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Occasions d'apprentissage offertes par le gouvernement</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• publicité imprimée (magazines)</li> <li>• publicité imprimée (publications spécialisées)</li> <li>• brochures (3 à 4 pages)</li> <li>• dépliant d'information (livrets)</li> <li>• affiches</li> <li>• site Web : <a href="http://www.apprenticeship.ednet.ns.ca">www.apprenticeship.ednet.ns.ca</a></li> <li>• exposés en classe</li> <li>• exposés généraux</li> <li>• présentoirs</li> </ul>
African NS Youth Project	<ul style="list-style-type: none"> <li>• SCNS</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les jeunes d'origine africaine de la N.-É. âgés de 7 à 12 ans</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Important réservoir de travailleurs éventuels</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• approche pratique</li> <li>• modèles</li> <li>• remise de t-shirts aux résidents de N.-É. d'origine africaine faisant carrière dans les métiers et dans le secteur de la technologie</li> </ul>

Nom du programme	Commanditaire	Principaux publics cibles	Messages clés	Moyens de promotion tactiques
Skills Nova Scotia (SCNS)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• RHDC</li> <li>• Ministère de l'Éducation</li> <li>• Industrie</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• les jeunes de 13 à 17 ans</li> <li>• les éducateurs</li> <li>• les parents</li> <li>• les employeurs</li> <li>• les femmes</li> <li>• les Autochtones</li> <li>• les minorités visibles</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rehausser l'image et le statut des carrières dans les métiers spécialisés et dans le secteur de la technologie.</li> <li>• Faire connaître les carrières dans les métiers spécialisés et dans le secteur de la technologie aux jeunes et aux personnes qui ont une influence sur eux.</li> <li>• Élaborer des stratégies novatrices pour rejoindre les groupes sous-représentés dans les carrières dans les métiers spécialisés et dans le secteur de la technologie.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• annonces télévisées</li> <li>• annonces à la radio</li> <li>• annonces au cinéma</li> <li>• publicité imprimée (revues)</li> <li>• publipostage</li> <li>• exposés en classe</li> <li>• exposés généraux</li> </ul>
Exposé en classe	<ul style="list-style-type: none"> <li>• SCNS</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les étudiants de la 7e à la 12e année</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Promouvoir les métiers et la technologie en général</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• jeux interactifs, prix et activités</li> <li>• faits et questions</li> </ul>
First Nations Skills Clubs	<ul style="list-style-type: none"> <li>• SCNS</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les jeunes Autochtones</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Faire la promotion des métiers et de la technologie auprès des jeunes Autochtones</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se rendre sur les réserves pour expliquer les options offertes</li> </ul>
Séances d'information à l'intention des parents	<ul style="list-style-type: none"> <li>• SCNS</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• les parents et les personnes ayant une influence sur les jeunes</li> <li>• les éducateurs</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• communiquer avec les personnes ayant une influence sur les jeunes et modifier la perception</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• soirées parents-enseignants</li> </ul>

Nom du programme	Commanditaire	Principaux publics cibles	Messages clés	Moyens de promotion tactiques
Projets ciblant les jeunes	<ul style="list-style-type: none"> <li>• SCNS</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les décrocheurs</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Trouver une façon de les réintégrer</li> <li>• Élaborer un cheminement de carrière</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• site Web</li> <li>• groupes de contact comme le Phoenix Center</li> </ul>
Présentation des histoires à succès du SCNS	<ul style="list-style-type: none"> <li>• SCNS</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les jeunes et le grand public</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Histoires à succès de jeunes de la N.-É.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• site Web</li> <li>• exposé</li> </ul>
Site Web du SCNS	<ul style="list-style-type: none"> <li>• SCNS</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Le public</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sensibiliser le public aux métiers et à la technologie</li> <li>• Améliorer la perception des métiers</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• aimants</li> <li>• affiches</li> <li>• revues</li> </ul>
Skills Energy Youth Quest	<ul style="list-style-type: none"> <li>• SCNS</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les jeunes de la 10e à la 12e année</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Faire la promotion de la technologie et des métiers dans le secteur énergétique</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• modèles</li> <li>• approche pratique</li> <li>• témoignages</li> <li>• t-shirts</li> </ul>
Skills Excellence Awards	<ul style="list-style-type: none"> <li>• SCNS</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• l'industrie</li> <li>• les jeunes</li> <li>• les parents</li> <li>• les éducateurs</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Faire connaître les métiers et la technologie en présentant une soirée de remise de prix en présence de dignitaires et des médias</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• invitations</li> <li>• médias et dignitaires</li> </ul>
Revue Skills in Demand	<ul style="list-style-type: none"> <li>• SCNS</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*les jeunes (15 000)</li> <li>• les éducateurs</li> <li>• les parents</li> <li>• l'industrie</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Faire connaître les métiers et la technologie</li> <li>• Articles écrits par des jeunes pour des jeunes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Publipostage</li> <li>• En ligne</li> </ul>
Skills Quest	<ul style="list-style-type: none"> <li>• SCNS</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Étudiants de la 7e à la 12e année</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Faire connaître les métiers et la technologie aux adolescents et adolescentes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Affiches</li> <li>• T-shirts</li> <li>• Lettres envoyées aux écoles</li> </ul>

Nom du programme	Commanditaire	Principaux publics cibles	Messages clés	Moyens de promotion tactiques
Conférences des enseignants	<ul style="list-style-type: none"> <li>• SCNS</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les éducateurs</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Enseigner les métiers et la technologie aux enseignants</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Exposés présentés lors des journées pédagogiques</li> </ul>
Conférence des jeunes femmes	<ul style="list-style-type: none"> <li>• SCNS</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les filles de la 9e à la 12e année</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les femmes peuvent réussir dans les métiers et dans le secteur de la technologie</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Modèles de femmes présentes dans l'industrie</li> <li>• Approche pratique</li> <li>• T-shirts</li> </ul>
Salon des carrières présenté par SCNS	<ul style="list-style-type: none"> <li>• SCNS</li> <li>• NSCC</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• les étudiants</li> <li>• les jeunes</li> <li>• l'industrie</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• réseautage interactif de l'industrie</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Compétition</li> </ul>
Compétition de compétences	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Compétences/ Skills Canada (Nouvelle-Écosse) (SCNS)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les jeunes du secondaire</li> <li>• Collège</li> <li>• Université</li> <li>• Apprentis</li> <li>• Industrie</li> <li>• Éducateurs</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Promouvoir l'excellence</li> <li>• Présenter les métiers comme une carrière valable</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Affiches</li> <li>• Brochures</li> <li>• Télécopies</li> <li>• Publipostage</li> <li>• Site Web</li> <li>• T-shirts</li> </ul>
Site Web Building Futures	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Atlantic Home Builders et Renovation Sector Council</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les étudiants du secondaire et les jeunes adultes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sensibilisation aux métiers du secteur résidentiel</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• site Web</li> <li>• salon des carrières</li> <li>• brochures</li> </ul>
Compétition de jeunes chefs	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Association des chefs</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Chefs</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Attirer les jeunes au métier de chef</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Compétition</li> </ul>

Nom du programme	Commanditaire	Principaux publics cibles	Messages clés	Moyens de promotion tactiques
Youth Force Program	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ministère de Défense nationale</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>équité en matière d'emploi</li> <li>les étudiants du secondaire</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>présentation des métiers et des carrières aux jeunes du secondaire</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Rémunérer les étudiants participant à une découverte des métiers d'une semaine</li> </ul>
Techsploration (organisme à but non lucratif)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Exxon Mobil</li> <li>Compétences/ Skills Canada (N.-É.)</li> <li>Ministère de l'Éducation</li> <li>Une vingtaine de commanditaires de l'industrie</li> </ul>	<p>Principaux publics</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>jeunes femmes de la 9e à la 12e année d'origine ethnique variée et de divers milieux culturels</li> </ul> <p>Publics secondaires</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>jeunes des écoles participantes</li> <li>éducateurs</li> <li>parents</li> <li>employeurs</li> <li>femmes</li> <li>Autochtones</li> <li>minorités visibles</li> <li>groupes représentant les personnes handicapées</li> <li>étudiants de divers niveaux</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Accroître le nombre de femmes travaillant dans les secteurs des sciences, des métiers, du secteur de la technologie et autres occupations connexes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>brochures</li> <li>dépliants d'information et livrets</li> <li>affiches</li> <li>exposés en classe</li> <li>exposés généraux</li> <li>conférences</li> <li>visite des chantiers et modèles</li> </ul>

Nom du programme	Commanditaire	Principaux publics cibles	Messages clés	Moyens de promotion tactiques
Congé d'étude d'une journée et stage pratique	<ul style="list-style-type: none"> <li>• AE, ministère de l'Éducation et programme d'apprentissage</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les apprentis</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• souple</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Promotion générale</li> </ul>
Documentation tirée de revues	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fraternité internationale des ouvriers en électricité en collaboration avec Compétences/ Skills Canada (N.-É.)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Le public</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• définir un ouvrier en électricité et un électricien</li> </ul>	
Faire l'essai d'un programme	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nova Scotia Community College (NSCC)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Étudiants des 11e et 12e années</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• faire l'essai d'un programme avant de s'inscrire</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• écoles secondaires</li> <li>• site Web</li> <li>• affiche</li> <li>• bulletin</li> <li>• Journée des carrières au secondaire</li> </ul>
Site Web du Nova Scotia Community College	<ul style="list-style-type: none"> <li>• NSCC</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• le public</li> <li>• les diplômés du secondaire</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Le niveau d'instruction requis pour décrocher les futurs emplois en N.-É.</li> <li>• Promotion des métiers spécialisés comme premier choix</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• imprimés</li> <li>• site Web</li> <li>• intégrer à tout le matériel de communication</li> </ul>

Nom du programme	Commanditaire	Principaux publics cibles	Messages clés	Moyens de promotion tactiques
Inscription hâtive aux programmes de métiers – novembre dans le cas des étudiants de 12e année	<ul style="list-style-type: none"> <li>• NSCC</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 12e année</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• les étudiants de 12e année peuvent s’inscrire en novembre en prévision des cours offerts en septembre. Élimine l’incertitude entourant l’établissement retenu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• les enseignants</li> <li>• les conseillers en orientation</li> <li>• les recruteurs</li> <li>• le site Web</li> </ul>
Mettre les métiers en valeur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• NSCC</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• étudiants éventuels</li> <li>• parents</li> <li>• industrie</li> <li>• éducateurs</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• les métiers spécialisés offrent des carrières intéressantes</li> <li>• un emploi pour la vie</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• site Web</li> <li>• imprimés</li> <li>• médias</li> </ul>
Les parents devenus conseillers en carrières	<ul style="list-style-type: none"> <li>• NSCC</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les parents</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Donner aux parents les outils nécessaires pour découvrir les intérêts et les passions de leur enfant</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ateliers de petits groupes</li> <li>• imprimés et radio</li> <li>• site Web</li> </ul>
Faire l’essai du NSCC	<ul style="list-style-type: none"> <li>• NSCC</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les jeunes de 15 à 18 ans</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Intérêt général</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• En classe et en atelier</li> </ul>
Nova Scotia Home Builders Association – suivi des membres	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nova Scotia Home Builders Association (NSHBA)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les jeunes du secondaire</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nous vous attendons</li> <li>• Nous avons besoin de vous</li> </ul>	
Salon des carrières	<ul style="list-style-type: none"> <li>• NSHBA</li> <li>• NSCC</li> <li>• Compétences/ Skills Canada (N.-É.)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• les jeunes</li> <li>• les éducateurs</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• promouvoir les métiers</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• affiches</li> <li>• lettres</li> <li>• annonces</li> <li>• remboursement des frais de déplacement</li> </ul>

Nom du programme	Commanditaire	Principaux publics cibles	Messages clés	Moyens de promotion tactiques
Salon des carrières	<ul style="list-style-type: none"> <li>NSHBA</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Les jeunes de 15 à 18 ans</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Attirer les jeunes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Stands interactifs</li> </ul>
Exposés en classe NSHBA	<ul style="list-style-type: none"> <li>NSHBA</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Les jeunes du secondaire</li> </ul>		
Salon du foyer	<ul style="list-style-type: none"> <li>NSHBA</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>le public</li> <li>les parents</li> <li>l'industrie</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Vous achetez une propriété? Vous la construisez ou la rénovez? Faites appel à un professionnel.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>100 000 \$ dans tous les médias</li> <li>priorité aux constructeurs et aux rénovateurs</li> </ul>
Salon de l'emploi – NSCC	<ul style="list-style-type: none"> <li>NSHBA</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Étudiants du collégial</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Faire le lien entre occasions et expérience</li> <li>Événement de réseautage</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Rassembler constructeurs et travailleurs dans un effort de réseautage</li> </ul>
Salon des carrières NSHBA	<ul style="list-style-type: none"> <li>NSHBA</li> </ul>	Principaux publics : <ul style="list-style-type: none"> <li>les jeunes de 13 à 17 ans</li> <li>les jeunes adultes</li> </ul> Publics secondaires <ul style="list-style-type: none"> <li>les éducateurs</li> <li>les parents</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Présenter le secteur de la construction résidentielle aux jeunes du secondaire de la N.-É.</li> <li>Expliquer aux étudiants l'importance d'entreprendre une carrière dans le secteur de la construction résidentielle</li> <li>Faire connaître aux parents les avantages que l'enfant tirera d'une carrière dans le secteur résidentiel</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Annonces à la radio</li> <li>Publicité imprimée</li> <li>Brochures (3 ou 4 pages)</li> <li>Dépliants et livrets d'information</li> <li>Affiches</li> <li>Site Web : <a href="http://www.nshba.ns.ca">www.nshba.ns.ca</a></li> <li>Publipostage</li> <li>Exposés généraux</li> <li>Autres : publicité au salon annuel du foyer et dans le mensuel de la NSHBA</li> </ul>
Site Web de la NSHBA	<ul style="list-style-type: none"> <li>NSHBA</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Le public</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Renseigner le public sur l'industrie</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mises à jour permanentes</li> </ul>

Nom du programme	Commanditaire	Principaux publics cibles	Messages clés	Moyens de promotion tactiques
Offrir des occasions d'apprentissage	<ul style="list-style-type: none"> <li>NSHBA</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>L'industrie</li> <li>Les apprentis</li> <li>Les jeunes</li> </ul>		
R2000 – Enseignement gratuit au NSCC	<ul style="list-style-type: none"> <li>NSHBA</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Étudiants du niveau collégial</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Faire la promotion de meilleures techniques de construction et des progrès technologiques</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>enseignement à l'école</li> <li>apporter stand portatif</li> <li>établir un lien avec les illustrations</li> </ul>
Tarif étudiant pour les événements et conférences présentés par l'industrie	<ul style="list-style-type: none"> <li>NSHBA</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Les étudiants</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Encourager les jeunes à adhérer rapidement à l'association</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Formulaires d'inscription</li> </ul>
Comité de formation et d'éducation	<ul style="list-style-type: none"> <li>NSHBA</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Marchés industriels</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Renseigner les membres sur les sources d'information en matière de formation</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>rencontres régulières</li> <li>partenariat stratégique</li> <li>collaboration avec d'autres organismes</li> </ul>
Construction safety youth passport	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nova Scotia Construction Safety Association (NSCSA)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Les jeunes du secondaire</li> <li>Les métiers spécialisés</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sécurité</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>publipostage</li> <li>Web</li> </ul>
Orientation SIMDUT et sécurité Offert gratuitement en ligne aux jeunes du secondaire	<ul style="list-style-type: none"> <li>NSCSA</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Comme ci-dessus</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sécurité</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Publipostage</li> <li>Web</li> </ul>

Nom du programme	Commanditaire	Principaux publics cibles	Messages clés	Moyens de promotion tactiques
Dexter Institute of Heavy Construction	<ul style="list-style-type: none"> <li>Partenariat NSCC/Dexter Construction Co. Ltd.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>les jeunes de 13 à 17 ans</li> <li>les jeunes adultes de 18 ans et plus</li> <li>les éducateurs</li> <li>les parents</li> <li>les femmes</li> <li>les Autochtones</li> <li>les membres d'une minorité visible</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aborder la question de la pénurie de travailleurs qualifiés dans le secteur de la construction</li> <li>Offrir une formation officielle à l'industrie de la construction</li> <li>Présenter une approche pratique à l'apprentissage</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Publicité imprimée (journaux)</li> <li>Brochures de 3 à 4 pages</li> <li>Affiches</li> <li>Site Web : <a href="http://www.dexterinstitutue.ca">www.dexterinstitutue.ca</a></li> <li>Publipostage</li> <li>Exposés en classe</li> <li>Exposés généraux</li> </ul>
Formation R-2000	<ul style="list-style-type: none"> <li>R-2000 NS et NSHBA</li> </ul>	Principal public <ul style="list-style-type: none"> <li>les jeunes adultes</li> </ul> Public secondaire <ul style="list-style-type: none"> <li>les éducateurs</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Enseigner la construction et les techniques R-2000 au NSCC</li> <li>Faire connaître les avantages d'une carrière dans le secteur de la construction résidentielle</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Exposés en classe</li> <li>Exposés généraux</li> </ul>
Programme d'apprentissage	<ul style="list-style-type: none"> <li>STAIRS (projet d'économies sociales)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Les jeunes du secondaire et les adultes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Faire la promotion des métiers et des compétences; maintien du personnel</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Journée de carrières</li> <li>Bulletin (commandite)</li> </ul>
Exposés en classe	<ul style="list-style-type: none"> <li>United Association of Plumbers and pipefitters et Fraternité internationale des ouvriers en électricité</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Programmes de préemploi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>bonne carrière</li> <li>planification</li> <li>attentes réalistes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Information de première main de la part de l'industrie</li> </ul>

Nom du programme	Commanditaire	Principaux publics cibles	Messages clés	Moyens de promotion tactiques
Trades for a day	<ul style="list-style-type: none"> <li>• University College of Cape Breton</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• les jeunes du secondaire qui s'intéressent aux métiers</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Attirer les jeunes aux métiers</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Déterminer le degré d'intérêt; conseillers partenaires</li> <li>• Information sur les compétences et sur l'apprentissage</li> </ul>