



Consultations régionales

Québec

Sommaire des résultats

Le 31 mars 2005

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..... | 9 |
| | |
| Annexe A – Ordre du jour de la journée de consultation..... | 10 |
| Annexe B – Liste des participants..... | 11 |
| Annexe C – Programmes régionaux et activités de promotion..... | 12 |

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 séance de consultation d'une journée complète a été présentée à Montréal, le 31 mars 2005. La grille de participants éventuels favorisait la participation d'un grand nombre d'intervenants. Les participants éventuels ont reçu une invitation, puis une fois leur présence confirmée, une trousse comprenant un ordre du jour, une carte de localisation ainsi qu'un formulaire de description des programmes de promotion actuels. (Voir annexe A)

La salle a été aménagée de façon à ce que les participants puissent discuter à fond des questions soulevées par la facilitatrice. La séance de consultation a attiré une douzaine de personnes provenant d'organismes et de milieux divers. La liste des participants est jointe à l'annexe B du rapport.

La séance de consultation a été animée par APCO Worldwide. Y ont également participé la chargée du Projet de promotion des métiers spécialisés, Beverlie Cook, ainsi que Keith Lancaster, du Forum canadien sur l'apprentissage – Canadian Apprenticeship Forum, et François Bélisle, directeur général 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, Jean-Roch Gaudreau, directeur, Partenariats

et promotion, Compétences Québec, a donné un aperçu des campagnes et des activités mises en œuvre par Compétences Québec.

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 mesures visant à encourager les employeurs à embaucher des jeunes et à leur fournir une formation technique?

Plusieurs petits groupes comptant environ six 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 2 points à la troisième.

Voici le résultat de cet exercice.

| Public cible | Lacunes ou besoins actuels | Points |
|---------------------------|---|---------------|
| Les jeunes de 12 à 17 ans | <ul style="list-style-type: none"> • Ils doivent se renseigner davantage sur les carrières dans les métiers spécialisés • Ils doivent démystifier toutes les fausses perceptions concernant les métiers spécialisés | 52 |

| Public cible | Lacunes ou besoins actuels | Points |
|---------------------------|--|--------|
| Les employeurs | <ul style="list-style-type: none"> • Les employeurs doivent favoriser l'emploi des jeunes pour leur fournir une formation technique • Ils n'ont ni la formation voulue ni les connaissances nécessaires pour reconnaître les avantages offerts par l'embauche de jeunes souhaitant devenir des gens de métier certifiés • Ils doivent comprendre les répercussions financières de la formation • Les employeurs embauchant des jeunes doivent faire connaître à leurs collègues leur engagement et les avantages qui en découlent • Ils doivent reconnaître que les occasions offertes en milieu de travail représentent une partie importante de la formation offerte aux jeunes souhaitant devenir des gens de métier compétents • Ils doivent veiller à ce que les salaires offerts sont jugés équitables sur le marché de l'emploi | 39 |
| Les jeunes de 17 à 30 ans | <ul style="list-style-type: none"> • Il faut les rediriger vers les carrières dans les métiers spécialisés • Il faut rediriger les gens de métier vers des métiers offrant des débouchés réels • Les jeunes doivent comprendre leurs talents et leurs forces pour découvrir la carrière qui leur convient • Ils doivent se renseigner sur le régime de formation technique et sur l'importance de la formation au travail | 32 |
| Le système d'éducation | <ul style="list-style-type: none"> • Il existe un manque de collaboration et de coordination entre l'industrie et le système d'éducation • Il faut partager ou redistribuer l'argent entre les commissions scolaires et le Centre de formation professionnelle pour optimiser l'enseignement offert aux jeunes | 30 |
| Les parents | <ul style="list-style-type: none"> • Les carrières de professionnels profitent d'une bonne réputation, alors que les carrières dans les métiers spécialisés sont mal perçues • Il faut les renseigner sur l'importance des carrières dans les métiers spécialisés • Il faut les renseigner sur l'ensemble des choix offerts par les métiers spécialisés • Il existe une perception négative et des préjugés au sujet des carrières dans les métiers spécialisés | 29 |

| Public cible | Lacunes ou besoins actuels | Points |
|--------------|--|--------|
| Les médias | <ul style="list-style-type: none"> • Les journalistes et les médias entretiennent des perceptions défavorables des métiers spécialisés • Les journalistes couvrent souvent les métiers spécialisés de façon défavorable • Les médias ne sont pas perçus comme des sources d'information fiables | 22 |

3. Comment pouvons-nous combler cette lacune ou ce besoin pour mieux promouvoir les carrières dans les métiers spécialisés (moyens tactiques, outils de promotion, programmes ou activités)?

Comme le démontre l'exercice ci-dessus, les trois besoins ou lacunes jugés prioritaires au Québec sont les suivants :

1. **Les jeunes de 12 à 17 ans** – Ils doivent mieux connaître les débouchés offerts par les carrières dans les métiers spécialisés.
2. **Les employeurs** – Ils doivent embaucher des jeunes et leur offrir une formation technique, comprendre les avantages financiers liés à l'apprentissage et faire connaître l'importance de leur métier.
3. **Les jeunes de 18 à 30 ans** – Il faut aider ces jeunes à découvrir la carrière convenant à leurs talents et les diriger vers des carrières où des débouchés existent.

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 sur les activités de promotion.

Voici un résumé de leurs suggestions.

1. Les jeunes de 12 à 17 ans

- Mettre au point des programmes permettant aux jeunes de se renseigner sur les carrières dans les métiers spécialisés lors d'une visite d'une journée en milieu de travail
- Mettre sur pied des groupes de jeunes pour leur permettre de découvrir tous les métiers
- Présenter des journées Portes ouvertes à l'intention des entreprises, des écoles et des autres parties intéressées
- Mettre au point un système de jumelage pour que les jeunes puissent observer les gens de métier au travail

- Installer des présentoirs dans les écoles lors des conférences sur les carrières
- Faire en sorte que les jeunes assistent aux compétitions régionales, provinciales et nationales de Compétences/Skills Canada ou qu'ils y participent
- Concevoir des jeux interactifs permettant aux jeunes de découvrir les métiers
- Transmettre un message uniforme en collaboration avec tous les partenaires et toutes les parties intéressées
- Uniformiser les moyens de communication utilisés par les diverses parties intéressées
- Offrir aux étudiants et aux partenaires de l'industrie des occasions interactives de communication. Ces occasions prendront la forme de rencontres, de conférences et d'ateliers. Les jeunes ne lisent pas.
- Trouver un porte-parole crédible pour livrer le message, un jeune qui est déjà engagé dans un métier, par exemple.

2. Les employeurs

- Veiller à ce que les employeurs offrant une formation technique aux jeunes suivent et respectent les exigences du programme pour assurer une formation de qualité.
- Trouver les partenaires qui offriront, à coup sûr, une formation de qualité.
- Faire en sorte que les rôles et responsabilités de l'employeur sont définis clairement et qu'ils sont respectés.
- Obliger les employeurs à subir un examen d'équivalence afin de s'assurer qu'ils ont la compétence voulue pour enseigner aux jeunes les aspects techniques du métier ou qu'un de leurs employés possède une certification du métier.
- Les gens de métier et les employeurs doivent démontrer qu'ils sont fiers de leur métier.
- Les employeurs doivent s'associer à leurs associations pour assurer la promotion des carrières dans les métiers spécialisés.

3. Les jeunes de 17 à 30 ans

- Préparer un guide de formation dans lequel sont enregistrées et inscrites les heures de travail.
- Veiller à ce que le salaire tienne compte de l'expérience du travailleur.
- Repositionner les métiers spécialisés pour qu'ils reflètent les modèles européens (les chefs, p. ex.)
- Rendre le counselling sur les carrières plus accessible
- Travailler en collaboration avec le Réseau des carrefours Jeunesse Emploi (CJE)
- Participer aux salons et conférences sur les carrières auxquels assiste ce groupe cible.

Pour aller de l'avant

Un rapport sera rédigé pour résumer la séance de consultation et dégager les priorités et principales idées provenant des petits groupes et visant à promouvoir l'apprentissage et les métiers spécialisés. Ce rapport s'ajoutera aux autres rapports régionaux pour fournir un portrait national des besoins et lacunes en matière de promotion de l'apprentissage et des métiers spécialisés. L'équipe nationale du projet travaillera en étroite collaboration avec les principaux intervenants de la région pour livrer tout matériel de campagne (brochures ou vidéos, p. ex.) susceptible de compléter les programmes qui y sont déjà offerts.

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 31 mars 2005
Endroit : Delta Centre-ville**

| | |
|-------------------|--|
| 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 | Véronique | Bédard | Conseillère régionale, Division des programmes d'emploi | Ressources humaines et développement des compétences Canada, Région Québec |
| 2 | Françoise | Normandin | | École Jacques-Rousseau |
| 3 | Jean-Roch | Gaudreault | Directeur Promotion-Partenariat | Compétences Québec |
| 4 | René | Jetté | Enseignant, Électricité de construction | Centre de formation professionnelle, Pierre-Dupuy |
| 5 | Colette | Wilkens | | |
| 6 | Joël | Hamet | | Ressources humaines et développement des compétences Canada, Région Québec |
| 7 | Giuliana | Tessier | | Ministère de l'Éducation, du Loisir, et du Sport |
| 8 | Dominique | Bouchard | | Ministère de l'Éducation, du Loisir, et du Sport |
| 9 | Marc | Brazeau | Vice-président | AIA Canada |
| 10 | Jocelyne | Roy | Directrice des communications | Commission de la construction du Québec |
| 11 | Francis | Kelly | | Commission de la construction du Québec |
| 12 | Germain | Fillion | Expert – Maçonnerie | |

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.

| Programme/ Promotion | Organisme commanditaire | Publics cibles | Objectifs/ Messages-clés | Promotion : moyens tactiques |
|---------------------------------|--|--|--|---|
| « Tout pour réussir » | <ul style="list-style-type: none"> Ministère de l'Éducation, du Loisir, et du Sport Emploi Québec Commission des partenaires du marché du travail | <ul style="list-style-type: none"> Jeunes 12 – 17 | <ul style="list-style-type: none"> Valorisation des métiers et des professions | <ul style="list-style-type: none"> Site web publicité www.toutpoureussir.com |
| Inforoute FPT | <ul style="list-style-type: none"> Ministère de l'Éducation, du Loisir, et du Sport Compétences Québec Emploi Québec | <ul style="list-style-type: none"> Le monde de l'éducation | <ul style="list-style-type: none"> Information sur les programmes et les dossiers en lien avec la formation professionnelle et techniques | <ul style="list-style-type: none"> Site web publicité www.inforoutefpt.com |
| Sensibilisation jeunesse | <ul style="list-style-type: none"> Ressources humaines et Développement des compétences Canada (RHDC) | Publics cibles clés : <ul style="list-style-type: none"> Jeunes adultes (18 +) Employeurs Communautés Secondaires : <ul style="list-style-type: none"> Jeunes (13 - 17 ans) Éducateurs Parents Femmes Autochtones Minorités visibles | | <ul style="list-style-type: none"> Site web www.rhdcc.gc.ca Centre des ressources humaines du Canada |

| Programme/ Promotion | Organisme commanditaire | Publics cibles | Objectifs/ Messages-clés | Promotion : moyens tactiques |
|--|---|--|---|---|
| Fiers de bâtir ensemble : l'industrie de la construction du Québec | <ul style="list-style-type: none"> • Commission de la construction du Québec en est le promoteur • Campagne menée conjointement avec associations patronales et syndicales de la construction | <ul style="list-style-type: none"> • Jeunes (13 – 17 ans) • Jeunes adultes (18+) • Éducateurs • Employeurs • Femmes • Travailleurs de la construction et famille | <ul style="list-style-type: none"> • « Donne un coup demain à ta carrière : choisis la construction! » | <ul style="list-style-type: none"> • Publicité radiophonique • Publicité au cinéma • Publicité imprimée (journaux, magazines, publications spécialisées) • CD Rom • Brochures • Dépliants/livrets d'information • Affiches • Site web www.fiersdebatiresemble.com • Présentations en milieu scolaire et générales • Événements de presse • Remise de bourse, de trophées • Démonstration dans le cadre d'événements public • Partenaire majeur aux Olympiades de la formation professionnelle et technique, brochure métiers • Collaborations avec maison d'éditions visant les jeunes en choix de carrière ou en milieu scolaire • Vidéo |

| Programme/ Promotion | Organisme commanditaire | Publics cibles | Objectifs/ Messages-clés | Promotion : moyens tactiques |
|---|---|--|---|--|
| Tour de piste – des métiers de l'automobile | <ul style="list-style-type: none"> • Comité sectoriel de main-d'oeuvre des services automobiles • Emploi Québec | <ul style="list-style-type: none"> • Jeunes (15 -20 ans) | | <ul style="list-style-type: none"> • Site web www.csmo-auto.com • Dépliants/livrets d'information |
| Initiatives de promotion | <ul style="list-style-type: none"> • Commission scolaire de la Pointe-de-l'Île | <ul style="list-style-type: none"> • Jeunes (13-17 ans) • Jeunes adultes (18+) • Femmes | <ul style="list-style-type: none"> • Cibler la clientèle • Susciter l'intérêt | <ul style="list-style-type: none"> • Publicité radiophonique • Publicité imprimée (journaux et publications spécialisées) • CD Rom • Brochures • Dépliants/livrets d'information • Affiches • Site web www.cspi.qc.ca • Publipostage • Présentations en milieu scolaire • Salon d'éducation • Élève d'un jour • ½ journée carrière – porte ouverte |