



## **Consultations régionales**

### **Yukon**

#### ***Sommaire des résultats***

**Le 26 octobre 2004**



**Canada**




### 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.....	12
Annexe A – Ordre du jour de la journée de consultation.....	14
Annexe B – Liste des participants.....	15
Annexe C – Programmes régionaux et activités de promotion.....	16

## 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 Whitehorse le 26 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 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 national de Compétences/Skills Canada, François Bélisle. 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 (Yukon), Suzanne Hingley, et Ken Smith, de la Direction générale de l'enseignement postsecondaire, ministère de l'Éducation du Yukon, ont donné un aperçu des campagnes et activités de promotion des métiers spécialisés dans le territoire. Après

ces présentations, les participants ont eu l'occasion de signaler d'autres campagnes, initiatives ou activités de promotion des métiers spécialisés et de l'apprentissage au Yukon.

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 employeurs	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Il faut recruter des apprentis chevronnés (cela dépend des Ressources humaines de chaque employeur).</li> <li>• Il faut les renseigner sur le fonctionnement de l'apprentissage.</li> <li>• Ils ne sont pas habituellement des défenseurs du régime d'apprentissage.</li> <li>• Il faut accroître le nombre de contrats d'apprentissage.</li> <li>• Il faut venir en aide aux entreprises soumises à des contraintes de productivité.</li> </ul>	79
Les adolescents	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Il faut présenter aux adolescents des images positives des gens de métier.</li> <li>• Il faut les rejoindre de façon plus efficace, là où ils sont (les cinémas, p. ex.).</li> <li>• Il faut que les moyens de communication s'adaptent aux jeunes et fassent appel à la culture populaire (la musique rap, p. ex.).</li> <li>• Les présentations doivent être visuelles et dynamiques.</li> <li>• Il faut transmettre des messages brefs et attrayants, mais qui ont un impact certain à cause de la durée d'attention restreinte.</li> </ul>	70
Les conseillers en carrières et les éducateurs	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Il faut les renseigner davantage sur les perspectives offertes par les métiers.</li> <li>• Ils doivent comprendre que les métiers ne sont pas faits pour les décrocheurs ou pour les étudiants non doués pour les études.</li> <li>• Les critères d'admission dans les métiers ne doivent pas se concentrer uniquement sur les matières scolaires.</li> <li>• Comme la plupart des conseillers sont des diplômés universitaires, ils connaissent mal les métiers.</li> </ul>	49
Les organismes gouvernementaux	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Il faut réacheminer les subventions vers les employeurs pour les inciter à embaucher des apprentis (déductions fiscales et stimulants financiers)</li> <li>• Il faudrait offrir des remboursements de taxe ou des bourses sur les contrats non gouvernementaux.</li> </ul>	39
Les formateurs en apprentissage	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ajouter une formation d'entrepreneur au cours pour faire connaître aux jeunes les occasions d'être entrepreneur et d'acquérir les compétences voulues pour connaître le succès.</li> </ul>	20

Public cible	Lacunes ou besoins actuels	Points attribués par les participants
Le gouvernement territorial	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Le gouvernement doit prendre les devants en embauchant lui-même des apprentis.</li> <li>• Il doit démontrer son engagement envers l'apprentissage.</li> <li>• Le PAESK doit trouver les raisons pour lesquelles il n'a pas attiré les jeunes du secondaire.</li> <li>• Il faut examiner de nouveau le Programme sur l'embauche au Yukon.</li> </ul>	17
Les collèges et universités	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les programmes d'apprentissage doivent recevoir un nombre de crédits comparable.</li> <li>• Reconnaissance professionnelle et reconnaissance des crédits pour obtenir des diplômes (comme le grade d'associé).</li> </ul>	7
Les Premières Nations	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elles doivent mieux renseigner les personnes influentes des communautés autochtones comme les aînés et les agents de formation.</li> <li>• Elles doivent expliquer que les gens de métier qualifiés reviendront à la communauté.</li> <li>• Elles doivent trouver des façons d'offrir des programmes d'apprentissage à ceux et celles qui refusent de quitter leur communauté.</li> </ul>	7
Les jeunes de moins de 13 ans	<ul style="list-style-type: none"> <li>• On doit leur faire connaître des images plus favorables des gens de métier (comme Bob the Builder, le personnage des dessins animés).</li> <li>• Il faut découvrir ce qui attire les jeunes et retient leur attention.</li> </ul>	7
Les personnes de 30 ans et plus	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Il faut faire connaître les occasions de voyager au Canada et à l'étranger qui s'offrent aux gens de métier.</li> <li>• On doit leur expliquer que les gens de métier travaillant dans de petits centres ont accès à une formation diversifiée dans le secteur des métiers.</li> </ul>	2
Les jeunes n'ayant pas fréquenté l'école secondaire	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Il faut les rejoindre de façon plus efficace.</li> </ul>	2
Les organismes de services sociaux et les organismes non gouvernementaux	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ils doivent savoir que seuls les candidats de qualité peuvent faire carrière dans les métiers.</li> <li>• Il faut bien choisir les personnes qui suivront une formation dans les métiers spécialisés.</li> <li>• Ils ont tendance à orienter leurs clients vers la formation dans les secteurs du commerce et des services.</li> </ul>	0

Public cible	Lacunes ou besoins actuels	Points attribués par les participants
Les professionnels hors métiers comme les médecins et les avocats	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ils ne connaissent pas les occasions qu'offrent les postes des métiers spécialisés.</li> <li>• Ils ont une perception négative des travailleurs spécialisés.</li> </ul>	0
Les militaires	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Il faut trouver des façons de faire la promotion croisée des métiers spécialisés dans les Forces armées.</li> <li>• Ensemble, il faut rapprocher la formation professionnelle offerte par les Forces armées et celle offerte à l'extérieur.</li> </ul>	0
Tous les organismes assurant le recrutement des jeunes dans les métiers	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Il faut accroître le nombre d'alliances stratégiques établies avec des organismes aux vues similaires.</li> <li>• Il faut adopter une approche ciblée.</li> <li>• Il faut avoir une image fidèle des possibilités, compte tenu de la situation économique et démographique et de la vive concurrence des programmes de recrutement.</li> </ul>	0
Le grand public	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Il existe des possibilités de perfectionnement et de formation limitées dans plusieurs secteurs du Yukon.</li> <li>• Il faut inciter les gens à obtenir une formation à l'extérieur du territoire, mais à revenir par la suite.</li> </ul>	0
Les communautés en général	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Il faut reconnaître qu'il existe de nombreuses lacunes dans plusieurs métiers secondaires présents sur les chantiers de construction.</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 employeurs** – Ils ont une perception défavorable des carrières dans les métiers spécialisés et connaissent mal l'apprentissage.
2. **Les adolescents** – L'information sur les métiers n'atteint pas les adolescents. Il faut donc cibler davantage les efforts déployés en matière de publicité.
3. **Les conseillers en carrières et les éducateurs** – Ils ne connaissent pas les perspectives de carrières dans les métiers spécialisés et ont tendance à se concentrer sur les 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 employeurs

- Trouver des analyses de rendement des investissements qui démontrent les avantages financiers associés à l'embauche d'apprentis.
- Créer des stimulants fiscaux, offrir des remboursements de taxe pour certains métiers et instituer des fonds fiduciaires en formation.
- Démontrer les possibilités de formation croisée, soit tôle et réfrigération, tous les métiers mécaniques et la mécanique des brûleurs à mazout.
- Faire pression en passant par les associations commerciales, les syndicats, les groupes de pairs et les comités.
- Reconnaissance obligatoire de certains métiers ou de l'ensemble des métiers.
- Création d'un service qui aurait pour fonction de filtrer les occasions d'apprentissage et d'emploi et de les faire connaître.
- Contact direct avec les employeurs à l'aide de serveurs de listes et de publipostage direct.
- Transmettre le message par le biais des groupes de pairs comme la chambre de commerce, la Fédération canadienne de l'entreprise indépendante et Fédération du travail du Yukon.
- Exiger un plus grand nombre de formateurs d'apprentis.
- Livrer un message négatif qui décrit la situation qui prévaudra si les employeurs N'EMBAUCHENT PAS d'apprentis :
  - ce qui arrivera aux coûts de main-d'œuvre si nous ne formons pas un nombre suffisant d'employés compétents pour leur offrir options et choix;
  - ce qui arrivera à long terme à votre entreprise si vous ne formez pas aujourd'hui les apprentis qui permettront de contrer les pénuries de main-d'œuvre.
- Les messages doivent souligner que les apprentis représentent un investissement.
- Les employeurs doivent comprendre qu'on peut cultiver la loyauté envers l'employeur pour que l'apprenti demeure à son emploi après qu'il est devenu compagnon.
- Préparer un contrat de formation et d'emploi.
- Établir un programme des champions qui permet à l'employeur de s'adresser à ses pairs.
- Rejoindre les employeurs par le biais des rencontres parents-enseignants et d'événements communautaires.
- Inviter les employeurs à des événements associés aux métiers.

- Faire appel aux apprentis pour expliquer leur importance aux employeurs ainsi que le fonctionnement du régime d'apprentissage.

## 2. Les adolescents

- Des médias modernes et excitants comme des bandes vidéo, des CD et le cinéma.
- Utiliser des modèles et des champions pour transmettre des messages positifs sur les gens de métier.
- Faire la promotion des divers cheminements de carrière lorsqu'il s'agit de métiers spécialisés comme :
  - La mobilité et le voyage
  - Les projets d'entrepreneuriat
  - La gestion des affaires
  - S'amuser
- Utiliser les moyens suivants pour faire connaître les succès locaux :
  - Des exposés
  - Des programmes de reconnaissance
  - Des prix
  - Des profils
  - Créer des champions des métiers
- Fournir des accessoires et du matériel promotionnel pour promouvoir les métiers spécialisés :
  - Des casques
  - Des logos
  - Des bouteilles à eau
  - Des manteaux
  - Des t-shirts
- Promotion des programmes d'exploration et de sécurité.
- Demander aux étudiants de musique, d'arts et de danse de préparer une campagne visant à rejoindre les adolescents.
- Organiser des forums, des enquêtes et des rencontres avec les étudiants des 8<sup>e</sup> et 9<sup>e</sup> années pour leur faire connaître les études requises pour faire carrière dans les métiers spécialisés de même que l'importance des carrières dans les métiers spécialisés.
- Concevoir des activités pratiques pour intéresser les jeunes aux métiers spécialisés. Ces activités dynamiques et amusantes souligneront l'importance de l'intelligence et la possibilité de gagner un salaire intéressant.
- Mettre au point des programmes de modèles pour les jeunes comme le Young Alaskans Building Affordable Housing.
- Rejoindre les jeunes par le biais des organismes jeunesse (les Guides, les clubs d'enfants ou d'adolescents et les Scouts, p. ex.).
- Rejoindre les jeunes par le biais des médias ciblant les jeunes, en particulier les salles et médias locaux.

- Créer des jeunes champions, soit des apprentis ou de jeunes compagnons. Utiliser des modèles comme Lynn Black et Jason (des personnes de métier locales).
- Comparer le rendement des investissements d'une carrière universitaire et d'une carrière dans les métiers spécialisés.
- Rappeler l'importance de la formation avec rémunération.

### **3. Les conseillers en orientation et les éducateurs**

- Il faut apporter d'importants changements au système scolaire et à l'orientation professionnelle :
  - Exiger que les conseillers en carrières ne se consacrent qu'au choix de carrières.
  - Accroître le nombre de conseillers ayant une connaissance des métiers.
  - Ne pas limiter leur suggestion aux études universitaires.
  - Restructurer le calendrier scolaire et l'horaire pour permettre aux éducateurs d'expliquer tous les choix offerts par les métiers spécialisés.
  - Éducateurs et conseillers doivent réaliser qu'il n'y a pas que les carrières universitaires.
  - Ils doivent connaître tous les choix offerts par les métiers spécialisés.
  - Ils doivent connaître les véritables différences de rémunération entre les carrières universitaires et les carrières de métiers de même que le niveau de satisfaction.
  - Ils doivent comprendre les besoins réels des employeurs et leurs attentes par rapport aux employés.
    - Les compétences de base comprennent l'aptitude à communiquer.
  - Ils doivent envisager la possibilité d'une carrière dans les métiers pour tous leurs étudiants, peu importe leur rendement scolaire, et suggérer à chacun tous les choix possibles.
  - Ils doivent aider les jeunes à découvrir les carrières dans les métiers spécialisés en les jumelant à des travailleurs.
- Présenter des ateliers axés sur les métiers.
- Utiliser les services internes pour faire la promotion des carrières dans les métiers spécialisés.
- Atteindre les conseillers en orientation à l'aide du publipostage.
- Mettre au point des programmes d'échange de carrières pour placer l'éducateur dans l'environnement de travail des métiers.
- Compétences/Skills Canada doit présenter des exposés aux associations parents-enseignants, aux soirées de parents et aux autres services internes.
- Organiser des conférences à l'intention des éducateurs.
- Participer aux conférences des éducateurs.
- Établir des partenariats avec les organisations syndicales pour atteindre les éducateurs.

## 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 conseillers	<ul style="list-style-type: none"> <li>Il faut redéfinir le rôle et la fonction du conseiller en orientation et le renseigner sur les carrières dans les métiers spécialisés. On réussira alors à transformer une attitude négative en perception favorable et éclairée.</li> </ul>	12
Les adolescents	<ul style="list-style-type: none"> <li>Faire connaître les succès locaux dans les métiers spécialisés par le biais d'exposés, de champions, de prix, de profils et d'autres moyens de reconnaissance.</li> </ul>	7
Les employeurs	<ul style="list-style-type: none"> <li>Stimulants fiscaux, remboursements et autres moyens financiers versés à des PME de certaines industries.</li> </ul>	6
Les employeurs	<ul style="list-style-type: none"> <li>Analyser le rendement des investissements pour démontrer aux entreprises comment les apprentis contribuent à leur rentabilité et à leurs activités.</li> </ul>	5
Les adolescents	<ul style="list-style-type: none"> <li>Concevoir pour les jeunes des activités sur les métiers spécialisés qui sont à la fois pratiques, dynamiques et amusantes.</li> </ul>	5
Les employeurs	<ul style="list-style-type: none"> <li>Création d'un service qui aurait pour fonction de filtrer les occasions d'apprentissage et d'emploi et de les faire connaître.</li> </ul>	4
Les adolescents	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mettre au point des programmes de modèles pour les jeunes comme le Young Alaskans Building Affordable Housing.</li> </ul>	2
Les employeurs	<ul style="list-style-type: none"> <li>Contact direct avec les employeurs à l'aide de serveurs de listes et de publipostage direct.</li> </ul>	2
Les employeurs	<ul style="list-style-type: none"> <li>Démontrer aux employeurs les possibilités de formation croisée pour préparer du personnel compétent.</li> </ul>	1
Les employeurs	<ul style="list-style-type: none"> <li>Reconnaissance obligatoire de certains métiers ou de l'ensemble des métiers.</li> </ul>	1
Les conseillers	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mettre au point des programmes d'échange de carrières pour placer l'éducateur dans l'environnement de travail des métiers.</li> </ul>	1
Les adolescents	<ul style="list-style-type: none"> <li>Promotion des programmes d'exploration et de sécurité auprès des adolescents.</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 personnes suivantes se sont proposées pour faire partie de cette séance locale :

1. Suzanne Hingley                      Compétences/Skills Canada (Yukon)
2. Ken Smith                              Direction générale de l'enseignement postsecondaire,  
ministère de l'Éducation du Yukon

## **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 26 octobre 2004**

**Endroit : Best Western Gold Rush Inn**

---

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	Don	Austin	Représentants de l'U/A	United Association Local 310
2	Gene	Batten		Collège du Yukon
3	AJ	Beacon		
4	Brian	Butler	Coordonnateur des programmes	Collège du Yukon
5	Steve	Duncan	Président	Duncan's Ltd.
6	John	Gryba		Ministère de l'Éducation
7	Susanne	Hingley	Directrice générale	Compétences/Skills Canada
8	Norm	Ingram		Ministère de l'Éducation
9	Betty	Irwin	Coordonnatrice	Femmes, métiers et technologie (Yukon)
10	Tegart	Keith	Gestionnaire	
11	Heather	Lang		Compétences/Skills Canada
12	Tanya	Lanigan	Conseiller, 10 <sup>e</sup> et 11 <sup>e</sup> années	Porter Creek Secondary
13	Lise	McDevitt	Enseignante	École secondaire catholique Vanier
14	Gordon	McDevitt		Ministère de l'Éducation
15	Duncan	Miller	Éducateur AI	F.H. Collins
16	Dave	Motley		
17	Mike	Nugent		
18	Kevin	Philly	Gestionnaire des installations fixes	Whitehorse Motors Ltd.
19	Ken	Smith		Ministère de l'Éducation
20	John	Wright		

### **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>
Cutting Edge; Step into the Trades	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Direction générale de l'enseignement postsecondaire, ministère de l'Éducation du Yukon</li> </ul>	<p>Principaux publics</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Les jeunes de 13 à 17 ans du secondaire</li> <li>• Les jeunes adultes de 18 ans et plus</li> <li>• Les éducateurs</li> <li>• Les parents</li> </ul> <p>Publics secondaires :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Les employeurs</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sensibilisation générale</li> <li>• Placer les programmes de métiers spécialisés sur le même pied que les autres choix postsecondaires</li> <li>• Pousser les parents à appuyer le choix de l'enfant de s'engager dans un programme de métiers spécialisés</li> <li>• Encourager les étudiants à s'engager dans un programme d'apprentissage dans le cadre du programme scolaire du secondaire</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="http://www.education.gov.yk.ca">www.education.gov.yk.ca</a></li> <li>• Visite des écoles et exposés lors des Journées de carrières et des rencontres parents-enseignants</li> <li>• Présentation aux éducateurs lors des journées pédagogiques</li> <li>• Présentoirs dans les écoles</li> <li>• Bannières</li> <li>• Affiches</li> <li>• Brochures sur l'apprentissage</li> <li>• Livrets ciblant les étudiants</li> <li>• Livret ciblant les éducateurs et les conseillers</li> <li>• Annonces à la radio et à la télé de CBC</li> <li>• Signalisation sur les autobus</li> <li>• Prix d'Excellence décerné aux étudiants apprentis ayant obtenu une moyenne de 85 et plus (banquet)</li> </ul>

Nom du programme	Commanditaire	Principaux publics cibles	Messages clés	Moyens de promotion tactiques
Compétences/Skills Canada	<ul style="list-style-type: none"> <li>• RHDC</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les jeunes de la 6e année en montant</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Activité pratique</li> <li>• Exposition aux métiers spécialisés</li> <li>• Démontrer les occasions offertes dans les métiers spécialisés</li> <li>• Montrer la passion des gens de métier</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="http://www.skillsyukon.com">www.skillsyukon.com</a></li> <li>• Centre de compétences</li> <li>• Défi solaire</li> <li>• Ateliers de menuiserie pour mère et fille</li> <li>• Course de bateaux en carton</li> <li>• Jargon du métier</li> <li>• Clubs automobiles</li> <li>• Découverte des métiers (visite des étapes de construction d'une maison)</li> <li>• Partenariats et alliances communautaires stratégiques</li> <li>• Brochures</li> <li>• Présentoirs</li> <li>• Exposés</li> </ul>

Nom du programme	Commanditaire	Principaux publics cibles	Messages clés	Moyens de promotion tactiques
<p>Présence des jeunes femmes dans les métiers et dans le secteur de la technologie</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Études postsecondaires, gouvernement du Yukon</li> <li>• Partenaires et commanditaires de divers ministères ainsi que du secteur privé</li> <li>• Canadian Tire de Whitehorse commandite des cliniques de l'auto</li> </ul>	<p>Principaux publics</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Les femmes</li> <li>• Les jeunes de moins de 13 ans</li> <li>• Les jeunes de 13 à 17 ans. Les filles de 8e année</li> <li>• Les femmes de plus de 18 ans</li> </ul> <p>Publics secondaires</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Les éducateurs</li> <li>• Les parents</li> <li>• Les employeurs</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sensibiliser les filles et les femmes aux carrières dans les métiers spécialisés</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="http://www.yukonwitt.org">www.yukonwitt.org</a></li> <li>• Exemples d'activités :                         <ul style="list-style-type: none"> <li>• Atelier d'exploration des métiers par les femmes</li> <li>• Clinique de réparations résidentielles</li> <li>• Cliniques d'entretien de l'auto</li> <li>• Fin de semaine de soudure pour les femmes</li> <li>• Fin de semaine d'introduction à l'orfèvrerie</li> <li>• Ateliers pratiques sur les métiers dans les écoles rurales</li> <li>• Conférence de découverte des métiers à l'intention des jeunes femmes</li> </ul> </li> <li>• Publication d'annonces dans les journaux communautaires et scolaires</li> <li>• Site Web</li> <li>• CD-ROM</li> <li>• Brochures</li> <li>• Exposés en classe</li> <li>• Trousse d'information :                         <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fiches d'information</li> <li>• Brochures</li> <li>• CD</li> </ul> </li> <li>• Présentoir</li> <li>• Portrait de femmes qui ont connu du succès dans les métiers</li> </ul>

Nom du programme	Commanditaire	Principaux publics cibles	Messages clés	Moyens de promotion tactiques
Les métiers au collège	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Collège du Yukon</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les employeurs</li> <li>• Les Premières Nations</li> <li>• Les syndicats</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Renseignements généraux</li> <li>• Cibler un vaste public au collège</li> <li>• Besoin et demande accrue d'apprentissage</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Intégration des femmes formatrices</li> <li>• Exposés à l'aide de PowerPoint</li> <li>• Partenariats Capital Works</li> <li>• <a href="http://www.yukoncollege.yk.ca">www.yukoncollege.yk.ca</a></li> </ul>
Initiatives de recrutement du secteur privé	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les employeurs</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les gens de métier</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Faire connaître les débouchés dans la région</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Annonces publiées dans les journaux du territoire et à l'extérieur</li> </ul>
Bourses SEY	<ul style="list-style-type: none"> <li>• SEY</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les jeunes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Une bourse offerte aux jeunes</li> </ul>	
Programme de cuisine et d'économie domestique au placement sous garde des adolescents	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Justice Yukon</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les jeunes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apprendre les connaissances pratiques</li> <li>• Offrir des occasions d'emploi</li> <li>• Rehausser l'estime de soi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Imitation de rôles</li> <li>• Mentorat pour motiver</li> </ul>
United Association Joint Apprentice Training Committee	<ul style="list-style-type: none"> <li>• United Association</li> <li>• Entreprises syndiquées</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les étudiants du secondaire</li> <li>• Les diplômés</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Présenter les métiers spécialisés comme une carrière valable et bien rémunérée</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Présentoirs installés aux foires commerciales</li> <li>• Promotion dans les écoles</li> <li>• Stimulants financiers</li> </ul>
Programme coopératif	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ensemble des écoles secondaires de Whitehorse</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les jeunes des écoles secondaires</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Exploration pratique des métiers</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Établissement de partenariats dans la communauté</li> </ul>