



Consultations régionales

Territoires du Nord-Ouest

Sommaire des résultats

Le 3 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.....	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 consultation d'une journée a eu lieu à Yellowknife, le 3 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 19 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 Terry Cooke, un membre du Conseil d'administration de Compétences/Skills Canada. Dans un premier temps, les participants ont eu droit à un exposé général sur la Campagne de promotion nationale des métiers spécialisés et au visionnement des trois messages publicitaires. Par la suite, le directeur général de Compétences/Skills Canada (T.N.-O. et Nunavut), Guy Barnable, et le responsable de l'élaboration des programmes collégiaux et des carrières, gouvernement des Territoires du Nord-Ouest, Mark Plouffe, ont décrit brièvement les campagnes et activités de promotion des

métiers spécialisés dans la région. À leur tour, les participants ont nommé d'autres campagnes, initiatives ou activités faisant la promotion des métiers spécialisés et de l'apprentissage dans les Territoires du Nord-Ouest (voir annexe C).

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 sont soumises aux participants pour lancer la discussion. Vous trouverez ci-dessous une liste de questions ainsi qu'un sommaire des résultats de ces exercices. Il convient de souligner que les renseignements qui suivent sont tirés des échanges des petits groupes constitués durant la séance de consultation et que ceux-ci ont été reproduits tels quels. Le Forum canadien sur l'apprentissage – Canadian Apprenticeship Forum et Compétences/Skills Canada n'ont pas examiné et n'endossent pas les questions décrites dans cette section.

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 jeunes	<ul style="list-style-type: none"> • Il existe des obstacles linguistiques • Les communautés sont privées de modèles au chapitre des gens de métier • Il faut multiplier les activités physiques comme les Clubs de compétences • Les jeunes doivent être exposés aux carrières dans les métiers et dans le secteur technologique • Il faut transmettre le message aux étudiants au lieu de les attendre, préférer les exposés en classe aux salons des carrières 	97
Les employeurs	<ul style="list-style-type: none"> • Il existe des obstacles linguistiques • Les associations d'employeurs n'appuient pas l'apprentissage. Il faut communiquer avec les employeurs. • Les PME soutiennent difficilement la concurrence des grandes entreprises • Il existe des lacunes en matière de besoins et de perception des employeurs • Les avantages liés à l'embauche d'apprentis ne sont pas toujours bien expliqués • Il faut simplifier le processus d'embauche des apprentis 	48
Les éducateurs	<ul style="list-style-type: none"> • Il existe des obstacles linguistiques • Les éducateurs ont une perception négative des métiers • Le monde de l'enseignement se concentre sur les carrières universitaires et non sur les carrières dans les métiers spécialisés • Il faut renseigner les éducateurs sur les carrières dans les métiers spécialisés et les occasions qu'elles offrent 	42
Les femmes	<ul style="list-style-type: none"> • Il faut accroître le nombre de modèles féminins dans les métiers • Il faut préparer du matériel de promotion ciblant les femmes • La stratégie globale doit attirer les femmes vers les métiers • Le matériel de marketing doit faire preuve d'une plus grande créativité pour attirer les femmes • Il faut redonner vie à Femmes, métiers et technologie dans les deux territoires 	40

Public cible	Lacunes ou besoins actuels	Points attribués par les participants
Les communautés /Le public	<ul style="list-style-type: none"> Le nombre de cours consacré aux métiers est insuffisant Les préalables requis en matière de formation (dont le niveau d’alphabétisation) posent problème Le matériel de communication doit être rédigé pour être lu et compris par tous, soit un niveau de 6^e à 8^e année 	25
Les parents	<ul style="list-style-type: none"> Il existe des obstacles linguistiques Les parents ont tendance à orienter leur enfant vers les études au lieu de leur suggérer les métiers spécialisés Il existe des idées fausses au sujet des carrières universitaires et des métiers 	16
Les syndicats	<ul style="list-style-type: none"> Il faut s’associer davantage à l’industrie pour faire la promotion des métiers spécialisés 	14

3. Comment pouvons-nous combler cette lacune ou ce besoin en matière de promotion des métiers spécialisés et de l’apprentissage (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 jeunes** – Les jeunes ont besoin de modèles et d’exemples à imiter
2. **Les employeurs** – Il faut fournir aux employeurs soutien et renseignements sur l’apprentissage
3. **Les éducateurs** – Les éducateurs ne connaissent pas les possibilités de carrières dans les métiers spécialisés et se limitent souvent aux carrières fondées sur des études théoriques.

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

- Chaque chantier de construction ou industrie doit faire connaître sa participation aux métiers :
 - Affiches accrochées aux grues
 - Chaîne porte-clés
 - Drapeaux
 - Tableaux d'affichage
 - Affichettes
- Parrainer « la personne de métier de la semaine ou du jour » sur les stations de radio locales
- Profiter des rassemblements d'employeurs pour cibler ce public :
 - Clubs Rotary
 - Chambre de commerce
 - Publicité imprimée dans les pages économiques des journaux
- Créer un bureau de conférenciers composés de gens d'affaires influents qui favorisent l'apprentissage et y voient un élément clé de leur stratégie commerciale
- Établir des partenariats avec l'industrie et entretenir des liens plus étroits avec elle quand vient le temps de fournir du matériel aux écoles et de trouver un emploi aux finissants (Modèle Pine Point et Mine Training Strategy)
- Acheter de la publicité dans les bars (dessous pour verres à bière)
- Distribuer des produits dérivés comme des casquettes de baseball et des autocollants pour casques protecteurs
- Mettre au point un programme de partage d'employeurs et d'apprentis (Les grands employeurs aident les PME en les faisant profiter de leur expérience)
- Simplifier l'administration du processus d'apprentissage :
 - Hébergement des apprentis qui doivent s'absenter de leur milieu
 - Inscription
 - Déplacements
 - Salaires subventionnés
- Veiller à ce que les employeurs ayant lancé avec succès un programme d'apprentissage agissent à titre de « champions » auprès des autres employeurs
- Imprimer un message favorable à l'apprentissage sur toutes les voiturettes de golf
- Afficher de la publicité sur la signalisation rotative ou dans les endroits fréquentés par un grand nombre d'employeurs comme les aéroports et les hôtels
- Citer les principaux avantages sur le matériel de communication comme :
 - La baisse du roulement du personnel
 - L'accroissement des profits
 - Sans apprentissage, il ne peut y avoir de gens de métier
- Les petits employeurs vont d'un contrat à l'autre. Il faut donc subventionner les salaires pour conserver les employés à leur poste.
- Distribuer des billets de 1 000 \$ sur lequel on peut lire au verso des messages rappelant les avantages de l'apprentissage
- Exposés et présentoirs lors des événements de la Chambre de commerce comme « Business After Hours »

- Préparer une analyse de rentabilisation et des exemples axés sur les profits
- L'entente conclue entre l'employeur et l'employé offre un emploi et l'hébergement pour payer la totalité des frais engagés par l'apprentissage

2. Les jeunes

- Veiller à ce que l'école dispose d'un matériel de pointe et non du matériel de seconde main; utiliser les locaux d'entreprises saisonnières
- Resserrer les liens avec l'industrie pour que la formation tienne compte des occupations et des besoins réels
- Faire appel à de jeunes champions dans toutes les localités pour expliquer les possibilités offertes par les métiers
- Offrir des ressources de sensibilisation aux carrières qui décrivent tous les métiers, faire visiter les lieux de travail, organiser des visites virtuelles sur CD-ROM ou sur un site Web
- Présenter des clubs ou des camps de compétences auxquels sont invités des modèles locaux. Offrir des activités pratiques. Utiliser des locaux existants comme des écoles secondaires et des centres de formation en métiers.
- Conférences A.B.E. par satellite sur le Web, boutiques (personnes du milieu)
- Sensibiliser les écoles et la communauté à l'expérience de travail et à l'existence de programme travail-études
- Continuer de suivre une formation en métiers dans la collectivité et faire participer le système scolaire et les chefs de file locaux. Il est important de communiquer aux aînés les messages clés des possibilités offertes par les métiers
- Utiliser la culture populaire pour transmettre aux jeunes des illustrations et des moyens interactifs comme des jeux vidéo, les personnages « Bob the Builder et Wendy the Welder », les emballages de malbouffe, des jouets et des livres sur lesquels apparaissent des messages vantant les métiers spécialisés
- Les aînés doivent faire connaître aux jeunes les possibilités offertes par les métiers spécialisés
- S'occuper des problèmes d'éducation des jeunes qui ne comprennent pas toujours le langage technique. Les problèmes de langue et d'alphabétisation retardent les progrès en matière d'apprentissage :
 - Le matériel des programmes d'apprentissage est souvent très complexe et exige de grandes capacités intellectuelles
 - La terminologie est technique et scientifique
 - On doit offrir soutien et tutoriels pour faciliter l'utilisation du matériel
 - Les personnes n'étant pas douées pour les études peuvent avoir de la difficulté à comprendre le matériel
- Offrir des programmes de formation et des conseillers en emploi sur place pour aider les employés à utiliser le matériel comme le font plusieurs mines
- Exiger plus de tutoriels pour les examens d'admission aux métiers plutôt que des cours (pour les candidats âgés de 13 à 30 ans)

- Il faut trouver une solution aux problèmes systémiques et aux problèmes touchant le programme d'études des écoles pour joindre les jeunes de façon efficace :
 - Les diplômés et les étudiants de 9^e et de 10^e année ont de la difficulté à réussir l'examen d'entrée dans les métiers
 - Il faut modifier le programme d'études (Les T. N.-O. mettent au point des programmes d'études en mathématiques et en sciences.)
 - Les compétences en mathématiques et en sciences constituent le plus grand obstacle à l'entrée des femmes dans le secteur technologique et dans les métiers
 - On note une absence de counselling en carrières axé sur les emplois qui font progresser l'économie (les efforts portent actuellement sur la fonction publique et sur les carrières poussées)
- Il faut offrir des séminaires et des conférences pour faire connaître les métiers aux étudiants

3. Les éducateurs

- Application Work and Learning (AWAL) – Les enseignants doivent être plus présents sur les chantiers de construction et mettre au point des leçons fondées sur des cas concrets
- Exposés présentés aux enseignants sur leurs lieux de travail
- La formation des éducateurs doit veiller à ce qu'ils utilisent une langue que comprennent les jeunes
- Modifier le programme d'études pour transmettre des messages sur les métiers spécialisés :
 - Expliquer l'avenir aux étudiants
 - Demander à l'industrie de participer à l'élaboration du programme d'études
 - Faire en sorte que le programme colle à la réalité des jeunes
 - Offrir plus d'activités pratiques et moins de cours théoriques
 - Mettre en valeur les succès des projets et la classe de la semaine
 - Insister sur les compétences générales et sur le volet communication exigés par les métiers spécialisés
- Embaucher des conseillers qui sont des gens de métier expérimentés
- Présenter des journées de carrières mobiles dans les langues locales
- Élargir le rôle confié aux conseillers en carrières autochtones
- Imprimer des messages favorables aux métiers spécialisés sur le bordereau de chèque des éducateurs
- Présenter des salons des métiers en classe. Inviter des travailleurs modèles à présenter leur métier, leurs succès et leur vécu (dans les classes de sciences et dans les ateliers)
- Offrir aux conseillers en carrières des jeux vidéo et d'autres ressources conviviales et qui fournissent un accès rapide à l'information
- Programmes d'immersion dans les métiers. Faire participer les enseignants, puis les jeunes.
- Programme d'études axé sur les métiers du secteur minier

- Immersion en classe : décorer la pièce comme une mine, y installer du matériel, des outils et des gens de métier
- Fournir aux enseignants et aux conseillers en orientation les outils et les ressources nécessaires pour faire participer les étudiants

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 :

Public cible	Idée	Nombre de votes
Les employeurs	Chaque chantier de construction ou industrie doit faire connaître ses métiers : <ul style="list-style-type: none"> • Affiches accrochées aux grues • Chaîne porte-clés • Drapeaux • Tableaux d'affichage • Affichettes 	8
Les jeunes	<ul style="list-style-type: none"> • Continuer de suivre une formation en métiers dans la collectivité et faire participer le système scolaire et les chefs de file locaux. Il est important de communiquer aux aînés les messages clés des possibilités offertes par les métiers. 	5
Les jeunes	<ul style="list-style-type: none"> • Présenter des clubs ou des camps de compétences auxquels sont invités des modèles locaux. Offrir des activités pratiques. Utiliser des locaux existants comme des écoles secondaires et des centres de formation en métiers. 	5
Les éducateurs	<ul style="list-style-type: none"> • Embaucher des conseillers qui sont des gens de métier expérimentés, pas seulement des personnes ayant étudié les métiers 	3
Les jeunes	<ul style="list-style-type: none"> • Exiger plus de tutoriels pour les examens d'admission aux métiers plutôt que des cours (pour les candidats âgés de 13 à 30 ans) 	2

Public cible	Idée	Nombre de votes
Les jeunes	Modifier le programme d'études pour transmettre des messages sur les métiers spécialisés : <ul style="list-style-type: none"> • Expliquer l'avenir aux étudiants • Demander à l'industrie de participer à l'élaboration du programme d'études • Faire en sorte que le programme d'études colle à la réalité des jeunes • Offrir plus d'activités pratiques et moins de cours théoriques • Mettre en valeur les succès des projets et la classe de la semaine • Insister sur les compétences générales et sur le volet communication exigés par les métiers spécialisés 	2
Les éducateurs	<ul style="list-style-type: none"> • Programmes d'immersion dans les métiers. Faire participer les enseignants, puis les jeunes. 	2
Les jeunes	<ul style="list-style-type: none"> • Application Work and Learning (AWAL) – Les enseignants doivent être plus présents sur les chantiers de construction et mettre au point des leçons fondées sur des cas concrets 	1
Les éducateurs	<ul style="list-style-type: none"> • Journée de carrières locales présentées dans les langues locales 	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.

Trois participants ont accepté de prendre la tête de l'équipe de mise en œuvre régionale et d'assurer la liaison avec le secrétariat national pour appliquer certains des moyens tactiques mentionnés ci-dessus.

1. Guy Barnable Compétences/Skills Canada (T. N.-O. et NU)
2. Krista Rivet AMEC
3. Darren Fraser Ryfan Electric Ltd.

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 3 novembre 2004

Endroit : Yellowknife 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

	Prénom	Nom	Poste	Organisme
1	Guy	Barnable	Directeur général	Compétences/Skills Canada (T. N.-O. et NU)
2	Anne-Mieke	Cameron		Sir John Franklin High School
3	Richard	Edjericon		ASEP
4	Darren	Fraser	Directeur général	Ryfan Electric Ltd.
5	David	Gilday	Directeur de l'apprentissage T. N.-O.	ECE, GTNO
6	Pam	Jones	Agente, Développement des carrières	
7	Ann	Kall	Agente de développement	RHDCC
8	Peter	Kalyn		Diavik Diamond Mines
9	Herb	Lannaghan		BHP Billiton
10	Cindy	Lindley	Coordonnatrice de projets	Conseil du statut de la femme des T. N.-O.
11	Dan	O'Neill	Secrétaire	Mine Training Society
12	Glenda	Padillo	Administratrice de programmes	Compétences/Skills Canada (T. N.-O. et NU)
13	Mark	Plouffe	Responsable de l'élaboration de programmes	ECE, College & Career Development, GNWT
14	Krista	Rivet		AMEC
15	Cheryl	Robinson	Agent, Affaires publiques	Ministère de l'Éducation, de la Culture et de l'Emploi
16	Greg	Skauge	Enseignant et conseiller en orientation	Sir John Franklin High School
17	Kate	Tompkins		Ministère du Travail
18	Mike	Vaydik	Directeur général	NWT & Nunavut Chamber of Mines
19	Don	Worrall	Directeur général	NWT Construction Association

Annexe C – Programmes régionaux et activités de promotion

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

Nom du programme, de l'activité ou de la campagne	Organisme commanditaire	Principal public cible	Messages clés	Moyens tactiques
Compétences/Skills Canada	<ul style="list-style-type: none"> • Gouvernement des T. N.-O. (Conseil de l'apprentissage) • RHDCC • Sociétés commanditaires 	<ul style="list-style-type: none"> • Les jeunes de la 9^e à 12^e année 	<ul style="list-style-type: none"> • Les carrières dans les métiers et dans le secteur technologique • Démonstrations pratiques concernant l'apprentissage de métiers 	<ul style="list-style-type: none"> • Trousses de promotion • Journaux • Brochures • Revue de l'année • Nouvelles radiophoniques • Réseautage • Exposé en classe • Événements importants comme courses de bateaux en carton, le chariot des champions, la course de toboggan en carton et les Olympiades de Compétences/Skills Canada • Le site Web
Power-up young men & women	<ul style="list-style-type: none"> • Compétences/Skills Canada • Les partenaires de l'industrie 	<ul style="list-style-type: none"> • 8^e année 	<ul style="list-style-type: none"> • Visites des lieux de travail • Voir les métiers de ses propres yeux 	

Nom du programme, de l'activité ou de la campagne	Organisme commanditaire	Principal public cible	Messages clés	Moyens tactiques
Prix de l'apprentissage (remis habituellement durant la semaine de l'apprentissage)	<ul style="list-style-type: none"> Gouvernement des T. N.-O. (cérémonies régionales) 	<ul style="list-style-type: none"> Les apprentis 	<ul style="list-style-type: none"> Soutien et reconnaissances des apprentis actuels On a noté que le programme cible bien les jeunes mais qu'il faut aussi s'adresser aux employeurs et aux parents 	<ul style="list-style-type: none"> Les prix
SNAP (Students North Apprenticeship Program)	<ul style="list-style-type: none"> Gouvernement des T. N.-O. 	<ul style="list-style-type: none"> Les étudiants 	<ul style="list-style-type: none"> Promotion de la possibilité d'apprendre un métier tout en poursuivant des études secondaires 	<ul style="list-style-type: none"> Dîner gratuit Publicité par l'entremise des conseillers des activités communautaires des écoles
Semaine des carrières Semaine de l'apprentissage	<ul style="list-style-type: none"> Gouvernement des T. N.-O. 	<ul style="list-style-type: none"> Les étudiants L'industrie, les employeurs, les jeunes, les parents et les apprentis 	<ul style="list-style-type: none"> Promotion des métiers spécialisés comme choix de carrière Promotion et soutien de l'apprentissage 	<ul style="list-style-type: none"> Publicité dans les journaux Annonces à la radio Stands (public) Affiches Programmes scolaires
Tools for Success, apprenticeship in the Northwest Territories	<ul style="list-style-type: none"> Éducation, Culture et Emploi, T. N.-O. Apprentissage et reconnaissance professionnelle 	<ul style="list-style-type: none"> Les jeunes de plus de 16 ans 	<ul style="list-style-type: none"> Une carrière qui démarre bien Acquérir des compétences Bon salaire 	<ul style="list-style-type: none"> Dépliant Numéros d'information régionaux

Nom du programme, de l'activité ou de la campagne	Organisme commanditaire	Principal public cible	Messages clés	Moyens tactiques
Bourses - université - métiers - école technique	<ul style="list-style-type: none"> NWT/NU Chamber of Mines et sociétés membres 	<ul style="list-style-type: none"> Les jeunes 		<ul style="list-style-type: none"> Bourses offertes pour la formation et l'achat d'outils
« Women Can » work in mining, oil & gas	<ul style="list-style-type: none"> Conseil du statut de la femme 	<ul style="list-style-type: none"> Les femmes 	<ul style="list-style-type: none"> Les femmes peuvent travailler dans les industries en pleine croissance du Nord 	<ul style="list-style-type: none"> Dépliants décrivant des modèles Publicité Annonces télévisées
Campagne de sensibilisation aux métiers spécialisés	<ul style="list-style-type: none"> NWT/NU Chamber of Mines 	<ul style="list-style-type: none"> Les jeunes 	<ul style="list-style-type: none"> Possibilité de poursuivre les études en apprenant un métier Formation, emploi et réussite Liens aux employeurs, aux sites de recherche d'emploi et aux sites de formation 	<ul style="list-style-type: none"> Messages télévisés (CBC North, Much Music, Discovery et YTV) Affiches et t-shirts de l'école Bandes vidéo « Mine your business » et « Rock Solid » Site Web : www.miningnorth.com (page des jeunes et des carrières)
Adhésion à la MTS	<ul style="list-style-type: none"> Mine Training Society 	<ul style="list-style-type: none"> Les autochtones Les autres employeurs et parties intéressées 	<ul style="list-style-type: none"> Préapprentissage axé sur les compétences et programmes d'apprentissage 	<ul style="list-style-type: none"> Information au numéro 867 7667-0445 Courriel : mts@yk.com Dépliants et brochures

Nom du programme, de l'activité ou de la campagne	Organisme commanditaire	Principal public cible	Messages clés	Moyens tactiques
Sensibilisation aux carrières dans le secteur minier	<ul style="list-style-type: none"> • Les compagnies minières 	<ul style="list-style-type: none"> • Les décideurs du milieu • Les jeunes • Les éducateurs • Les chômeurs 	<ul style="list-style-type: none"> • Les possibilités offertes par les mines et le secteur des services • Commencer au bas de l'échelle • Travailler dur • Obtenir une formation • Avancer dans la vie 	
École secondaire	<ul style="list-style-type: none"> • Écoles et conseils scolaires 	<ul style="list-style-type: none"> • Les jeunes 		<ul style="list-style-type: none"> • Réalisation d'un message publicitaire pour la télé
Bridges (programme scolaire consacré aux carrières) KCTC (centres techniques établis dans les écoles) ATTC	<ul style="list-style-type: none"> • Les écoles • Les partenaires de l'industrie 	<ul style="list-style-type: none"> • Les étudiants 	<ul style="list-style-type: none"> • Promotion des métiers spécialisés comme un premier choix de carrière 	<ul style="list-style-type: none"> • Couverture médiatique
Programme d'apprentissage et de reconnaissance professionnelle	<ul style="list-style-type: none"> • Gouvernement des T. N.-O. 	<ul style="list-style-type: none"> • Les étudiants, les gens de métier et les employeurs • Les parents 	<ul style="list-style-type: none"> • Communiquez avec vous si les métiers vous intéressent • Expliquer les avantages des métiers 	<ul style="list-style-type: none"> • Affiches • Dépliants • Site Web • Collaboration avec l'industrie par l'entremise des bureaux régionaux
Programme conseil	<ul style="list-style-type: none"> • Sir John Franklin 	<ul style="list-style-type: none"> • Les étudiants de la 9^e à la 12^e année 	<ul style="list-style-type: none"> • Planification des carrières 	

Nom du programme, de l'activité ou de la campagne	Organisme commanditaire	Principal public cible	Messages clés	Moyens tactiques
Journée des carrières	<ul style="list-style-type: none"> • Sir John Franklin 	<ul style="list-style-type: none"> • Les étudiants de la 10^e à la 12^e année 	<ul style="list-style-type: none"> • Fournir de l'information sur les carrières 	
ISP	<ul style="list-style-type: none"> • Sir John Franklin 	<ul style="list-style-type: none"> • Les étudiants de la 9^e à la 12^e année 	<ul style="list-style-type: none"> • Compétences de base pour étudiants de métiers pour qu'ils puissent s'intégrer à la main-d'œuvre 	
Trades access	<ul style="list-style-type: none"> • Aurora College 	<ul style="list-style-type: none"> • Public de tous âges 	<ul style="list-style-type: none"> • Programme préparatoire à l'exercice d'un métier 	<ul style="list-style-type: none"> • Conseils généraux
CTS (Career in Tech Studies)	<ul style="list-style-type: none"> • Les écoles secondaires 	<ul style="list-style-type: none"> • Les jeunes étudiants 	<ul style="list-style-type: none"> • Orientation vers divers métiers et occupations du secteur technique 	<ul style="list-style-type: none"> • Cours offerts en classe
Safety in the Young Worker	<ul style="list-style-type: none"> • WCB 	<ul style="list-style-type: none"> • À partir de la 8^e année 	<ul style="list-style-type: none"> • Sécurité au travail 	<ul style="list-style-type: none"> • Cours en classe
Inuvik Career Fair	<ul style="list-style-type: none"> • ECE • RHDCC • IRC • GTC 	<ul style="list-style-type: none"> • Jeunes étudiants • Les jeunes décrocheurs 	<ul style="list-style-type: none"> • Découverte des carrières 	<ul style="list-style-type: none"> • Salon des carrières
BHP Billiton	<ul style="list-style-type: none"> • Mine EKATI 	<ul style="list-style-type: none"> • La communauté • Participants de tous âges 	<ul style="list-style-type: none"> • Débouchés dans le secteur minier 	<ul style="list-style-type: none"> • Diapos • Présentation vidéo

Nom du programme, de l'activité ou de la campagne	Organisme commanditaire	Principal public cible	Messages clés	Moyens tactiques
Stratégie d'emploi des jeunes	<ul style="list-style-type: none"> • RHDCC 	<ul style="list-style-type: none"> • Les jeunes décrocheurs 	<ul style="list-style-type: none"> • Amélioration de l'employabilité et perfectionnement professionnel 	<ul style="list-style-type: none"> • Programmes communautaires
WOW	<ul style="list-style-type: none"> • Éducation, Culture et Emploi 	<ul style="list-style-type: none"> • Les jeunes • Les étudiants de 8^e année 	<ul style="list-style-type: none"> • Faire connaître les possibilités de carrières 	<ul style="list-style-type: none"> • Présentation d'une conférence à l'intention des jeunes