

# Stratégie de mise en valeur de la formation professionnelle et technique

Présentée à :

**LA TABLE ÉDUCATION INTERORDRE  
DU BAS-SAINT-LAURENT**

Par :



et



Janvier 2009

Imaginature

350, rue Saint-Germain Est

Rimouski, G5L 1C7

Téléphone : 418.725.5080

L'Avantage concept

183, rue Saint-Germain Ouest

Rimouski (Québec) G5L 4B8

Téléphone : 418.725.7420

<http://www.lavantageconcept.com>

## TABLE DES MATIERES

Un rappel du Mandat .....	4
Phase A — Cadrage et analyse .....	5
Un Portrait de la situation .....	5
Des Conclusions issues de la collecte de données primaires .....	11
Un Diagnostic sommaire.....	16
Phase B — Choix stratégiques .....	22
Le But du plan de valorisation .....	22
Les Objectifs à atteindre .....	22
Des objectifs qualitatifs.....	22
Des objectifs quantitatifs.....	23
Les Clientèles cibles .....	24
La Stratégie de valorisation.....	26
L'approche préconisée .....	26
Les orientations stratégiques de mise en valeur de l'offre.....	27
Les orientations stratégiques d'information, de sensibilisation et de promotion .....	27
Les orientations stratégiques d'animation.....	28
Le Positionnement à développer .....	29
Le Créatif .....	29
Phase C — Plan d'action .....	32
Les Moyens de valorisation .....	32
Le descriptif des moyens préconisés .....	33
Les moyens de valorisation en lien avec les objectifs .....	36
Les moyens de valorisation en lien avec les orientations stratégiques .....	37
Les éléments de mise en œuvre.....	38
Le résumé des coûts.....	43
En guise de conclusion .....	44
— Sommaire exécutif — .....	45
But .....	45
Objectifs qualitatifs.....	45
Objectifs quantitatifs.....	45
Clientèles cibles.....	46
Approche préconisée .....	46
Orientations stratégiques.....	46
Positionnement à développer .....	48
Créatif .....	48
Moyens de valorisation et Coûts .....	49
Annexes.....	50
Schématisation du Plan d'action .....	66

## Un rappel du Mandat

Le Plan de valorisation de la formation professionnelle et technique (FPT) qui est à faire est associé aux commissions scolaires et établissements d'enseignement collégial du Bas-Saint-Laurent (voir annexe 1). Les alliances qui ont fait naître ce projet ont été stimulées par le Comité de valorisation de la formation professionnelle au Bas-Saint-Laurent. Le Plan s'intègre aux travaux de la Table éducation interordres du Bas-Saint-Laurent (voir encadré et annexe 2) qui s'affaire parallèlement à mettre en place un Plan de rapprochement pour assurer une action régionale cohérente en matière de formation.

Au Bas-Saint-Laurent, la Table éducation interordres (TIO) a cerné les enjeux suivants :

- La pérennité de l'accessibilité de la formation en région
  - La réduction du décrochage scolaire
  - L'attraction et la rétention des jeunes en région
  - La qualification de la population active
  - La rétention et l'attraction des entreprises
  - Le rehaussement des compétences des gens en emploi
    - Le renforcement de nos organisations respectives par des projets communs
  - L'adaptation de l'offre de formation aux besoins du marché du travail
  - La stabilité de l'emploi
- Elle s'est engagée à relever les défis suivants :
- Mettre en place des conditions permettant de passer à l'action le plus rapidement possible.
  - Affirmer un leadership régional rassembleur autour d'une vision commune du développement de la formation.
  - Faciliter une réponse efficace aux besoins des entreprises.
  - Associer les entreprises dans la promotion et l'adaptation de l'offre de formation.
  - Se démarquer comme région par nos pratiques innovantes en formation.

Le Plan de valorisation doit susciter l'adhésion et contribuer à changer les mentalités — on peut étudier et travailler en région — tout en tenant compte des réalités régionales. Il se veut rassembleur et mobilisateur. La stratégie qui l'animerait devra témoigner d'originalité et innover dans ses approches. Le Plan de valorisation établira des objectifs d'ordre quantitatif permettant de mesurer ses impacts. Il se déclinera par étape sur un horizon de trois ans (2009-2012). Le budget prévu pour sa réalisation est d'environ 150 000 \$ par année.

Ultimement, le Plan permettra de stimuler le recrutement dans les établissements d'enseignement de la région en projetant une image positive de la formation professionnelle et technique.

Plus précisément, il vise les objectifs suivants :

- Promouvoir la qualité de la formation, des équipements et des infrastructures des établissements;
- Faire connaître les débouchés et les conditions de travail pour les finissants en formation professionnelle et technique;
- Promouvoir les autres avantages d'étudier en région — qualité de vie, sécurité, vie culturelle, équipements sportifs, etc. ;
- Trouver un thème et un visuel unificateurs pour les deux ordres de formation;
- Unir les efforts de l'ensemble des intervenants concernés par la formation professionnelle et technique.

## PHASE A — CADRAGE ET ANALYSE

### Un Portrait de la situation

#### Des généralités

Les commissions scolaires et les cégeps sont des partenaires naturels puisqu'ils partagent :

- la même mission — instruire dans un monde de savoir; sociabiliser dans un monde pluraliste; qualifier dans un monde en changement;
- les mêmes visées — la construction d'une vision du monde; la structuration de l'identité; le développement du pouvoir d'action et de réflexion;
- les mêmes orientations — la réussite pour tous (scolaire, éducative, personnelle, institutionnelle; la formation centrée sur le développement des compétences;
- les mêmes clés de formation — la diversification; l'approche-programme; l'accompagnement; la gestion collective.

Les rapprochements entre les centres de formation professionnelle et les cégeps visent notamment à favoriser :

- une offre de services diversifiée;
- des enseignants spécialisés en nombre suffisant;
- des installations, des laboratoires, des ateliers à la fine pointe de la technologie;
- le transfert technologique;
- une réponse rapide aux besoins émergents;
- un impact accru des opérations de promotion et de valorisation.

Plusieurs initiatives encouragent la concertation dans le domaine de l'éducation de même que les rapprochements et les synergies avec les organismes d'aide à l'emploi, les spécialistes du marché du travail, les fédérations de chambres de commerce et de travailleurs, le conseil du patronat, les centrales des syndicats, les organismes communautaires, etc. Du fait qu'ils favorisent la cohérence du message et son rayonnement, les rapprochements école, parents, employeurs, communauté aident les apprenants à développer le goût d'apprendre, à saisir la valeur de l'éducation et à pousser plus loin leurs connaissances.

Au Bas-Saint-Laurent, on assiste à un accroissement de l'écart entre les exigences du marché du travail et les compétences de la population. Il faut donc adapter et ajuster l'accessibilité à la formation pour se coller au monde du travail qui est en évolution constante. Diverses initiatives ont déjà été mises en oeuvre dans la région en ce sens (annexe 3). Pour la suite des choses, Pelletier et Rouleau (2007) proposent, à cet égard, l'établissement de : 10 passerelles entre le secondaire et le collégial; un projet de rapprochement FPT; deux projets de parcours de continuité; un projet de valorisation et de promotion; un projet de promotion ciblée; le développement d'un pôle d'expertise régionale; un projet de développement.

Parmi les nouvelles façons d'apprendre, on identifie :

- La reconnaissance des acquis et des compétences
- Les passerelles DEP-DEC; les passerelles DEC-BAC
- Les stages en formation professionnelle; en formation technique
- Le plateau de travail
- L'Alternance Travail-Études
- La voie technologique — formation à distance
- L'exploration professionnelle — démarche d'exploration individuelle et démarche d'orientation structurée axée sur l'expérimentation concrète
- La formation en concomitance
- Le régime d'apprentissage en milieu de travail (PAMT)

Il est dans l'intérêt de tous que les jeunes décrochent un diplôme<sup>1</sup>. Au Bas-Saint-Laurent, trois jeunes de 16 à 24 ans sur dix n'ont pas de diplôme. De surcroît, beaucoup de jeunes abordent le marché du travail avec un DES général pour tout allié. Pour eux, le taux de chômage est très élevé alors que les personnes qui obtiennent un diplôme et une qualification s'en tirent mieux socialement et économiquement. Être qualifié pour un métier ou une profession constitue le meilleur moyen d'intégrer le marché du travail de façon durable et de contribuer au développement de la société; l'une des voies pour y parvenir est la formation professionnelle et technique.

---

<sup>1</sup> Selon l'économiste Pierre Fortin (Le Soleil, édition du vendredi 31 octobre 2008, *Des milliards à épargner*), chaque abandon scolaire coûte un demi-million de dollars au décrocheur et à l'ensemble de la société.

La valorisation de la formation professionnelle et technique représente un des ingrédients favorisant le rehaussement des compétences et la réussite scolaire :

- un apprenant à plus de chances de persévérer et d'obtenir un diplôme s'il trouve le domaine qui convient à ses intérêts et à ses compétences;
- la valorisation de l'option FPT peut encourager le raccrochage scolaire et le développement d'une culture de formation continue.

On peut penser qu'elles sous-tendent également que pour avoir un vrai apprentissage, il faut que ce qui est enseigné soit significatif pour la personne qui apprend. Par ailleurs, on peut apprendre ailleurs que sur les bancs d'école et le concept d'apprendre tout au long de la vie est plus vrai que jamais.

Les clientèles susceptibles d'être interpellées par la formation professionnelle ou technique sont :

- le jeune en cheminement régulier;
- le jeune ou l'adulte en cheminement professionnel ou technique<sup>2</sup>;
- le jeune ou l'adulte raccrocheur — sans diplôme, éloigné du marché du travail;
- l'adulte en réorientation professionnelle;
- l'adulte en situation de formation continue;
- le nouvel arrivant — immigrant.

### **La démographie<sup>3</sup>**

Le Bas-Saint-Laurent a connu une légère baisse de sa population de 2001 à 2005, notamment en milieu rural. Il est prévu que la population de la région diminuera de 9,9 % d'ici 2026 et toutes les MRC connaîtront une baisse de leur population. En 2006, la strate des 0-24 ans représentait 27 % de la population bas-laurentienne, soit 55 439 personnes. En 2005, le Bas-Saint-Laurent comptait sur une population totale de 201 219 personnes. De ce nombre, 2 602 enfants vivaient dans une famille prestataire de l'assistance-emploi, soit 1 649 familles (en 2004); la majorité de ces familles étaient monoparentales (62,6 %).

---

<sup>2</sup> On considère ici que l'apprenant peut acquérir plus d'un diplôme dans un même niveau, passer du professionnel au collégial ou même l'inverse.

<sup>3</sup> Les éléments du constat rapporté aux pages suivantes proviennent essentiellement des études (documents 1, 2 et 3) de Pelletier et Rouleau, (2007) de même que du Compte-rendu de la rencontre du 8 octobre de la Table éducation interordres du Bas-Saint-Laurent.

En regard de la migration, en 2003-2004, le Bas-Saint-Laurent a enregistré 342 départs au sein de 15-19 ans, 1 304 au sein des 20-24 ans et 756 au sein du groupe 25-29 ans; 44 % des migrants interrégionaux de 15 à 29 ans ont choisi les régions de Chaudière-Appalaches et de la Capitale-Nationale; 27,8 % les régions de Montréal et des alentours.

## **L'emploi**

Les aspirations professionnelles ont changé. En plus d'assurer la vie matérielle, on demande au travail de permettre aux individus d'avoir le sentiment de participer à la vie économique, à la construction de leur milieu et d'avoir un statut dans leur collectivité.

L'augmentation des standards des différentes industries pour demeurer compétitives sur le plan international est une des causes de la pénurie de main-d'oeuvre, avec la croissance économique et les départs à la retraite, auxquels sont associées des pertes de savoir. Les secteurs industriels sont particulièrement touchés par la problématique de recrutement en FPT.

La compétitivité des entreprises rime avec innovation et spécialisation du personnel entraînant des besoins croissants de main-d'oeuvre à la fine pointe du savoir.

Les pressions compétitives issues de la mondialisation — déréglementations et privatisations — entraînent le travail atypique, les diminutions salariales et baisses de bénéfices. Toutefois, il apparaît qu'il est de plus en plus facile de se trouver un emploi même si on n'est pas ou peu scolarisé.

L'économie régionale vit la meilleure séquence de son histoire; 12 000 emplois ont vu le jour entre 1997 et 2006. De plus, selon Emploi Québec, au Bas-Saint-Laurent, l'emploi augmentera en moyenne de 0,9 % (1,2 % au Québec) par année d'ici 2010, générant la création de 4 300 emplois (238 000 au Québec). Le taux de chômage reculera à moins de 8 % : le meilleur résultat de l'histoire régionale. Près de la moitié de ces postes à combler exigeront une formation professionnelle ou technique. Le vieillissement de la population accentuera cette demande de main-d'oeuvre, rendant le recrutement encore plus difficile à long terme. En 2004, on dénombrait 90 000 personnes occupées et 7 000 postes vacants, dont la moitié sont difficiles à combler. Les difficultés à recruter proviennent surtout des domaines : métallurgie, foresterie, ébénisterie, agroalimentaire, vente, technologies de l'information, agriculture, mécanique et construction. Selon Pelletier et Rouleau (2007), les secteurs d'emploi jugés prioritaires sont : foresterie; santé; métiers, transports et machinerie (bâtiment et travaux publics, Fabrication mécanique et métallurgie).

Le taux de chômage régional avoisine actuellement 9 % par année avec 15 000 prestataires d'assurance-emploi dont la moitié sont des travailleurs saisonniers (coexistence de postes vacants et de chômeurs). Le taux de chômage pour les jeunes sans diplôme est de 18,7 %, soit deux fois plus élevé que la moyenne. On compte environ 3 000 prestataires de l'aide sociale et il apparaît qu'environ 12 500 personnes prendront leur retraite d'ici cinq ans.

De nouveaux besoins en émergence demeurent à préciser et il se pourrait que certains emplois ne soient plus valorisants pour les travailleurs (on ne peut pas parler de pénurie pour des postes vacants où les salaires et les conditions de travail offerts sont en deçà des conditions du marché). D'ailleurs, parmi la cinquantaine d'options professionnelle et technique qui manquent d'étudiants pour assurer leur viabilité (annexe 4), plus d'une trentaine offrent des possibilités d'emplois jugées bonnes, voire très bonnes et le phénomène semble s'amplifier.

En 2007, les gains horaires moyens étaient plus élevés dans les métiers spécialisés (22,36 \$) que dans les autres professions combinées (21,02 \$), ce qui traduit en partie la prédominance des emplois à temps plein et le taux de syndicalisation relativement élevé dans les métiers spécialisés. Les gens de métiers les mieux rémunérés étaient les électriciens, les grutiers et les plombiers. Entre 1997 et 2007, les employés dans le secteur des métiers ont vu leurs gains horaires moyens en dollars constants augmenter de 3,5 %, soit la moitié de la croissance (+7,4 %) enregistrée chez les travailleurs des autres professions (<http://www.statcan.ca:80/Daily/Francais/081024/q081024b.htm>).

### **La formation professionnelle**

Au Bas-Saint-Laurent, l'offre de programmes au professionnel s'élève à 77, dont 58 différents (MELS, 2007). Les effectifs ont été à peu près stables entre 2003-2004 et 2005-2006 (2 021 par rapport à 2 033). L'effectif des commissions scolaires du Bas-Saint-Laurent devrait continuer à décroître d'ici 2012-2013, soit 4 % de plus que pour l'ensemble du Québec. Les programmes de formation générale des adultes ont connu une croissance de 5,45 % (presque le double de la moyenne nationale), illustrant l'importance grandissante de la formation continue du personnel en emploi.

Avec les dispositifs actuels, le nombre d'élèves additionnel que pourraient accueillir les centres de formation du territoire s'élève à : 1 782 (CS des Monts-et-Marées : 560; CS des Phares : 538; CS Kamouraska-Rivière-du-Loup : 484; CS du Fleuve-et-des-Lacs : 200).

On compte deux élèves en formation professionnelle pour dix en formation générale (au Québec : 1 pour 6,6). Les inscriptions en formation professionnelle représentent 20,6 % des inscriptions en formation générale des jeunes au secondaire alors que la moyenne nationale est de 17,27 %. Les nouvelles inscriptions provenant d'une autre région ont chuté de 19,4 % de 2001 à 2005. En 2006, 13,5 % des étudiants bénéficiaires de l'aide financière aux études (138) étudiaient dans une autre région que le Bas-Saint-Laurent.

En lien avec la diplomation, le Bas-Saint-Laurent enregistre la meilleure performance (82,5 %) à l'échelle du Québec (76,5 %); neuf filles sur dix obtiennent un diplôme ou une qualification au Bas-Saint-Laurent tandis que la moyenne nationale se situe à huit. Les sorties sans diplôme après le deuxième cycle du secondaire représentent 3,6 % de la clientèle inscrite par rapport à 5,8 % à l'échelle du Québec.

Placement en 2006 — DEP : 76,3 %; ASP : 72,8 %; temps plein — DEP : 87,0 %; ASP : 85,0 %. Chômage en 2006 — DEP : 10,8 %; ASP : 9,8 %; rémunération (salaire brut moyen) — DEP : 475 \$ à 570 \$; ASP : 488 \$ à 587 \$.

Selon les travaux du Groupe mixte MELS — Réseau des Commissions scolaires (2007)<sup>4</sup>, les raisons motivant les jeunes à ne pas s'inscrire en FP : apprentissage d'un métier en travaillant, pas de projet précis, fausses perceptions, manque de connaissance ou d'intérêt des métiers.

### **La formation technique**

Au Bas-Saint-Laurent, l'offre de programmes au collégial s'élève à 52, dont 39 différents (MELS, 2007). Parmi les programmes qui rencontrent des difficultés de recrutement, une douzaine bénéficient de mesures d'aide et de soutien du MELS.

Avec les dispositifs actuels, le nombre d'élèves additionnel que pourraient accueillir les cégeps et instituts du territoire s'élève à plus de 800<sup>5</sup> (La Pocatière : 102; ITA : 80; Rivière-du-Loup : 470; Matane : 140).

Entre 2004 et 2006, 12 828 élèves étaient inscrits à un programme technique (DEC : 11 648 + AEC : 1 180). Les effectifs ont connu une baisse de 1,18 % depuis 2004 (-3,4 % au Québec), attribuable à la diminution des inscriptions techniques (-2,5 %). Seuls les cégeps de Matane et de Rimouski ont connu une hausse. En formation préuniversitaire, tous les collèges ont connu une hausse variant de 4,9 % à 14 %.

---

<sup>4</sup> Groupe mixte MELS — Réseau des Commissions scolaires, 2007. Pour identifier des pistes d'action de manière à accroître l'accès des jeunes de moins de 20 ans à la formation professionnelle menant à un diplôme d'études professionnelles (DEP). 25 pages.

<sup>5</sup> Les données pour le cégep de Rimouski, l'IMQ de même que le Centre matapédien d'études collégiales ne sont pas disponibles (Pelletier et Rouleau, (2007). Document 1, page 121).

Au Bas-Saint-Laurent, il y a trois élèves en formation technique pour dix élèves en formation générale (au Québec : 2 pour 10). La formation technique a ici un poids relatif beaucoup plus important que la moyenne provinciale (34,2 % par rapport à 19,22 %). De 2001 à 2005, on enregistre une baisse de 13 % des nouvelles inscriptions; les nouvelles inscriptions provenant d'une autre région ont chuté de 16,7 %; il y a aussi une baisse de 11,7 % des nouveaux diplômés du secondaire inscrits dans la même région. Toutefois, 28,5 % des sortants en sec. V (1 400) en 2004-2005 se sont inscrits en formation technique (399); à cet égard, le Bas-Saint-Laurent se classe au premier rang des 17 régions du Québec à huit points devant la moyenne nationale (20,59 %). De plus, en 2006, les sortants du secondaire provenant du Bas-Saint-Laurent se dirigeaient en très grande majorité (86 %) dans les collèges de la région (1 054 sur 1 225). Aussi, à l'automne 2000, 90 % des nouveaux inscrits au collégial dans les programmes de DEC avaient obtenu une sanction des études secondaires au cours de l'année scolaire qui précède leur entrée au collégial. Finalement, en 2006, 20,6 % des étudiants du collégial bénéficiaires de l'aide financière aux études (337) étudiaient dans une autre région que le Bas-Saint-Laurent.

Entre 2003 et 2005, 3 304 diplômes ont été attribués dans un programme technique (DEC : 2 423 + AEC : 881). Certains programmes présentent un faible taux de diplomation.

Le taux d'emploi s'établit à 66,7 % en formation technique. Le taux de chômage des titulaires d'un DEC était de 4,5 %, en 2006, soit un taux nettement plus bas que celui observé pour l'ensemble de la population active (9,0 %). Parmi les personnes en emploi, 85,3 % travaillaient à temps plein, dont 83,5 % dans leur domaine d'étude. Le salaire brut moyen était alors de 622 \$ pour les hommes et de 548 \$ pour les femmes.

Chaque collège de la région investit annuellement environ 5 000 \$ en promotion.

## **Des Conclusions issues de la collecte de données primaires**

### **Les groupes de discussion**

Quatre groupes de discussion se sont tenus entre le 27 octobre et le 13 novembre. Nous avons premièrement rencontré des intervenants de l'emploi, du réseau des Ressources externes et des CJE à Rimouski le 27 octobre, puis nous nous sommes déplacés à Rivière-du-Loup le 10 novembre et à Matane le 12 pour discuter avec des enseignants du secondaire I, II ou III et du personnel contact des collèges. Finalement, à la demande du cégep de Rimouski, nous avons ajouté un quatrième groupe de discussion qui s'est tenu le 13 novembre. Un total de 31 personnes (13 dans le réseau Emploi et 18 dans le réseau Éducation) ont accepté l'invitation que nous avons lancée aux institutions.

L'annexe 5 identifie ces participants. L'essentiel des propos tenus lors de ces rencontres selon les thèmes et les questions proposés est fourni en pièce jointe.

### Le sondage aux étudiants

Entre le 28 octobre et le 13 novembre, un total de 391 questionnaires a été complété par des étudiants de neuf institutions du territoire. Il s'agit des deux instituts, des quatre cégeps et des centres de formation professionnelle de Rivière-du-Loup, de Rimouski et de Matane. Les réponses cumulées par institution sont rapportées en pièces jointes de même que les cumulés globaux : (1) pour l'ensemble des institutions (2), pour les cégeps et instituts et (3) pour les centres de formation professionnelle.

Le questionnaire était remis et récupéré directement par le sondeur. Les élèves ont été rejoints à la cafétéria de leur établissement, ou à l'entrée de l'école dans le cas de l'ITA. L'objectif initial était la distribution de 450 questionnaires. L'exercice s'est avéré plus difficile dans les cégeps que dans les centres de formation professionnelle, notamment parce que le sondeur devait, parmi les étudiants présents à la cafétéria, sélectionner les inscrits à un programme technique. Les consignes n'étant, de toute évidence, pas suffisamment claires, les sondeurs aux cégeps de Rimouski et de La Pocatière ont sollicité un certain nombre de répondants provenant d'un programme préuniversitaire. Les réponses de ce dernier groupe ont été traitées séparément et n'ont pas été incorporées au cumulé global.

Le tableau qui suit présente la répartition des répondants selon les institutions.

Institution	Nombre de questionnaires recueillis	
ITA	34	
IMQ	43	
Cégep de La Pocatière	35	15 préuniversitaires
Cégep de Rivière-du-Loup	28	
Cégep de Rimouski	20	41 préuniversitaires
Cégep de Matane	26	
<b>Sous-total</b>	<b>186</b>	<b>56</b>
CFP de Rivière-du-Loup	53	
CFP Rimouski-Neigette	46	
CFP de Matane	50	
<b>Sous-total</b>	<b>149</b>	
<b>Total</b>	<b>335</b>	<b>56</b>

À partir d'une analyse sommaire des résultats de ce sondage, il apparaît que :

- la moyenne d'âge de l'ensemble des répondants est de 22,5 ans; celle des répondants du niveau collégial est de 20,3 ans alors que celle des répondants de la formation professionnelle est de 25,3 ans. Les filles ont représenté plus de la moitié (58 %) de l'ensemble des répondants. Pour le secteur de la formation professionnelle, ce ratio est de deux pour trois. On peut noter également que la moyenne d'âge des répondants inscrits à un programme préuniversitaire se situe à 17,8 ans.
- Les facteurs qui motivent le choix d'orientation scolaire sont, par ordre d'importance : l'intérêt et la passion pour le domaine, les possibilités d'emplois et les aptitudes personnels. La possibilité d'étudier et de travailler dans la région est plus intéressante pour les répondants issus des centres de formation professionnelle (l'âge a un impact à cet égard) alors que l'ensemble des répondants accorde un intérêt moyen au salaire.
- Parmi un ensemble d'énoncés susceptibles d'avoir aidé l'étudiant dans sa prise de décision, *Tu as le pouvoir de changer le monde* et *Il faut sortir des sentiers battus* sont celles qui rejoignent le moins les répondants alors que celles ayant récolté le plus de votes (plus de 40%) sont, par ordre décroissant : *Laisse tes passions te guider*, *Tu es le maître de ton futur*, *Apprendre ça vaut le coup* et *Apprendre c'est pour la vie*.
- Les personnes ayant le plus influencé la prise de décision sont les parents et les amis dans une proportion de 37 % et de 31 %; cette influence est encore plus apparente pour les répondants inscrits à un programme préuniversitaire (42 % et 49 %). L'influence des enseignants et du personnel contact apparaît être plus importante pour les répondants issus des centres de formation professionnelle que pour ceux des collègues et encore davantage pour les répondants inscrits à un programme préuniversitaire.
- Par ordre d'importance, les parents ont surtout exercé leurs influences par de l'encouragement, du soutien et de l'écoute alors que l'influence des amis se lit en sens inverse. Les répondants ont noté subir le défaitisme de leurs parents (27 %), leurs résistances aux changements (30 %) et une pression ou l'imposition d'un choix (19 %).
- Pour la majorité des répondants, l'option choisie était claire comme de l'eau de roche (43 %), mais cette affirmation est davantage vraie pour les répondants des centres de formation professionnelle (50 %). Au sein des répondants du secteur collégial, il y a autant de personnes (37 %) dont le choix était clair que de personnes qui ont dû faire un choix parmi différents domaines; seulement 2% ont fait un choix par dépit.
- Selon la perception des répondants par rapport à la réussite, cinq critères ont récolté plus de 80% de vote. Il s'agit, par ordre décroissant, de : *s'amuser en travaillant*, *atteindre ses objectifs*, *avoir du bon temps*, *prendre sa place*, *pouvoir se dépasser*. Les deux critères les moins correspondants sont : *prendre le chemin le moins fréquenté* et *avoir du pouvoir*.

- Les répondants considèrent comme excellentes leurs chances de réussir leur insertion professionnelle après l'obtention de leur diplôme dans 80% des cas. Plus de répondants des centres de formation professionnelle considèrent leurs chances comme étant excellentes (83 % par rapport à 77 % pour les collégiens). Seulement 2% des répondants les considèrent faibles. Il apparaît que les répondants inscrits à un programme préuniversitaire sont plus pessimistes à cet égard que les autres : seulement 61 % d'entre eux sont très confiants alors que 10 % estiment leurs chances comme étant faibles.
- la moitié des répondants pense quitter la région pour réussir leur insertion sur le marché du travail et l'autre moitié non. Plus de répondants des centres de formation professionnelle pensent demeurer dans la région — 55 % par rapport à 45 % pour les répondants inscrits à un programme technique et 44 % pour les préuniversitaires —, inspirant un lien entre l'âge et la mobilité pour l'emploi. Parmi ceux qui pensent travailler dans une autre région que la nôtre, 34% quitteront par choix et non par nécessité.
- La majorité des répondants (42 %) sont indécis à l'idée de revenir à l'école après l'obtention de leur diplôme. Ce sont les collégiens qui semblent le plus disposés à le faire, dans une proportion de 32 % par rapport à 26 % pour les répondants issus des centres de formation professionnelle.
- Une très grande proportion de répondants (67 %) pensent que la plus grande richesse qu'ils possèdent pour réussir leur insertion professionnelle est eux-même et non leur diplôme.

### **Le sondage aux internautes**

Les sites suivants ont été mis à contribution pour le sondage Internet : bas-saint-laurent.org; bas-saint-laurent.net; fleuve.net; lavantage.qc.ca. Nous avons rédigé deux questions, soit une pour le secteur collégial et une autre pour le secteur professionnel. Chacune d'elle a été effective pour une période de deux semaines. La première question a suscité l'intérêt de 172 personnes et la deuxième question a été répondue par 229 personnes.

#### **Question 1** — secteur collégial : du 2 au 16 novembre

Quelle est l'importance du rôle des parents dans la réussite scolaire des jeunes au cégep?

Déterminante : 126 / 73,3 %      Négligeable : 46 / 26,7 %

## Question 2 — secteur secondaire : du 16 au 30 novembre

Saviez-vous que le salaire moyen des métiers spécialisés — plombier, maçon, mécanicien, électricien — est d'environ 22,00 \$?

Oui : 153 / 66,8 %                      Non : 76 / 38,2 %

### Le contact avec les comités sectoriels

En décembre 2008, une démarche a été entreprise pour consulter les comités sectoriels.

L'approche a été la suivante :

#### *Message courriel*

#### **Votre comité sectoriel et le Bas-Saint-Laurent**

Bonjour. Je travaille présentement à bâtir un Plan de valorisation pour la formation professionnelle et technique au Bas-Saint-Laurent. Du fait des visées de votre organisme et de sa représentativité au sein de votre secteur d'activité, il m'apparaît pertinent de faire ce premier contact avec vous, d'une part, pour annoncer nos démarches de planification en vue de valoriser des professions qui comblent, en partie du moins, vos besoins en main d'oeuvre. D'autre part, j'aimerais vérifier si votre organisme pourrait s'exprimer sur les orientations ou les actions à privilégier dans le futur plan de valorisation pour s'attaquer au problème de recrutement dans votre secteur?

Il me ferait plaisir de parler plus longuement avec vous de ces préoccupations et du travail en cours lors d'une conversation téléphonique.

- Sélection de seize comités sur trente selon leur représentativité avec l'économie régionale.
- Visite de leur site Internet pour examiner leur mission, mandat et objectifs de manière à légitimiser la démarche.
- Envoi d'un courriel à chacune des directions régionales des comités sélectionnés.
- Contact téléphonique à partir des retours reçus.

Les objectifs de cette démarche ont été de :

- Faire état de la démarche encourue au Bas-Saint-Laurent en lien avec la valorisation de la formation professionnelle et technique.
- Établir un rapprochement avec ces organismes.
- Se renseigner sur les problématiques de recrutement associées à chacun des secteurs.
- Connaître les efforts déployés pour valoriser et promouvoir les métiers issus de ces secteurs.
- Recueillir des pistes d'orientations ou d'actions de valorisation.
- Connaître l'intérêt des comités et de leurs membres à collaborer avec les institutions pour valoriser la formation professionnelle et technique.

Douze des seize comités contactés par courriel se sont manifestés. Une discussion téléphonique a eu lieu avec onze d'entre eux. De cette démarche, il apparaît que toutes ces organisations ont le mandat de valoriser les métiers et les professions issus de leur secteur d'activité. Pour y arriver, ils développent des outils spécifiques et participent à des activités un peu partout en province. Chacun d'eux se sont montrés ouverts à partager leurs outils et, au besoin, à se déplacer au Bas-Saint-Laurent pour participer à une activité de valorisation. L'annexe 6 identifie ces contacts et résume la discussion.

## **Un Diagnostic sommaire**

### **Les forces de la formation professionnelle et technique au Bas-Saint-Laurent**

- des formations très diversifiées : 39 différents programmes au collégial et 58 au professionnel;
- une offre de formation importante : 52 autorisations de programme au collégial; 77 au professionnel;
- une offre répartie sur tout le territoire : quatre cégeps, deux instituts, quatre commissions scolaires, sept centres de formation professionnelle;
- des investissements gouvernementaux assurant la qualité de la formation et des infrastructures, spécialement en formation professionnelle et technique ;
- des employeurs très satisfaits : selon un sondage destiné aux employeurs qui embauchent des diplômés en formation professionnelle, 90 % d'entre eux jugent que leurs recrues sont compétentes<sup>6</sup>;
- un taux de diplomation, en formation professionnelle, plus élevé que la moyenne québécoise : 82,5 % par rapport à 76,5 %;
- un taux de placement élevé : 66,7 % en formation technique; 76,3 % en formation professionnelle;
- un taux de chômage nettement plus bas pour les détenteurs d'un DEC<sup>7</sup> que pour celui observé chez l'ensemble de la population active : 4,5 % par rapport à 9 %, en 2006;
- une voie rapide pour accéder au marché du travail.

---

<sup>6</sup> MELS, 1995. La formation professionnelle au secondaire — Les employeurs s'expriment. 57 pages.

<sup>7</sup> Le taux de chômage des détenteurs d'un DEP, en 2006, était de 10,8 %. Le fait que les détenteurs d'un DEC sont possiblement plus susceptibles de poursuivre leurs études après l'obtention de leur diplôme (passage à l'université par exemple) pourrait expliquer, en partie du moins, la différence entre les deux taux de chômage.

## Des opportunités pour soutenir sa valorisation

Un consensus national et régional est dégagé sur l'importance de stimuler le rehaussement des compétences et qui se traduit notamment par le :

- Regroupement de la Table éducation interordres qui, au Bas-Saint-Laurent, s'est engagée à : a) questionner et revoir les programmes de formation de manière à présenter une offre régionale diversifiée et complémentaire qui capitalise sur les pôles d'excellence<sup>8</sup> et qui s'internationalise; b) mettre en commun des services et des ressources (incluent un plan de rapprochement en cours de réalisation); c) promouvoir en partenariat l'éducation et le développement des compétences.
- Pacte pour l'emploi qui vise à favoriser des programmes de formation professionnelle et technique plus proches des besoins du marché du travail ; des plans de gestion de la main-d'œuvre associés aux caractéristiques régionales du marché ; des plans d'adéquation qui tiennent compte des besoins et des spécificités de chaque région.
- Plan d'action éducation, emploi et productivité qui prévoit des investissements de 203 millions de dollars sur cinq ans dans le secteur de la formation professionnelle et technique et de l'éducation des adultes pour soutenir la croissance de l'emploi, la productivité des entreprises et le développement économique du Québec par des stratégies pour soutenir efficacement les entreprises et les personnes dans le cadre du Pacte pour l'emploi et par des mesures notamment associées au marché régional du travail.
- La nouvelle loi du 1% modifiée en 2007 pour devenir Loi favorisant le développement et la reconnaissance des compétences de la main d'œuvre, notamment en investissant dans la formation.
- Plan d'action 2008-2009 de la Commission des partenaires du marché du travail qui vise notamment le développement et la reconnaissance des compétences en contribuant à l'adéquation entre les besoins du marché du travail et l'offre de formation du réseau public.
- Plan d'action en matière d'éducation des adultes et de formation continue issu de la Politique gouvernementale du même nom dont la refonte, attendue depuis 2006, devrait voir le jour en 2009 et se traduire par une plus grande présence dans les communautés et les entreprises.

---

<sup>8</sup> Domaines en lien avec les pôles d'excellence de la Conférence régionale des ÉluEs BSL : forestier, maritime, agroalimentaire, tourisme, transport, équipement motorisé, bâtiment et travaux publics, environnement, arts et culture, industrie et technologie, santé.

- La Stratégie d'action jeunesse du Secrétariat à la jeunesse (le processus de renouvellement est en cours et devrait se terminer pour avril 2009) qui poursuit l'objectif d'une jeunesse engagée dans sa réussite. Celle-ci s'adresse aux 35 ans et comporte cinq orientations dont celle de favoriser l'insertion professionnelle des jeunes par différents programmes ou stratégies (*Alternative jeunesse* (ministère de l'Emploi et de la Solidarité sociale), *Défi de l'entrepreneuriat jeunesse* (Secrétariat à la jeunesse), *IDEO 16-17* (Secrétariat à la jeunesse), *J'embarque quand ça me ressemble* (ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport), *Jeunes en action* (ministère de l'Emploi et de la Solidarité sociale), *Québec pluriel* (ministère de l'Emploi et de la Solidarité sociale).
- La recommandation du Comité Aviseur-Jeunes (financé par la CPMT) qui, dans son avis sur la prochaine Stratégie d'action jeunesse (Septembre 2008), va dans le sens qu'une priorité soit accordée à la formation et à l'éducation.

Par ce même consensus, on convient aussi de l'importance de rapprocher le monde du savoir avec celui des affaires pour maintenir la correspondance entre le système de FPT et les orientations de développement de l'économie. D'autres initiatives se mettent en œuvre pour que la communauté prenne conscience, se mobilise et fasse cause commune avec l'école, dont :

- un colloque sur l'avenir de l'école rurale se tiendra le 29 novembre prochain à Esprit-Saint. Il est organisé par la Coalition urgence rurale en collaboration avec les commissions scolaires, l'UQAR, le Syndicat de l'Enseignement de la région de la Mitis, la Conférence régionale des éluEs, les MRC et les comités de parents. Il vise à sensibiliser à la nécessité de travailler en partenariat avec tous les acteurs du développement de la communauté, à échanger sur des moyens de prévenir les situations problématiques vécues par certaines communautés et à identifier des pistes de solutions pour devenir pro-actif.
- La présidente en chef de la direction du Mouvement Desjardins a interpellé la Chambre de commerce de Québec pour que l'éducation redevienne la priorité de la société québécoise et qu'une stratégie commune de développement offre à l'éducation un rôle central. Elle a également émis le souhait que la société garde le cap sur le long terme et sur un facteur qui doit transcender toutes les crises, soit le capital humain. Dans le même élan, elle a annoncé une bourse de 20 000 \$ pour appuyer la recherche sur les enjeux de l'enseignement supérieur (Le Soleil, 20 novembre 2008, p.41).

- Les 30 comités sectoriels de main-d'œuvre (annexe 7) dont les principaux mandats sont de définir les besoins propres à leur secteur — notamment de faire la promotion des métiers associés à chacun des secteurs —, de proposer des mesures pour stabiliser l'emploi et réduire le chômage, de développer la formation continue et qui sont composés de représentants de ministères et d'organismes, d'associations patronales, d'employeurs, de syndicats et d'associations de travailleurs provenant de chacun des secteurs d'activité économique visés.

Dans le même sens, des événements valorisent déjà l'option professionnelle et technique et encouragent les rapprochements interordres :

- la Semaine québécoise de la formation professionnelle et technique — l'édition 2008 s'est tenue du 3 au 8 novembre ;
- la Semaine québécoise des adultes en formation dont la prochaine édition se tiendra du 28 mars au 3 avril 2009.
- les Olympiades québécoise de la FPT, le Mondial des métiers, le concours Chapeau les filles.

La valorisation de la formation professionnelle et technique peut soutenir le raccrochage et la réussite scolaire. Parallèlement, le travail effectué pour contrer le décrochage contribue à faire passer des messages qui sont favorables à la formation professionnelle et technique. Voici quelques initiatives :

- le comité de travail, dirigé par le banquier Jacques Ménard, visant l'élaboration d'une stratégie nationale pour réduire le décrochage; l'objectif annoncé de la ministre est de réduire le décrochage qui frôle les 30 % dans le réseau public du Québec;
- la tenue d'assises régionales sur la persévérance scolaire (du 15 novembre 2008 au 15 mars 2009) orchestrées par la Fédération des commissions scolaires qui vise notamment à sensibiliser les milieux à l'importance d'agir de façon concertée et à identifier les facteurs liés à la formation professionnelle contribuant à améliorer la persévérance scolaire;
- une commission parlementaire sur le décrochage scolaire à venir;
- le programme *Agir autrement* du ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport pour les écoles en milieu défavorisé;
- une carte de la diplomation produite par le MELS et accessible à partir du site : <http://cartodiplome.mels.gouv.qc.ca>.

L'importance du savoir est actuellement mise en valeur par une imposante campagne promotionnelle d'une durée de trois ans, intitulée « Il faut le savoir », issue de la mobilisation de l'ensemble des universités québécoises.

- Les trois messages publicitaires sont diffusés à travers tout le Québec, à la télé et dans les médias écrits; ils illustrent que sans le savoir, il serait impossible de répondre aux principales préoccupations des Québécois, que ce soit en matière de santé, d'éducation ou d'environnement ;
- L'action renforce un message universel collé à la raison d'être de toutes institutions d'enseignement et elle contribue aussi à mobiliser le plus grand nombre de gens et de décideurs autour de l'importance de devenir une véritable société du savoir.

À l'intérieur des murs de l'école, le contexte apparaît favorable à la mise en valeur de la formation professionnelle et technique par :

- L'approche de l'école orientante<sup>9</sup> qui suscite les partenariats entre l'école, la famille et la communauté et qui propose que l'élève fasse une exploration personnelle et professionnelle à l'intérieur de ses différentes activités scolaires afin d'établir des liens entre ce qu'il apprend en classe et les demandes et exigences du monde du travail.
- Les approches par compétence et par projet — les nouvelles façons d'apprendre du régime pédagogique — corroborent le fait qu'une application concrète des connaissances aide à apprendre et à motiver les étudiants.
- Le renouvellement amorcé du corps professoral dans les institutions devrait contribuer, au sein des écoles, à l'apport de nouvelles valeurs plus près de celles des jeunes.

La diversité des approches d'apprentissage, notamment celles complémentaires au système d'éducation conventionnel, contribue à améliorer l'accessibilité à la formation :

- Alternance Travail-Études ; formation continue, cours sur mesure, stage en entreprise, concomitance, passerelle, reconnaissance des acquis et des compétences, etc.
- Le Programme d'apprentissage en milieu de travail (PAMT) qui a été implanté pour la reconnaissance des acquis et qui se présente souvent comme la seule alternative pour répondre aux besoins de main-d'œuvre dans certains secteurs.

---

<sup>9</sup> Le concept d'approche orientante découle de la conviction que l'école peut favoriser l'orientation professionnelle ; la pierre angulaire est la construction de l'identité. C'est à l'occasion d'activités scolaires et parascolaires, d'activités des services complémentaires, d'activités générées par la communauté, que la formation de la structure identitaire des élèves se réalise

- Les programmes de formation populaire.
- Les programmes de formation générale des adultes ont connu une croissance de 5,45 % — presque le double de la moyenne nationale.

### **Des enjeux associés à la valorisation**

- L'impact de la stratégie sur les objectifs de recrutement des institutions, notamment dans les secteurs en perte de vitesse.
- L'adhésion des enseignants, du personnel contact et des parents derrière une vision commune de la valeur de la formation professionnelle et technique.
- La consolidation des alliances et des rapprochements entre le monde de l'éducation et les milieux des affaires et de l'emploi.
- L'honnêteté de la stratégie en regard des réalités du marché du travail — éviter les fausses promesses.
- L'amélioration des perceptions face à la formation professionnelle et technique.
- La capacité des institutions à disposer de parcours de formation fluides — apprendre tout au long de la vie, perspectives de formation continue ; d'une offre de formation en adéquation avec les besoins du marché du travail; d'une offre de formation de qualité — en regard des programmes, des services aux étudiants et du milieu de vie ; d'une offre de formation accessible — proximité de l'offre, processus d'accueil et d'information, approches pédagogiques (stage, alternance travail-étude, etc.), reconnaissance d'acquis, passerelles, etc.

## PHASE B — CHOIX STRATEGIQUES

Au sein des commissions scolaires et du milieu collégial du territoire, les baisses d'effectifs et les difficultés de recrutement constituent des dénominateurs communs. Toutefois, certaines problématiques varient selon l'ordre. Par exemple, de façon générale, le pouvoir d'appel du diplôme d'études collégiales est grand, mais l'attrait des programmes de sciences et de technologies est en diminution depuis plusieurs années. La formation professionnelle au Bas-Saint-Laurent enregistre la meilleure performance à l'échelle du Québec à l'égard de la diplomation, mais les préjugés associés à la valeur qualifiante de son diplôme sont persistants. Ces distinctions, qui constituent une des particularités du mandat, sont prises en compte dans la stratégie.

L'exercice qui suit se subdivise en six parties : le but et les objectifs à atteindre, les clientèles à cibler, les orientations stratégiques à préconiser et, enfin, le positionnement et les messages à divulguer pour rejoindre efficacement les clientèles visées.

### Le But du plan de valorisation

D'entrée de jeu, il faut considérer que la stratégie de valorisation de la formation professionnelle et technique au Bas-Saint-Laurent s'inscrit dans un ensemble d'actions menées de front par diverses instances. En ce sens, la stratégie, dont l'horizon de travail est de trois ans, s'enrichit des campagnes gouvernementales et s'additionne aux efforts de promotion et de valorisation effectués par les institutions de la région et les réseaux d'entreprises.

À l'instar de plusieurs autres initiatives, son but ultime est donc :

- contribuer à augmenter le nombre d'inscriptions dans les programmes de formation professionnelle et technique offerts dans les institutions d'enseignement du Bas-Saint-Laurent afin de répondre aux besoins croissants du marché du travail.

### Les Objectifs à atteindre

Si l'action de promotion — déjà assumée par les établissements d'enseignement — vise surtout le court terme, l'action de valorisation, quant à elle, vise essentiellement le moyen et le long terme. C'est dans cet esprit qu'il faut analyser les objectifs qualitatifs et quantitatifs qui sont énoncés dans les paragraphes qui suivent.

#### Des objectifs qualitatifs

- Améliorer la perception et la connaissance du personnel des institutions, des parents, des employeurs et de leurs réseaux à l'égard de la formation professionnelle et technique et de ses débouchés.

- Stimuler la mobilisation et la mise en action du personnel des institutions (liens intra et interordres) derrière une vision commune de valeur de la formation professionnelle et technique.
- Valoriser et supporter le travail et le rôle de l'enseignant et du personnel contact auprès des étudiants.
- Sensibiliser les parents à l'importance de leur engagement dans la démarche d'orientation du jeune et dans sa réussite scolaire et sociale.
- Soutenir les parents dans leurs responsabilités d'écoute, d'information, d'encadrement et d'encouragement envers le jeune.
- Reconnaître et soutenir les intervenants du milieu des affaires et du réseau de l'emploi, des Ressources externes et des Carrefour Jeunesse Emploi (CJE)<sup>10</sup> à l'égard de leur rôle dans la valorisation de la formation professionnelle et technique.
- Stimuler les alliances stratégiques entre l'école, les employeurs<sup>11</sup> et leurs réseaux<sup>12</sup>, le réseau de l'emploi, des Ressources externes et des CJE et favoriser l'harmonisation des efforts.

### Des objectifs quantitatifs

Les retombées quantitatives de la stratégie de valorisation devraient s'exprimer en regard d'un rayonnement, d'une part, et d'un soutien au recrutement, d'autre part. Ainsi, en regard du rayonnement, les efforts — affectés au Bas-Saint-Laurent puisque c'est essentiellement sur ce territoire que les institutions concernées puisent leurs clientèles — visent :

- à susciter l'adhésion d'au moins **35 entreprises** dans un Fonds régional de valorisation procurant un investissement d'au moins **120 000 \$** au terme de la stratégie.

---

<sup>10</sup> Le réseau de l'emploi (9), des Ressources externes (13) et des Carrefour Jeunesse Emploi (7) englobe les organismes voués au développement de la main d'œuvre.

<sup>11</sup> Des entreprises ont été identifiées comme partenaires potentiels pour la mise en œuvre de la stratégie. Elles pourront être sollicitées pour adhérer au Fonds régional de valorisation et aussi pour servir de courroie de transmission afin de rejoindre les parents (se référer aux items Feuillet et CD-ROM). Dans ce dernier cas, ce sont des entreprises différentes qui seront sollicitées au cours des trois années du plan. L'annexe 7 présente une liste d'entreprises sélectionnées qui constitue une banque de démarrage.

<sup>12</sup> L'annexe 8 identifie les membres du Conseil régional des partenaires du marché du travail alors que la liste des comités sectoriels a été présentée à l'annexe 6.

- à rejoindre directement près de **35 000 personnes** issues du réseau de l'éducation, de l'emploi, des Ressources externes et des CJE (2 000 personnes); des réseaux de parents associés aux institutions (1 500 personnes); des employés-parents par l'entremise d'entreprises sélectionnées (6 000 personnes); des parents via leurs jeunes (25 000 personnes).

En regard du soutien au recrutement<sup>13</sup>, pour la formation professionnelle, il est visé :

- une augmentation de **5 % des admissions en provenance de la clientèle du régulier** (jeunes de moins de 20 ans) — sachant qu'environ 1000 des 1 880 élèves inscrits en formation professionnelle au Bas-Saint-Laurent, en 2005-2006, provenait de ce segment de clientèle et que les inscriptions dans cette option représentent 20,6 % des inscriptions en formation générale des jeunes au secondaire (moyenne nationale de 17,27 %).
- un supplément de **10 % du taux d'admission chez la clientèle de 20 ans et plus** — sachant que 880 personnes y étaient inscrites en 2006-2007.

Pour la formation technique, les objectifs prévoient :

- une augmentation de **10 % des admissions** — sachant qu'entre 2004 et 2006, une moyenne de 3 880 élèves était inscrite annuellement à un programme technique dans les institutions du Bas-Saint-Laurent (nouveaux et anciens inscrits) et qu'en 2006, 1 055 des 1 225 finissants du secondaire des établissements du territoire qui se sont dirigés vers le collégial, ont choisi une institution du Bas-Saint-Laurent.

### Les Clientèles cibles

La stratégie de valorisation de la formation professionnelle et technique cible :

- l'enseignant et le personnel contact des institutions scolaires
- le parent de jeunes du secondaire et du collégial
- le réseau de l'emploi, des Ressources externes et des CJE
- l'employeur — employés, syndicats, réseaux

---

<sup>13</sup> Les informations associées aux objectifs proviennent du document 1 de Pelletier et Rouleau (2007).

Même si les termes du mandat réfèrent à la mise en place d'une stratégie réseau et non d'une stratégie consommateur, on attend du plan de valorisation qu'il agisse ultimement sur le nombre d'inscriptions en formation professionnelle et technique au Bas-Saint-Laurent. En conséquence, il apparaît nécessaire de cerner le bassin de clientèles à partir duquel les institutions recrutent. Comme il en a déjà été question, ce bassin se décompose en six segments distincts :

- le jeune en cheminement régulier
- le jeune ou l'adulte en cheminement professionnel ou technique
- le jeune ou l'adulte raccrocheur ou potentiellement raccrocheur — sans diplôme éloigné du marché du travail
- l'adulte en réorientation professionnelle — avec ou sans diplôme
- l'adulte en situation de formation continue
- le nouvel arrivant — immigrant avec ou sans diplôme

En regard de ces clientèles, il apparaît que 90 % du recrutement en formation technique et 44 % en formation professionnelle sont actuellement comblés à partir du premier segment, soit le jeune en cheminement régulier. Par ce constat, on peut notamment penser que les deux ordres se partagent un même « gisement » d'étudiants et que si la formation professionnelle augmente ses performances de recrutement auprès des jeunes de moins de 20 ans, se pourrait être au détriment de celles du collégial. Cette logique illustre la pertinence de prendre en compte les autres segments de clientèle dans le plan de valorisation<sup>14</sup>, tout en considérant que parmi les finissants du secondaire, un certain nombre quitte le réseau de l'éducation avec leur DES pour tout allié, d'autres délaissent la région pour aller étudier ailleurs alors que certains choisissent une option dans laquelle ils n'obtiendront pas leur diplôme (les mals orientés).

Conséquemment, la stratégie de valorisation dirige ses messages vers des intervenants qui peuvent influencer les comportements de l'ensemble du bassin de clientèles potentielles. Les actions menées vers le réseau de l'emploi, des Ressources externes et des CJE permettent de rejoindre indirectement les clientèles en dehors du cheminement régulier; celles adressées aux parents, notamment via des employeurs, contribuent aussi à atteindre des adultes en situation de formation continue ou de réorientation professionnelle.

---

<sup>14</sup> En 2006-2007, 66 % de la clientèle en formation professionnelle dans les commissions scolaires du Bas-Saint-Laurent étaient âgées de 20 ans ou plus. Communication personnelle avec Maryse Lacasse, MELS. 18 décembre 2008.

## La Stratégie de valorisation

La stratégie fait le pont entre les objectifs et le plan d'action. Elle présente l'approche puis, sous la forme d'orientations stratégiques, elle précise la nature des messages à véhiculer par le plan de valorisation. Ces orientations se rapportent à l'offre et aux clientèles cibles en lien avec les fonctions d'information, de sensibilisation et d'animation.

### L'approche préconisée

Selon l'approche préconisée, on envisage la scolarisation comme un facteur d'amélioration des conditions de vie et, dans ce contexte, la valorisation de la formation professionnelle et technique s'intègre à un ensemble de considérations. Ainsi traitée dans une perspective globale, la valorisation de la formation professionnelle et technique se conjugue avec :

- la valorisation du savoir et de l'apprentissage sous toutes ses formes et tout au long de la vie;
- la valorisation de l'accessibilité à l'éducation;
- la valorisation de l'effort, de la persévérance, de la réussite et du raccrochage scolaires;
- la valorisation de l'entrepreneuriat et du développement régional.

Cette approche concède que le milieu scolaire ne peut plus faire les choses isolément. Elle tend à faire valoir et à reconnaître le rôle de l'ensemble des intervenants dans un cadre où l'école se situe au centre de l'action et au service de la collectivité dans une perspective de développement régional. Cela amène entre autres à réexaminer les partenariats avec les entreprises de même qu'à revoir le concept de concurrence, par exemple, en lien avec la formation en entreprise et la formation offerte par les organisations spécialisées dans le développement de la main-d'œuvre. Alors que le premier type de formation se présente souvent comme la seule alternative pour répondre aux besoins de main-d'œuvre dans certains secteurs, le second supporte le développement des compétences personnelles de clientèles — notamment les décrocheurs, les jeunes en difficulté, les gens éloignés du marché du travail — délicates à rejoindre. Dans les deux cas, ces interventions visent des objectifs qui sont partagés par le milieu scolaire. Qui plus est, elles font naître et consolident des passions dont certaines conduisent vers un programme de formation professionnelle ou technique. La formation professionnelle se situant à la base de la pyramide de scolarisation menant vers l'acquisition d'un diplôme qualifiant, l'option est la première à récolter les dividendes; la formation technique y trouve également son compte dans cette chaîne.

Finalement, puisque la stratégie en est une réseau, l'approche privilégie les contacts personnalisés au détriment d'une campagne axée sur les médias de masse plus appropriée aux stratégies consommateurs.

### **Les orientations stratégiques de mise en valeur de l'offre**

Étant donné l'importance de l'offre de formation sur son attractivité, certaines recommandations, provenant essentiellement des résultats des groupes de discussions, sont rapportées à l'annexe 9. De plus, quatre orientations stratégiques sont proposées pour mettre en valeur l'offre de formation professionnelle et technique auprès des clientèles ciblées. Elles se déclinent ainsi :

- Présentation **des secteurs d'activités avant les formations** de manière à soutenir le langage des débouchés — l'offre de métiers et des professions; les métiers et les professions en demande; l'éventail d'emplois associés à une même formation; les perspectives et les conditions d'emploi; le marché du travail local et régional; l'importance de la FPT sur l'économie régionale et locale
- Valorisation **des secteurs d'activités de même que des formations par domaine** (le Vivant, la Matière, l'Humain, la Gestion, la Culture) au lieu de l'approche par niveau — la fluidité des parcours; les rapprochements interordres élargis
- Illustration **des divers chemins vers l'emploi** de manière à faire valoir l'accessibilité à la formation au Bas-Saint-Laurent — l'éventail des possibilités de formation pour l'obtention d'un diplôme en FPT, dont les passerelles
- Présentation de la formation professionnelle et technique dans **une perspective de continuité de formation** — la culture de la formation continue; la reconnaissance des acquis

### **Les orientations stratégiques d'information, de sensibilisation et de promotion**

Ces orientations, au nombre de trois, renseignent sur le contenu informatif à transmettre aux cibles.

- Dévoilement du **déploiement** et de **l'évolution de la stratégie** de valorisation 2009-2012, au Bas-Saint-Laurent; du **bien-fondé** de faire reconnaître la valeur de la formation professionnelle et technique; et des **enjeux** liés aux déficits d'inscriptions en formation professionnelle et technique.

**Cibles :** Table éducation interordres; directions des écoles, collèges et instituts; directions des commissions scolaires; syndicats d'enseignants et de professionnels; conseils d'administration des institutions; conseils d'établissement; fondations des collèges; réseaux d'employeurs — comités

sectoriels de main-d'œuvre, Conseil régional des partenaires du marché du travail (voir annexe 10), syndicats, chambres de commerce et associations de marchands —; réseau de l'emploi, des Ressources externes et des CJE

- Démonstration du **processus d'orientation**; de l'importance du **rôle** et de l'**influence** des parents sur le choix de carrière de leurs jeunes.

**Cibles** : parents — par le biais des conseils d'établissement, des comités et associations de parents, des employeurs (via leurs employés) et des élèves inscrits au secondaire et au collégial

- Affichage d'une image crédible et éloquente, séduisante et accessible de l'**offre de formation professionnelle et technique** selon les orientations énoncées à cet effet.

**Cibles** : Table éducation interordres; directions des écoles, collèges et instituts; directions des commissions scolaires; syndicats d'enseignants et de professionnels; conseils d'administration des institutions; conseils d'établissement; fondations des collèges; parents — par l'entremise des comités et associations de parents, des employeurs (via leurs employés) et des élèves inscrits au secondaire —, employeurs et réseaux d'employeurs — comités sectoriels de main-d'œuvre, Conseil régional des partenaires du marché du travail, syndicats, chambres de commerces et associations de marchands —; réseau de l'emploi, des Ressources externes et des CJE

### Les orientations stratégiques d'animation

Ces dernières orientations identifient six choix stratégiques pour animer les publics cibles et répondre aux objectifs du plan de valorisation.

- Identification d'un **porteur de ballon** pour chapeauter, à l'intérieur comme à l'extérieur des institutions, le dossier de la valorisation de la formation professionnelle et technique au Bas-Saint-laurent.

**Cibles** : toutes

- Création d'un **espace de dialogue** permanent afin de reconnaître et de soutenir le travail des intervenants associés à la valorisation; de partager les préoccupations; de faire circuler l'information, d'entretenir des liens; de développer les alliances; de veiller à la cohésion des actions.

**Cibles** : toutes

- Mise en place d'une **banque d'outils** pour supporter les intervenants en orientation professionnelle et en valorisation de la formation professionnelle et technique de même que les parents dans leur rôle d'accompagnement des jeunes.

**Cibles** : enseignants et personnel contact; parents

- Mise en place d'une **courroie de transmission d'informations** vers les parents via les employeurs et leurs employés

**Cibles** : parents *via* employeurs

- Offre d'un **plan de formation aux intervenants** axé sur (a) la connaissance du marché du travail à l'échelle locale et régionale; (b) les problématiques sectorielles; et (c) les diverses voies de formation offertes.

**Cibles** : enseignants et personnel contact *via* réseau de l'emploi, des Ressources externes et des CJE, les employeurs et comités sectoriels

- Instauration d'un **Fonds régional de valorisation** afin d'assurer la pérennité des actions de valorisation de la formation professionnelle et technique au Bas-Saint-Laurent.

**Cibles** : employeurs et réseaux d'employeurs; ministères et agences gouvernementales concernés

### Le Positionnement à développer

Développé sur la base d'atouts solides, le positionnement doit traduire les raisons du pouvoir d'appel de l'offre de formation professionnelle et technique. Il annonce l'image à véhiculer par les moyens de valorisation. Le choix de ce positionnement se colle aux caractères suivants : être durable et défendable, être décisif et considéré comme important par les clientèles. Dans les domaines de l'éducation et de la formation, le positionnement peut se définir (<http://fr.wikipedia.org/wiki/Positionnement>) comme : « *une action qui consiste à repérer le point d'accès optimal de l'apprenant par rapport à un parcours de formation à définir* ». En ce sens, au Bas-Saint-Laurent, la valorisation de la formation professionnelle et technique s'associe aux notions :

- de passions à cultiver — connaissance de soi; projets d'études qui collent à l'individu
- d'accessibilité — plusieurs voies pour accéder à un diplôme qualifiant
- d'insertion professionnelle durable — perspectives et conditions d'emploi; appréciation des employeurs; qualité de vie en région
- de continuité de formation — multiplication des compétences; apprendre toute la vie

### Le Créatif

Le message reflète — avec le support d'un visuel — le positionnement et illustre la nature de l'expérience promise aux clientèles. Il représente la trace qu'on souhaite laisser dans le milieu. À l'instar du visuel, le slogan est conçu de manière à convenir à tous les segments de clientèles.

## **Le slogan à diffuser**

### **Une bonne tête ne manque jamais de chapeau — Le Pouvoir des Savoirs**

Le slogan, par l'imagerie qui y est liée, s'accroche aux concepts de scolarisation et de continuité de formation (apprendre tout au long de la vie). Il valorise les métiers et professions techniques avant les formations et réfère aux nombreux chapeaux spécialisés souvent associés à ces métiers et professions techniques. Il permet, finalement, de valoriser aussi bien les formations techniques que celles issues du professionnel.

## **Le visuel et ses adaptations**

Le visuel attaché au slogan et ses adaptations — papier entête et carte d'affaires — sont présentés aux pages suivantes.

Une bonne **tête**  
ne manque jamais  
de **chapeau**



La formation professionnelle et  
technique du Bas-Saint-Laurent

[www.unebonnetete.com](http://www.unebonnetete.com)

## PHASE C — PLAN D'ACTION

Issu des choix stratégiques préalablement effectués, le plan d'action sélectionne des moyens — activités et outils — pour atteindre les cibles de la stratégie de valorisation. L'exercice a été guidé par la volonté d'être original, mais surtout d'être efficace et de présenter le meilleur rapport coût/impact. Il prend appui sur l'horizon de travail de trois ans — 2009 à 2012 —, qui laisse place à l'instauration de la toute première stratégie de valorisation unifiée entre les ordres professionnel et technique. Dans un esprit évolutif, le plan de travail qui suivra entraînera subséquentement le Comité de valorisation vers les phases de rayonnement (2012 à 2015), puis de consécration (2015 à 2018), qui influenceront, à leur tour, les choix stratégiques.

### Les Moyens de valorisation

Comme l'approche l'a révélé, les moyens ont été sélectionnés pour favoriser les contacts personnalisés avec les parents et le personnel des institutions. La stratégie prévoit des moyens pour développer des partenariats avec le réseau de l'emploi, des Ressources externes et des CJE (rencontres informatives; plan de formation pour les intervenants; représentation sur le comité de valorisation), de même qu'avec les employeurs et leurs réseaux (courroie de transmission vers les employés-parents, Fonds régional de valorisation, représentation sur le comité de valorisation). La prescription de moyens fait naître un comité de valorisation — incluant une permanence — pour veiller à la mise en œuvre de la stratégie.

En résumé, les moyens de valorisation préconisés se rapportent à :

- L'organisation et la mise en œuvre
- L'information, la sensibilisation et la promotion
- L'animation

L'information se présente en trois temps. Le premier tableau identifie et détaille les moyens retenus. Le second associe les moyens de valorisation aux objectifs et aux clientèles auxquels ils se rapportent, en considérant que le premier objectif — celui voué au changement de perception et à l'amélioration des connaissances — est attiré à l'ensemble des cibles. Finalement, le dernier tableau combine les moyens de valorisation aux orientations stratégiques.

## Le descriptif des moyens préconisés

Moyens	Détails
<b>Organisation — mise en oeuvre</b>	
<b>Comité de valorisation FPT</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mise en place d'un comité régional permanent de valorisation FPT</li> <li>• Composition suggérée : ministères (2), milieux collégial (2) et secondaire (2), employeurs et réseaux (2), Ressource externe (1), parents (1)</li> <li>• Mandats : mise en œuvre de la stratégie de valorisation; participation aux initiatives régionales et nationales en matière de valorisation et de promotion FPT; prise en charge de l'organisation de la Semaine québécoise de l'éducation des adultes ; mise en place d'un Fonds régional</li> </ul>
<b>Ressources permanentes</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Embauche d'un professionnel à temps plein sur 3 ans; et d'un technologue à temps partiel sur 3 ans</li> <li>• Mandats : réalisation ou suivi de réalisation d'outils d'information et de promotion; développement d'une programmation d'activités</li> </ul>
<b>Fonds régional permanent de valorisation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sollicitation d'entreprises selon des modalités à définir; évaluation de l'effort financier des institutions, de la Table éducation interordres, de la CRÉBSL et des ministères concernés; plan de visibilité</li> <li>• Éléments signalétique (banderole, affiche) remis aux investisseurs</li> <li>• Objectifs : minimum de 35 entreprises pour un investissement de 60 000 \$ à l'an 2 et à l'an 3 (total de 120 000 \$)</li> </ul>
<b>Semaine québécoise des adultes en formation (SQUAF)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Coordonner la réalisation de l'événement avec les moyens appropriés</li> <li>• Tournée Hommage, bourses, concours, soutien aux organisations, activités de relations publiques, plan de promotion et de visibilité</li> </ul>
<b>Information — sensibilisation — promotion</b>	
<b>Affiche</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Affichage du slogan et du visuel, incluant l'adresse du site Internet</li> <li>• Cibles : personnel interne; intervenants du réseau de l'emploi, des Ressources externes et des CJE; et entreprises participantes</li> <li>• Papier glacé 200M, couleurs process, recto</li> <li>• Dimensions : 18" X 24"</li> <li>• Tirage : 500 + 500 + 500 = 1 500</li> </ul>
<b>Affiche-Guide</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contenu simplifié du dépliant-Guide</li> <li>• Cibles : personnel interne; intervenants du réseau de l'emploi, des Ressources externes et des CJE ; et entreprises participantes</li> <li>• Papier glacé 200M, couleurs process, recto</li> <li>• Dimensions : 19,5" X 28"</li> <li>• Tirage : 1 000 + 1 000 + 1 000 = 3 000</li> </ul>
<b>Dépliant-Guide</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mise à jour, bonification et adaptation de l'outil aux couleurs de la campagne; présentation de l'offre de programmes par domaine</li> <li>• Cibles/distribution : cibles internes et réseau de l'emploi, des Ressources externes et des CJE ; parents par l'entremise des conseils d'établissement (150), des comités et associations de parents (250), des employeurs (35) via leurs employés (6 000), et élèves inscrits au secondaire III et V (4 400) et au collégial technique 1<sup>re</sup> année (4 000)</li> </ul>

Moyens	Détails
<b>Dépliant-Guide — suite</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Papier glacé 160M, couleurs process, recto /verso</li> <li>•Dimensions : 28’’X9,25’’; fermé : 4’’X9,25’’</li> <li>•Tirage : 15 000 + 15 000 + 15 000 = 45 000</li> </ul>
<b>Feuillet</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Vise à décrire le processus d’orientation et à démontrer l’importance du rôle des parents dans l’accompagnement de leurs jeunes</li> <li>•Objectif : rejoindre au moins 6 000 personnes différentes au cours de la durée de vie de la stratégie : 1 000 à l’an 1 ; 2 000 à l’an 2 ; 3 000 à l’an 3</li> <li>•Cibles/ distribution : parents par l’entremise des conseils d’établissement (150) ; comités et associations de parents (250), employeurs (35) via leurs employés (6 000), et élèves inscrits au secondaire III et V (4 400) et au collégial technique 1<sup>re</sup> année (4 000)</li> <li>•Carton glacé 10 pts, couleurs process, recto /verso</li> <li>•Dimensions : 4’’X9,25’’</li> <li>•Tirage : 9 800 + 10 800 + 11 800 = 32 400 = 35 000</li> </ul>
<b>CD-ROM</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Outil référentiel visant à valoriser le parent dans son rôle et à l’outiller pour faciliter ses interventions</li> <li>•Contenu : introduction animée (vidéo) et banque d’hyperliens vers des sites utiles (Tout pour réussir; inforoute; Top 50; Academos; Chapeau les filles; IMT en ligne; Monemploi.com; Visez.ca; impacteditions.com; educatout.com; bleumanitou.com, etc.)</li> <li>•Cibles/ distribution : parents par l’entremise des conseils d’établissement (150) ; comités et associations de parents (250), employeurs (35) via leurs employés (6 000), et élèves inscrits au secondaire III et V (4 400) et au collégial technique 1<sup>re</sup> année (4 000)</li> <li>•Accès au contenu du CD-ROM à partir d’un hyperlien et distribution élargie de ce lien : contamination des divers réseaux de l’emploi, des Ressources externes et des CJE, des entreprises, du milieu de l’éducation</li> <li>•Animation 7 minutes + référencements commentés</li> <li>•Pochette en papier et impression process sur le CD</li> <li>•Tirage : 9 800 + 10 800 + 11 800 = 32 400 = 35 000</li> </ul>
<b>Site Internet</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Renouvellement et mise à jour du site <i>Le meilleur chemin vers l’emploi</i></li> <li>•Annonce et évolution de la campagne; calendrier d’activités de valorisation; section : <i>Coup de chapeau!</i> avec témoignages d’expériences professionnelles en région de gradués ; présentation de l’offre de programmes par domaine et par métiers et professions</li> </ul>
<b>Mini-bulletin électronique</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Mandat : faire un suivi du travail du comité de valorisation</li> <li>•Contenu : deux messages par numéro — suivi; résultats et activités</li> <li>•Cibles : Table interordres; directions des écoles, collèges et instituts ; directions des commissions scolaires; conseils d’administration des institutions; syndicats; conseils d’établissement; fondations des collèges; réseaux d’employeurs (comités sectoriels, Conseil régional des partenaires du marché du travail, syndicats, chambres de commerce) ; réseau de l’emploi, des Ressources externes et des CJE</li> <li>•Fréquence suggérée : aux deux semaines sur dix moi</li> </ul>

Moyens	Détails
<b>Banderole</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Affichage du visuel et du slogan</li> <li>•Cibles : les écoles et les entreprises participantes</li> <li>•Dimensions : 2' X 4'</li> <li>•Quantité : 30+50+50=130</li> </ul>
<b>Lettre personnalisée</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Lettres de dévoilement/ évolution de la stratégie, présentant le bien-fondé des actions et les enjeux liés aux déficits d'inscription en FPT</li> <li>•Cibles : Table éducation interordres; directions des écoles, collèges et instituts; directions des commissions scolaires; syndicats d'enseignants et de professionnels; conseils d'administration des institutions; conseils d'établissement; fondations des collèges; réseaux d'employeurs (comités sectoriels de main-d'œuvre, Conseil régional des partenaires du marché du travail, syndicats, chambres de commerce) ; réseau de l'emploi, des Ressources externes et des CJE</li> <li>•Rayonnement : environ 2 000 envois par année (total de 6 000)</li> </ul>
<b>Campagne hebdos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•De type <i>Chapeau les gradués!</i> avec témoignages d'expériences professionnelles en région</li> <li>•Dimensions : 1/2 page couleurs</li> <li>•Fréquence : 4 par année</li> <li>•Rayonnement : l'ensemble du BSL</li> </ul>
<b>Relations publiques</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Communiqués de presse aux médias du BSL : lancement (1) et suivi de l'évolution de la stratégie (3) ; lancement (1) et suivi de l'évolution du Fonds régional de valorisation (1) ; autres (2)</li> <li>•Participation à des émissions de radio et de télé d'intérêt public pour valoriser la FPT; valoriser et outiller le parent dans son rôle</li> <li>•Participation à des événements : salons de l'emploi, colloques, etc.</li> </ul>
<b>Animation</b>	
<b>Plan de formation pour les enseignants et le personnel contact</b> Journée pédagogique	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Thèmes : marché du travail régional et local; perspectives d'emplois et débouchés; problématiques sectorielles; diverses voies de formation</li> <li>•Nécessite un partenariat avec le réseau de l'emploi, les employeurs et les comités sectoriels pour la diffusion du contenu</li> <li>•Fréquence : une journée/ an (journée pédagogique réservée)</li> </ul>
<b>Activité d'exploration</b> Dégagement de personnel : 8 400 \$ par année	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Prof d'un jour : visite d'un CFP et jumelage enseignant du régulier sec. III et enseignant du professionnel/ visite d'un cégep et jumelage enseignant du régulier sec V et enseignant du collégial</li> <li>•Dégagement de deux enseignants du secondaire III (X 15 écoles) et d'un enseignant du secondaire V (X 12 écoles) avec embauche de suppléance (200 \$ par jour)</li> <li>•Fréquence : trois enseignants par école; une journée/ an</li> <li>•Cibles : enseignants secondaires III et V / enseignants du collégial</li> </ul>
<b>Rencontre informative</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Tournée régionale d'information : stratégie de valorisation; processus d'orientation; offre de formation</li> <li>•Cibles : réseau de l'emploi, des Ressources externes et des CJE</li> <li>•Durée : 2,5 heures X 28 organisations/ année</li> </ul>

## Les moyens de valorisation en lien avec les objectifs

	Objectifs de la stratégie						
	Perception + connaissance	Mobilisation interne	Support au personnel	Sensibilisation des parents	Soutien aux parents.	Reconnaissance + externe	Alliances externes
<b>Comité de valorisation FPT</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
<b>Ressources permanentes</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
<b>Fonds régional permanent de valorisation</b>	✓	✓	✓	✓	✓		✓
<b>Semaine québécoise des adulte en formation</b>	✓	✓		✓	✓		
<b>Affiche</b>	✓	✓					✓
<b>Affiche-Guide</b>	✓	✓	✓				✓
<b>Dépliant-Guide</b>	✓	✓	✓	✓	✓		✓
<b>Feuillet</b>	✓			✓	✓		
<b>CD-ROM</b>	✓		✓	✓	✓	✓	✓
<b>Site Internet</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
<b>Mini-bulletin électronique</b>	✓	✓	✓			✓	✓
<b>Banderole</b>	✓	✓				✓	✓
<b>Lettre personnalisée</b>	✓	✓				✓	✓
<b>Campagne hebdos</b>	✓	✓		✓		✓	
<b>Relations publiques</b>	✓	✓		✓	✓	✓	✓
<b>Plan de formation pour les intervenants</b>	✓	✓	✓			✓	✓
<b>Activité d'exploration (concept prof d'un jour)</b>	✓	✓	✓				
<b>Rencontre informative</b>	✓					✓	✓

## Les moyens de valorisation en lien avec les orientations stratégiques

	Orientations stratégiques								
	Déploiement de la stratégie	Processus d'orientation, rôle	Offre de formation	Porteur de ballon	Espace de dialogue	Banque d'outils	Courroie de transmission	Plan de formation	Fonds régional valorisation
<b>Comité de valorisation FPT</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
<b>Ressources permanentes</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
<b>Fonds régional permanent</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓			✓
<b>Semaine des adultes en formation</b>		✓	✓		✓				
<b>Affiche</b>	✓		✓						
<b>Affiche-Guide</b>			✓			✓			
<b>Dépliant-Guide</b>			✓			✓	✓		
<b>Feuille</b>		✓	✓			✓	✓		
<b>CD-ROM</b>		✓	✓			✓	✓		
<b>Site Internet</b>	✓	✓	✓		✓	✓			
<b>Mini-bulletin électronique</b>	✓	✓	✓		✓	✓			
<b>Banderole</b>	✓		✓				✓		✓
<b>Lettre personnalisée</b>	✓	✓	✓			✓			
<b>Campagne hebdomadaire</b>	✓	✓	✓						
<b>Relations publiques</b>	✓	✓	✓						✓
<b>Plan de formation pour intervenants</b>		✓	✓		✓			✓	
<b>Activité d'exploration</b>		✓	✓		✓			✓	
<b>Rencontre informative</b>	✓	✓	✓		✓				

## Les éléments de mise en œuvre

Les renseignements propres à la mise en œuvre des moyens et du suivi sont regroupés dans le tableau des pages qui suivent. La composition même de la stratégie simplifie le travail puisque, d'une part, elle génère les ressources pour l'essentiel de sa mise en œuvre. D'autre part, la prescription de moyens se répète, une année après l'autre, sur trois ans. Une exception : le Fonds régional permanent de valorisation dont la mise en place est planifiée à l'an 2, de manière à bâtir l'image et à développer des partenariats au préalable.

Le tableau décompose les moyens en tâches, détermine les alliances nécessaires pour réaliser le moyen et rapporte les coûts qui y sont associés.

## Les éléments de mise en oeuvre

Moyens / Alliances	2009-2010	2010-2011	2011-2012	
<b>Comité de valorisation FPT</b> <u>Composition</u> : personnel interne ; parents ; réseau de l'emploi, des Ressources externes et des CJE ; employeurs <u>Financement</u> : Ministères ; Table éducation interordres ; institutions ; CRÉBSL	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mise en place du comité</li> <li>• Appropriation de la stratégie</li> <li>• Recrutement, embauche et gestion du personnel</li> <li>• Mise en œuvre de la stratégie</li> <li>• Participation à des actions régionales et nationales</li> <li>• Prise en charge de la SQAF</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mise en œuvre stratégie</li> <li>• Participation à des actions régionales et nationales</li> <li>• Prise en charge de l'organisation de la SQAF</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mise en œuvre stratégie</li> <li>• Participation à des actions régionales et nationales</li> <li>• Prise en charge de l'organisation de la SQAF</li> </ul>	
<b>Fonds régional permanent de valorisation</b> Employeurs et réseaux	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Développement d'alliances</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Développement d'alliances</li> <li>• Modalités du Fonds</li> <li>• Plan de visibilité</li> <li>• Recrutement et gestion</li> <li>• Objectif : 60 000 \$</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Développement d'alliances</li> <li>• Recrutement et gestion</li> <li>• Objectif : 60 000 \$</li> </ul>	<b>Apport \$ 120 000</b>
<b>Semaine québécoise des adultes en formation (SQAF)</b> Effectif externe	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Planification des activités</li> <li>• Information et promotion</li> <li>• Tenue et évaluation</li> <li>• Coût : 50 000 \$</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Planification des activités</li> <li>• Information et promotion</li> <li>• Tenue et évaluation</li> <li>• Coût : 50 000 \$</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Planification des activités</li> <li>• Information et promotion</li> <li>• Tenue et évaluation</li> <li>• Coût : 50 000 \$</li> </ul>	<b>150 000</b>
<b>Ressources permanentes</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Poste professionnelle à temps plein : 50 000 \$</li> <li>• Poste technique à demi-temps : 20 000 \$</li> <li>• Frais administratif, de déplacement et autres : 30 000 \$ = total de 100 000 \$ par année</li> </ul>			<b>Coût total \$</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Appropriation du contexte, de l'offre et de la stratégie</li> <li>• Préparation banque d'adresses de partenaires/ médias</li> <li>• Planification du travail</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Planification du travail</li> <li>• Mise en place et développement du Fonds régional de valorisation</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Planification du travail</li> <li>• Développement du Fonds régional de valorisation</li> </ul>	<b>300 000</b>
<b>Affiche</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Appel d'offre</li> <li>• Sélection du fournisseur</li> <li>• Suivi de réalisation</li> <li>• Distribution</li> <li>• Coût : 950 \$</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Distribution</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Distribution</li> </ul>	<b>950</b>

Moyens / Alliances	2009-2010	2010-2011	2011-2012	Coût \$
<b>Affiche-Guide</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Appel d'offre</li> <li>• Sélection du fournisseur</li> <li>• Suivi de réalisation</li> <li>• Distribution</li> <li>• Coût : 1 250 \$</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mise à jour</li> <li>• Réimpression</li> <li>• Distribution</li> <li>• Coût : 1 250 \$</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mise à jour</li> <li>• Réimpression</li> <li>• Distribution</li> <li>• Coût : 1 250 \$</li> </ul>	<b>3 750</b>
<b>Dépliant-Guide</b> Employeurs	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Appel d'offre</li> <li>• Sélection du fournisseur</li> <li>• Suivi de réalisation</li> <li>• Distribution</li> <li>• Coût : 3 250 \$</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mise à jour</li> <li>• Réimpression</li> <li>• Distribution</li> <li>• Coût : 3 250 \$</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mise à jour</li> <li>• Réimpression</li> <li>• Distribution</li> <li>• Coût : 3 250 \$</li> </ul>	<b>9 750</b>
<b>Feuillet</b> Employeurs	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Appel d'offre</li> <li>• Sélection du fournisseur</li> <li>• Suivi de réalisation</li> <li>• Distribution</li> <li>• Coût : 2 000 \$</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Distribution</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Distribution</li> </ul>	<b>2 000</b>
<b>CD-ROM</b> Employeurs Réseau de l'emploi, des ressources externes et des CJE	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Appel d'offre</li> <li>• Sélection du fournisseur</li> <li>• Suivi de réalisation</li> <li>• Distribution</li> <li>• Coût de réalisation : 8 000 \$</li> <li>• Gravage+enveloppe : 20 000 \$</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Distribution</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Distribution</li> </ul>	<b>28 000</b>
<b>Site Internet</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Appel d'offre</li> <li>• Sélection du fournisseur</li> <li>• Suivi de réalisation</li> <li>• Mise à jour</li> <li>• Coût : 7 000 \$</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mise à jour</li> <li>• Coût : 4 000 \$</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mise à jour</li> <li>• Coût : 4 000 \$</li> </ul>	<b>15 000</b>
<b>Mini-bulletin électronique</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conception du bulletin</li> <li>• Recherche et rédaction</li> <li>• Distribution dans le réseau</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recherche et rédaction</li> <li>• Distribution dans le réseau</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recherche et rédaction</li> <li>• Distribution dans le réseau</li> </ul>	

Moyens / Alliances	2009-2010	2010-2011	2011-2012	Coût \$
<b>Banderole</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Appel d'offre</li> <li>• Sélection du fournisseur</li> <li>• Suivi de réalisation</li> <li>• Distribution</li> <li>• Coût : 300 \$ X 130</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Distribution</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Distribution</li> </ul>	<b>39 000</b>
<b>Lettre personnalisée</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rédaction et validation</li> <li>• Distribution</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mise à jour et validation</li> <li>• Distribution</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mise à jour et validation</li> <li>• Distribution</li> </ul>	
<b>Papeterie<sup>15</sup></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Appel d'offre</li> <li>• Sélection du fournisseur</li> <li>• Suivi de réalisation</li> <li>• Coût : 1 800 \$</li> </ul>			<b>1 800</b>
<b>Campagne hebdos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recherche témoignages 4</li> <li>• Appel d'offre</li> <li>• Sélection du fournisseur</li> <li>• Suivi de réalisation</li> <li>• Distribution : BSL</li> <li>• Coût : 2 000 \$ X 4</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recherche témoignages 4</li> <li>• Appel d'offre</li> <li>• Sélection du fournisseur</li> <li>• Suivi de réalisation</li> <li>• Distribution : BSL</li> <li>• Coût : 2 000 \$ X 4</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recherche témoignages 4</li> <li>• Appel d'offre</li> <li>• Sélection du fournisseur</li> <li>• Suivi de réalisation</li> <li>• Distribution</li> <li>• Coût : 2 000 \$ X 4</li> </ul>	<b>24 000</b>
<b>Relations publiques</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rédaction/ validation de communiqués de presse (4)</li> <li>• Suivi aux médias</li> <li>• Émissions d'intérêt public</li> <li>• Participation à des salons et colloques</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rédaction/ validation de communiqués de presse (6)</li> <li>• Suivi aux médias</li> <li>• Émissions d'intérêt public</li> <li>• Participation à des salons et colloques</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rédaction/ validation de communiqués de presse (6)</li> <li>• Suivi aux médias</li> <li>• Émissions d'intérêt public</li> <li>• Participation à des salons et colloques</li> </ul>	

<sup>15</sup> Papier à entête (offset 120M) à 10 000 copies, carte d'affaires à 1 000 copies, enveloppe #10 deux couleurs à 8 500 copies.

Moyens / Alliances	2009-2010	2010-2011	2011-2012	Coût \$
<b>Plan de formation pour les intervenants</b> Réseau de l'emploi, des Ressources externes et des CJE ; employeurs	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Recherche et conception</li> <li>•Développement d'alliances</li> <li>•Promotion de l'activité</li> <li>•Tenue et évaluation</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Recherche et mise à jour</li> <li>•Développement d'alliances</li> <li>•Promotion de l'activité</li> <li>•Tenue et évaluation</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Recherche et mise à jour</li> <li>•Développement d'alliances</li> <li>•Promotion de l'activité</li> <li>•Tenue et évaluation</li> </ul>	
<b>Activité d'exploration</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Conception</li> <li>•Recherche d'alliances</li> <li>•Identification des participants</li> <li>•Tenue et évaluation</li> <li>•Coût : 8 400 \$</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Conception</li> <li>•Recherche d'alliances</li> <li>•Identification participants</li> <li>•Tenue et évaluation</li> <li>•Coût : 8 400 \$</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Conception</li> <li>•Recherche d'alliances</li> <li>•Identification participants</li> <li>•Tenue et évaluation</li> <li>•Coût : 8 400 \$</li> </ul>	<b>25 200</b>
<b>Rencontre informative</b> Réseau de l'emploi, des Ressources externes et des CJE	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Recherche et conception</li> <li>•Planification et organisation</li> <li>•Tenue et évaluation</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Recherche et conception</li> <li>•Planification, organisation</li> <li>•Tenue et évaluation</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Recherche et conception</li> <li>•Planification, organisation</li> <li>•Tenue et évaluation</li> </ul>	

## Le résumé des coûts

Le dernier tableau rassemble les informations d'ordre financier. Il apparaît que la stratégie de valorisation de la formation professionnelle et technique au Bas-Saint-Laurent appelle des investissements de 599 450 \$ réparties de la façon suivante : 219 650 \$ à l'an 1 et 189 900 \$ à l'an 2 et à l'an 3. Les revenus annoncés s'élève à 270 000 \$. L'enveloppe devra être bonifiée par une implication financière des institutions scolaires, de la Table éducation interordres, de la CRÉBSL et des ministères concernés.

Moyens de valorisation	2009-2010	2010-2011	2011-2012	Total
Comité de valorisation FPT				<i>À définir</i>
Fonds régional de valorisation	—	60 000	60 000	120 000
Revenus associés à la SQAF	50 000	50 000	50 000	150 000
<b>Revenus partiels</b>	<b>50 000</b>	<b>110 000</b>	<b>110 000</b>	<b>270 000</b>

Ressources permanentes	100 000	100 000	100 000	300 000
Semaine Québécoise adultes en formation	50 000	50 000	50 000	150 000
Affiche	950	—	—	950
Affiche-Guide	1 250	1 250	1 250	3 750
Dépliant-Guide	3 250	3 250	3 250	9 750
Feuille	2 000	—	—	2 000
CD-ROM	28 000	—	—	28 000
Site Internet	7 000	4 000	4 000	15 000
Mini-bulletin électronique	—	—	—	—
Banderole	9 000	15 000	15 000	39 000
Lettre personnalisée	—	—	—	—
Papeterie	1 800	—	—	1 800
Campagne hebdomadaires	8 000	8 000	8 000	24 000
Relations publiques	—	—	—	—
Plan de formation aux intervenants	—	—	—	—
Activité d'exploration	8 400	8 400	8 400	25 200
Rencontre informative	—	—	—	—
<b>Dépenses</b>	<b>219 650 \$</b>	<b>189 900 \$</b>	<b>189 900 \$</b>	<b>599 450 \$</b>

## En guise de conclusion

La présente stratégie de valorisation ambitieuse, en essence, de favoriser l'adhésion des enseignants, du personnel contact et des parents derrière une vision commune de la valeur de la formation professionnelle et technique et de consolider les alliances et les rapprochements entre le monde de l'éducation et les milieux des affaires et de l'emploi au Bas-Saint-Laurent. Pour parvenir à ses fins, elle préconise les contacts individualisés; d'ores et déjà, la collecte de données primaires associée au travail de planification de la stratégie a permis de tisser des liens à l'intérieur des institutions, au sein du réseau de l'emploi, des Ressources externes et des CJE de même qu'avec des comités sectoriels de main-d'œuvre.

Cette approche personnalisée est motivée par le fait que la première stratégie de valorisation unifiée entre les ordres professionnel et technique est attirée aux réseaux — et non aux clientèles — et qu'elle appelle une phase d'instauration, préalable aux phases de rayonnement et de consécration de l'option FPT.

Le coeur de la stratégie réfère, d'une part, à la mise en place d'un comité de valorisation à représentation élargie et à l'embauche de ressources permanentes qui font naître un espace de liaison et d'animation à l'intention des différentes cibles, autant celles à l'intérieur qu'à l'extérieur des institutions. D'autre part, la stratégie engendre la mise en place d'un Fonds régional permanent de valorisation FPT qui devrait, au cours de l'horizon de travail de trois ans, injecter une somme de 120 000 \$ dans le plan d'action.

La prescription d'outils et d'activités issue de ce plan d'action permettra de rejoindre directement près de 35 000 personnes différentes et à plus d'une reprise pour certaines d'entre elles, soit :

- 2 000 personnes du réseau de l'éducation, de l'emploi, des Ressources externes et des CJE
- 1 500 personnes par le biais des réseaux de parents associés aux institutions
- 6 000 employés-parents par l'entremise d'entreprises sélectionnées
- 25 000 parents via leurs jeunes du secondaire (III et V) et du collégial (I)

Cette grande opération — qui s'inscrit dans un ensemble d'actions de promotion et de valorisation menées de front par diverses instances — devrait améliorer la perception et la connaissance des clientèles cibles à l'égard de la formation professionnelle et technique et de ses débouchés. Ultimement, elle devrait contribuer à augmenter le nombre d'inscriptions dans les programmes de ces deux options offerts dans les établissements d'enseignement du Bas-Saint-Laurent. Toutefois, pour y parvenir, la mise en place de mesures incitatives — notamment en lien avec la fluidité des parcours et la prestation de services à l'intention des clientèles — s'avère décisive

## — Sommaire exécutif —

### But

Contribuer à augmenter le nombre d'inscriptions dans les programmes de formation professionnelle et technique offerts dans les institutions d'enseignement du Bas-Saint-Laurent afin de répondre aux besoins croissants du marché du travail.

### Objectifs qualitatifs

Améliorer la perception et la connaissance du personnel des institutions, des parents, des employeurs et de leurs réseaux à l'égard de la formation professionnelle et technique et de ses débouchés.

Stimuler la mobilisation et la mise en action du personnel des institutions derrière une vision commune de valeur de la formation professionnelle et technique.

Valoriser et supporter le travail et le rôle de l'enseignant et du personnel contact auprès des étudiants.

Sensibiliser les parents à l'importance de leur engagement dans la démarche d'orientation du jeune et dans sa réussite scolaire et sociale.

Soutenir les parents dans leurs responsabilités d'écoute, d'information, d'encadrement et d'encouragement envers le jeune.

Reconnaître et soutenir les intervenants du milieu des affaires et du réseau de l'emploi, des Ressources externes et des Carrefour Jeunesse Emploi (CJE) à l'égard de leur rôle dans la valorisation de la formation professionnelle et technique.

Stimuler les alliances stratégiques entre l'école, les employeurs et leurs réseaux, le réseau de l'emploi, des Ressources externes et des CJE et favoriser l'harmonisation des efforts.

### Objectifs quantitatifs

En regard du rayonnement, la stratégie vise :

- à susciter l'adhésion d'au moins **35 entreprises** dans un Fonds régional de valorisation procurant un investissement de **120 000 \$** au terme de la stratégie
- à rejoindre directement près de **35 000 personnes** issues des clientèles cibles

En regard du soutien au recrutement, il est visé, dans le cadre de la stratégie :

- une augmentation, en formation professionnelle, de **5 % des admissions** issues de la clientèle du régulier (jeunes moins de 20 ans) et de **10 % des admissions** chez la clientèle de 20 ans et plus
- une augmentation de **10 % des admissions** en formation technique

### Clientèles cibles

L'enseignant et le personnel contact des institutions scolaires

Le parent de jeunes du secondaire et du collégial

Le réseau de l'emploi, des Ressources externes et des CJE

L'employeur — employés, syndicats, réseaux

Ces cibles interviennent sur le bassin de clientèles à partir duquel les institutions recrutent :

- *le jeune en cheminement régulier*
- *le jeune ou l'adulte en cheminement professionnel ou technique*
- *le jeune ou l'adulte raccrocheur ou potentiellement raccrocheur — sans diplôme éloigné du marché du travail*
- *l'adulte en réorientation professionnelle — avec ou sans diplôme*
- *l'adulte en situation de formation continue*
- *le nouvel arrivant — immigrant avec ou sans diplôme*

### Approche préconisée

La valorisation de la formation professionnelle et technique se conjugue avec la valorisation du savoir et de l'apprentissage sous toutes ses formes et tout au long de la vie; avec la valorisation de l'accessibilité à l'éducation; avec la valorisation de l'effort, de la persévérance, de la réussite et du raccrochage scolaires; et, finalement, avec la valorisation de l'entrepreneuriat et du développement régional.

L'approche concède que le milieu scolaire ne peut plus faire les choses isolément et tend à faire valoir et à reconnaître le rôle de l'ensemble des intervenants dans un cadre où l'école se situe au centre de l'action et au service de la collectivité dans une perspective de développement régional.

L'approche privilégie les contacts personnalisés au détriment d'une campagne axée sur les médias de masse plus appropriée aux stratégies consommateurs.

### Orientations stratégiques

En lien avec la mise en valeur de l'offre de formation :

- Présentation **des secteurs d'activités avant les formations** de manière à soutenir le langage des débouchés — l'offre de métiers et des professions; les métiers et les professions en demande; l'éventail d'emplois associés à une même formation; les perspectives et les conditions d'emploi; le marché du travail local et régional; l'importance de la FPT sur l'économie régionale et locale

- Valorisation **des secteurs d'activités de même que des formations par domaine** (le Vivant, la Matière, l'Humain, la Gestion, la Culture) au lieu de l'approche par niveau — la fluidité des parcours; les rapprochements interordres élargis
- Illustration **des divers chemins vers l'emploi** de manière à faire valoir l'accessibilité à la formation au Bas-Saint-Laurent — l'éventail des possibilités de formation pour l'obtention d'un diplôme en FPT, dont les passerelles
- Présentation de la formation professionnelle et technique dans **une perspective de continuité de formation** — la culture de la formation continue; la reconnaissance des acquis

*En lien avec l'information, la sensibilisation et la promotion*

- Affichage d'une image crédible et éloquente, séduisante et accessible de **l'offre de formation professionnelle et technique** selon les orientations énoncées à cet effet.
- Dévoilement du **déploiement** et de **l'évolution de la stratégie** de valorisation 2009-2012, au Bas-Saint-Laurent; du **bien-fondé** de faire reconnaître la valeur de la formation professionnelle et technique; et des **enjeux** liés aux déficits d'inscriptions en formation professionnelle et technique.
- Démonstration du **processus d'orientation**; de l'importance du **rôle** et de **l'influence** des parents sur le choix de carrière de leurs jeunes.

*En lien avec l'animation*

- Identification d'un **porteur de ballon** pour chapeauter, à l'intérieur comme à l'extérieur des institutions, le dossier de la valorisation de la formation professionnelle et technique au Bas-Saint-Laurent.
- Création d'un **espace de dialogue** permanent afin de reconnaître et de soutenir le travail des intervenants associés à la valorisation; de partager les préoccupations; de faire circuler l'information, d'entretenir des liens; de développer les alliances; de veiller à la cohésion des actions.
- Mise en place d'une **banque d'outils** pour supporter les intervenants en orientation professionnelle et en valorisation de la formation professionnelle et technique de même que les parents dans leur rôle d'accompagnement des jeunes.
- Mise en place d'une **courroie de transmission d'informations** vers les parents via les employeurs et leurs employés

- Offre d'un **plan de formation aux intervenants** axé sur (a) la connaissance du marché du travail à l'échelle locale et régionale; (b) les problématiques sectorielles; et (c) les diverses voies de formation offertes.
- Instauration d'un **Fonds régional de valorisation** afin d'assurer la pérennité des actions de valorisation de la formation professionnelle et technique au Bas-Saint-Laurent.

### **Positionnement à développer**

Au Bas-Saint-Laurent, la valorisation de la formation professionnelle et technique s'associe aux notions :

- de **passions à cultiver** — connaissance de soi; projets d'études qui collent à l'individu
- d'**accessibilité** — plusieurs voies pour accéder à un diplôme qualifiant
- d'**insertion professionnelle durable** — perspectives et conditions d'emploi; appréciation des employeurs; qualité de vie en région
- de **continuité de formation** — multiplication des compétences; apprendre toute la vie

### **Créatif**

**Une bonne tête ne manque jamais de chapeau** — Le Pouvoir des Savoirs

## Moyens de valorisation et Coûts

Le dernier tableau rassemble les informations d'ordre financier. Il apparaît que la stratégie de valorisation de la formation professionnelle et technique au Bas-Saint-Laurent appelle des investissements de 599 450 \$ répartis de la façon suivante : 219 650 \$ à l'an 1 et 189 900 \$ à l'an 2 et à l'an 3. Les revenus annoncés s'élèvent à 270 000 \$. L'enveloppe devra être bonifiée par une implication financière des institutions scolaires, de la Table éducation interordres, de la CRÉBSL et des ministères concernés.

<b>Moyens de valorisation</b>	<b>2009-2010</b>	<b>2010-2011</b>	<b>2011-2012</b>	<b>Total</b>
Comité de valorisation FPT				<i>À définir</i>
Fonds régional de valorisation	—	60 000	60 000	120 000
Revenus associés à la SQAF	50 000	50 000	50 000	150 000
<b>Revenus partiels</b>	<b>50 000</b>	<b>110 000</b>	<b>110 000</b>	<b>270 000</b>
Ressources permanentes	100 000	100 000	100 000	300 000
Semaine Québécoise adultes en formation	50 000	50 000	50 000	150 000
Affiche	950	—	—	950
Affiche-Guide	1 250	1 250	1 250	3 750
Dépliant-Guide	3 250	3 250	3 250	9 750
Feuillet	2 000	—	—	2 000
CD-ROM	28 000	—	—	28 000
Site Internet	7 000	4 000	4 000	15 000
Mini-bulletin électronique	—	—	—	—
Banderole	9 000	15 000	15 000	39 000
Lettre personnalisée	—	—	—	—
Papeterie	1 800	—	—	1 800
Campagne hebdos	8 000	8 000	8 000	24 000
Relations publiques	—	—	—	—
Plan de formation pour les intervenants	—	—	—	—
Activité d'exploration	8 400	8 400	8 400	25 200
Rencontre informative	—	—	—	—
<b>Dépenses</b>	<b>219 650 \$</b>	<b>189 900 \$</b>	<b>189 900 \$</b>	<b>599 450 \$</b>

## ANNEXES

## **Annexe 1 — Territoire et institutions touchés par le mandat**

Le territoire en cause correspond à la région administrative du Bas-Saint-Laurent qui comprend les huit MRC suivantes : Kamouraska, La Matapédia, La Mitis, Les Basques, Matane, Rimouski, Rivière-du-Loup et Témiscouata. Sept centres de formation professionnelle, quatre cégeps et deux instituts spécialisés sont concernés par le mandat de valorisation.

Il s'agit :

- Commission scolaire de Kamouraska – Rivière-du-Loup : CFP Pavillon de l'Avenir de Rivière-du-Loup, Centre d'intégration en métallurgie de Lapocatière
- Commission scolaire du Fleuve-et-des-Lacs : CFP du Fleuve-et-des-Lacs de Trois-Pistoles, CFP du Fleuve-et-des-Lacs de Cabano, Centre de formation et d'extension en foresterie de l'Est du Québec à Dégelis, CF en acériculture du Fleuve-et-des-Lacs à Pohénégamook
- Commission scolaire des Phares : CFP de Mont-Joli—Mitis, CFRN
- Commission scolaire des Monts-et-Marées : CFP de Matane, CFP d'Amqui, Centre de formation et d'extension en foresterie de l'Est du Québec à Causapscal
- Cégep de La Pocatière
- Institut de technologie agroalimentaire, campus de La Pocatière
- Cégep de Rivière-du-Loup
- Cégep de Rimouski
- Institut maritime du Québec (à Rimouski)
- Cégep de Matane
- Centre matapédien d'études collégiales (CMEC à Amqui)

## Annexe 2 — Table éducation interordres du BSL

Voici la liste des membres :

- M. Gérald Beaudry, directeur général, CRÉ
- M. Gérard Bédard, directeur régional, MELS
- M. Laval Bellavance, en remplacement de M. Pierre Robitaille, Emploi-Québec
- M. Émery Béland, directeur général, Cégep de Matane
- M. Pierre Berthelet, directeur général, CS des Monts-et-Marées
- M. Luc Garon, adjoint à la direction générale, ITA de la Pocatière
- M. Claude Harvey, directeur général, Cégep de La Pocatière
- M<sup>me</sup> Maryse Lacasse, responsable FPT et FGA, MELS
- M. Serge Nolet, responsable FPT et FGA, CS de Kamouraska–Rivière-du-Loup
- M. Raymond Tudeau, représentant du Regroupement des commissions scolaires
- M. Jean-Pierre Villeneuve, directeur général, Cégep de Rimouski
- M. André Morin, directeur général, Cégep de Rivière-du-Loup
- M. Serge Pelletier, directeur général, CS du Fleuve-et-des-Lacs
- M. Benoit Plourde, directeur, Conservatoire de musique
- M. Jacques Poirier, directeur général, CS des Phares
- M. Louis Poirier, directeur des études, Cégep de Matane
- M. Michel Ringuet, recteur, UQAR
- M. Yvan Tardif, directeur général, CS de Kamouraska–Rivière-du-Loup

### Annexe 3 — Résultats et initiatives de rapprochement au Bas-Saint-Laurent

Résultats issus de la concertation :

- Projet soudage-laser CS-KRDL et Cégep La Pocatière
- Campagne de publicité commune CS des Phares et Cégep de Rimouski pour contrer le décrochage.
- Le projet de la CS des Phares avec le Cégep de Rimouski pour les passerelles en électrotechnique et télécom
- Entente formation-emploi avec les CSSS
- Le projet de soins infirmiers et infirmières auxiliaires avec la C.S. KRDL et le Cégep de Rivière-du-Loup
- L'harmonisation du programme Électro entre les Cégeps de l'est
- L'entente entre les cégeps et les agences de la santé et des services sociaux du Bas-Saint-Laurent et de la Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine.

Initiatives de rapprochement :

- Mise en place du comité de gestion en ligne au niveau des CS
- Entente de consolidation et de développement de la FP et la réponse obtenue de la CRÉ, des tables interordres BSL + GIM et d'Emploi-Québec
- Partenariat MELS-CRÉ dans l'exercice d'un mandat — perspective du marché du travail versus carte des options
- Présentation des services RAC à des entreprises
- Travail avec le Centre hospitalier régional du Grand-Portage (CHRGP) et la C.C de RDL
- Travail en partenariat CS, CLÉ et entreprises des territoires des Basques et de Témiscouata.
- Le mandat de *Prospectives* confié à l'UQAR.

## Annexe 4 — Programmes en difficulté de recrutement

Au niveau professionnel (30 programmes) :

Comptabilité, secrétariat, soutien informatique, vente conseil, production de bovins de boucherie, production horticole, production laitière, production porcine, cuisine d'établissement, boucherie de détail, pâtisserie, service de la restauration, ébénisterie, dessin de bâtiment, vente de produits de quincaillerie, installation et réparation d'équipement de télécommunication, réparation d'appareils ménagers, réparation d'appareils électroniques audio vidéos, mécanique de véhicules légers, vente de pièces mécaniques et d'accessoires, conduite de machines industrielles, abattage et façonnage des bois, abattage manuel et débardage forestier, classement des bois débités, travail sylvicole, mécanique industrielle de construction et d'entretien, soudage-montage, assistance familiale et sociale aux personnes à domicile.

Au niveau technique (23 programmes) :

Techniques de bureautique, techniques de comptabilité de gestion, techniques de l'informatique, gestion et exploitation d'une entreprise agricole, technique équine, technologie de la production horticole et de l'environnement, technologie de productions animales, techniques de tourisme, technologie de la transformation des aliments, technologie de la mécanique du bâtiment, techniques d'aménagement et d'urbanisme, technologie de l'électronique industrielle, technologie physique, technique de génie mécanique de marine, techniques d'architecture navale, techniques de génie mécanique, technologie de la transformation des produits forestiers, technologie forestière, graphisme, technologie de la maintenance industrielle, navigation, techniques de la logistique du transport, soins infirmiers.

## Annexe 5 — Participants aux groupes de discussion

Réseau de l'employabilité et des Ressources externes

Tenu à Rimouski le lundi 27 octobre, de 13h30 à 16h00, au 337, Moreau, local SS14

### Présences

### Provenance

Michel Rousseau	Emploi Québec, Direction régionale
Serge Leclerc	Centre Local d'Emploi de Rimouski
Marie Denise Bérubé	
Édith Lévesque	Centre Local d'Emploi de Mont Joli
Mélanie Lepage	Carrefour jeunesse-emploi R-N
Alain Castonguay	COSMOSS
Michel St Pierre	Service alternatif d'intégration et de maintien en emploi
Thérèse Valade	Service de Transition en Emploi — Vallée de la Matapédia
Marthe Bernier	Club de recherche d'emploi
Micheline Guérette	Ficelles
Chantal Dumont	Commission jeunesse BSL
Dolorès Soucy	Entreprise Entraînement Mitis-Neigette
Julie Carré (stagiaire)	Charbonnex Inter

Réseau de l'éducation

Tenu le lundi 10 novembre, de 13h30 à 16h00, au CLE de Rivière-du-Loup — 385-A, Rue Lafontaine.

### Présences

### Provenance

Ruth Boulianne	Cégep de Rivière-du-Loup — Conseillère en orientation et aide-pédagogique
Maud Cloutier	
Sylvie Michaud	École secondaire de Rivière-du-Loup — Projet personnel éducatif
Bertin Laplante	École secondaire de Rivière-du-Loup — Enseignant en maths, sec. I et II
Daniel Paradis	École secondaire de Rivière-du-Loup — Enseignant en maths, élèves en difficulté
Francis Lévesque	Commission scolaire Kamouraska-Rivière-du-Loup — Conseiller en orientation

Tenu le mercredi 12 novembre, de 13h30 à 16h00, au CLE de Matane — 750, ave Phare Ouest, bureau 205.

### Présences

### Provenance

Isabelle Chouinard	Centre d'éducation des adultes D'Amours — Conseillère d'orientation
Jimmy Gingras	CFP de Matane — Enseignant en usinage
Denis Desrosiers	Polyvalente d'Amqui — Enseignant en PPO

Tenu le jeudi 13 novembre, de 13h30 à 16h00, au bureau du MELS à Rimouski — 337, rue Moreault.

### Présences

Mélanie Langelier

Michel Trépanier

Audrey Navarre

Justin Audet

Nicole Gagnon

Jean Désilets

Lucie Dubé

Daniel Roy

Francine Richer

### Provenance

CS des Phares (école Ste-Luce) — Enseignante sec, I et II

Institut maritime du Québec

Cégep de Rimouski — Conseiller en orientation

Cégep de Rimouski — Aide-pédagogique

Cégep de Rimouski — Information scolaire

Dans tous les cas, l'animation a été assurée par :

Charles Lepage

L'Avantage Concept

Josée Forest

Imaginature

## Annexe 6 — Comités sectoriels contactés

L'approche auprès des comités sectoriels a permis d'annoncer le déploiement de la stratégie de valorisation et de préparer le terrain à d'éventuels partenariats. À cet effet, les comités contactés se sont tous montrés ouverts, dans la mesure du possible, à venir en région soutenir le travail du comité. Le tableau qui suit liste les comités contactés et rapporte l'essentiel des messages à retenir des discussions.

<b>Comité Personne-contact</b>	<b>Message</b>
<b>Aménagement forestier</b>	Aucun retour du courriel : dg@csmoaf.com
<b>Commerce de détail</b> Simon Bellemare Chargé de projet en formation 1-888-393-0222, poste 203	Englobe 500 métiers et professions Développement de normes professionnelles en ventes-conseils Banque d'outils Opération majeure : cahier spécial de 10 pages dans tous les journaux du Québec le 24 janvier ; tirage : 600 000 copies Groupes cibles : femme, immigrant, handicapé, personne en réorientation professionnelle, 45 ans et plus
<b>Commerce de l'alimentation</b> Laurence Zert Directrice générale 514-499-1598	Exercice de planification stratégique : printemps 2009 Problématique : préjugés en lien avec le secteur ; forte pénurie de boucher, poissonnier et pâtissier ; taux de roulement de personnel de 40 % Contexte : 150 000 employés dont 150 en moyenne par magasin ; horaire moyen : 25 heures par semaine ; il n'existe pas de diplôme ; on exige de l'expérience avant la formation (pourquoi j'irais perdre mon temps à l'école puisque je serai formé sur place) ; secteur très conservateur qui valorise peu la formation académique ; grande possibilité de faire une carrière dans ce secteur qui est très jeune (42 % des employés ont entre 16 et 24 ans) ; changement en lien avec le niveau d'exigence des clients qui augmente — les employés sont maintenant des conseillers ; industrie très stable ; postes parfaits pour la génération Y qui recherche de la flexibilité PAMT : fonctionne très bien, mais manque d'expert compagnon ; les grandes bannières ont leur propre école de formation, surtout en gestion Outils : modules virtuels ( <a href="http://www.tabouffe.com">www.tabouffe.com</a> ) en collaboration avec l'Université Laval, Mapa, Aquisep Actions : Cuisines collectives, Journée carrières (PPO), CJE, tournée régionale
<b>Culture</b> Louise Boucher Directrice CQRHC Martine Proulx Coordonnatrice à la formation au Conseil de la culture BSL 418-722-6246, poste 25	Offre de formation continue et de formation sur mesure pour le perfectionnement des artistes, artisans et travailleurs culturels (62 formations par année) ; l'offre répond à un besoin en termes de formations disciplinaires Problématiques du secteur : organismes sous-financés ; problématique de rétention de la main-d'œuvre Contexte : volonté de professionnalisation ; demande en croissance ; promotion via les membres, mais formations ouvertes à tous

<p><b>Économie sociale et action communautaire</b> Philippe Beaudin Chargé de projet en formation 1-866-259-7714, poste 24</p>	<p>Planification stratégique — décembre 2008 Englobe 220 métiers et professions Développement de normes professionnelles Outils : répertoire des formations et fiches des métiers Problématique de reconnaissance des compétences à l'extérieur des entreprises est une réalité du secteur</p>
<p><b>Environnement</b> Dominique Dodier Directrice générale 514-384-4999, poste 25</p>	<p>Retour courriel reçu, mais impossibilité de coordonner le contact téléphonique</p>
<p><b>Fabrication métallique industrielle</b> Pierre Jacques Chargé de projet en formation 514-769-5620</p>	<p>Contexte : baisse dramatique d'inscription en usinage et difficulté de recrutement en soudage-montage ; le recrutement limite le développement dans le secteur qui a besoin d'une main-d'œuvre spécialisée ; les efforts sont surtout tournés vers les DEP, mais aussi le DEC en génie mécanique ; le mode traditionnel de recrutement ne fonctionne plus ;</p> <p>Rapprochement : l'école est une composante de l'industrie ; les employeurs sont prêts à investir et à mettre l'épaule à la roue pour le recrutement, mais l'école doit garder le leadership et l'entreprise doit avoir un retour tangible sur l'investissement ; accueillir des gens en exploration, formule de parrainage</p> <p>Enjeu : améliorer les connaissances des métiers associés à l'industrie ; informer les parents ; favoriser les passerelles entre le DEP et le DEC ; réduire le taux de décrochage (les décrocheurs : clientèle pour la FP)</p> <p>Actions : depuis 2003, 110 CFP se sont structurés en étroite collaboration avec l'industrie ; le travail de rapprochement commence à Matane en raison des besoins de Marmen ; métiers associés à l'industrie sont répertoriés dans trois domaines en éducation ; naissance d'une industrie en fabrication métallique + fabrication composite, notamment en lien avec l'industrie éolienne</p> <p>Actions : l'approche PGL (Table permanente d'échanges avec les entreprises)</p>
<p><b>Horticulture</b> Martine Matteau Directrice générale 450-774-3456</p>	<p>Contexte : manque de diplômé ; embauche au Guatemala ; emploi à caractère saisonnier ; influence des grands-parents dans le domaine ; PAMT (30 par année)</p> <p>Problématiques : approche plus positive à développer en regard des emplois saisonniers ; soutien de la formation initiale et continue</p> <p>Actions : salon carrières à Québec et Montréal ; capsule vidéo de promotion des métiers ; dépliant — Suis ta vraie nature ; trousse en collaboration avec ITA, Mapa, Mels, Fédération des commissions scolaires, Université Laval, Table de concertation en agriculture</p> <p>Événement : colloque de rapprochement école-industrie le 22 janvier — L'horticulture ornementale et l'éducation : Enraciner notre partenariat pour une relève qualifiée ; production d'un bilan des efforts de rapprochement réalisés au Québec</p> <p>Outils : données sur les entreprises</p>

<p><b>Industrie maritime</b> Claude Mailloux Directeur général 418-694-9059</p>	<p>Membres (90) : transport maritime (croisière, passager, marchandise) ; domaine portuaire Formation a un rôle crucial dans le secteur : personnel navigant et métiers non brevetés ; pour un marin, il y a deux employés à terre ; Diagnostic sectoriel en 2008 : déficit de main-d'œuvre et secteur en croissance ; offre supérieure à la demande Actions : salon de l'emploi, visite aux écoles ; outils Problématique : dossier des équivalences, notamment pour les personnes immigrantes</p>
<p><b>Industrie minière</b> Pierre Guimont Directeur général 418-653-9254, poste 221</p>	<p>Cadet des comités sectoriels Partenariat avec l'humoriste Réal Béland pour la valorisation du secteur Membres : 22 mines, 30 sites d'extraction et de transformation (15 000 travailleurs) Englobe 350 métiers et professions des trois ordres d'enseignement Actions : Semaine minière, salon de l'emploi, tournée dans les écoles (350) dans le cadre du PPO Outils : site Internet, feuille de chou 4 X par an, lancement d'un livre sur les emplois — avec témoignages —, en collaboration avec Job boom Problématiques : méconnaissance du secteur, image à moderniser</p>
<p><b>Métallurgie</b></p>	<p>Aucun retour du courriel : info@metallurgie.ca</p>
<p><b>Portes et fenêtres, meubles et armoires</b></p>	<p>Aucun retour du courriel : Info@clicemplois.net</p>
<p><b>Production agricole</b></p>	<p>Aucun retour du courriel : info@agricarières.qc.ca</p>
<p><b>Technologies de l'information et de la communication</b> Sylvie Gagnon Directrice générale 514-840-1286</p>	<p>Problématique de perception associée au secteur, même si les soutiens en informatique se placent partout où il y a des réseaux Cible surtout les universitaires DEC électro option télécommunication est une nouveauté Employeurs en région : Telus et Cogeco</p>
<p><b>Tourisme</b> Sylvie Lamarche Directrice du partenariat 450-651-6111, poste 226</p>	<p>Référé à Pierre Laplante, Directeur de l'ATR BSL et membre du Conseil des partenaires du marché du travail Impossibilité de coordonner le contact téléphonique</p>

<p><b>Transport routier</b>  Claude Chouinard  Directeur général  514-258-0964 (cellulaire)</p>	<p>Secteur : le plus gros employeur en Amérique du Nord ; 83% des marchandises transitent par camion ; le plus gros consommateur d'informatique</p> <p>Problématique : reconnaissance des acquis ; délais de 3 ans avant qu'un détenteur de permis puisse conduire un camion</p> <p>Contexte : mise à pied liée à la décroissance manufacturière comblée par les postes de mise à la retraite ; moyenne d'âge : 56 ans ; attrait du secteur pour le deuxième carrière</p> <p>Défi : se préparer au changement de pouvoir (période de transfert du pouvoir qui nécessitera une dizaine d'années ; en attendant, il est difficile de changer les mentalités des travailleurs de 50 ans et plus envers la génération Y (vie familiale : première valeur) ; l'industrie doit s'adapter aux attentes des jeunes); rapprocher l'entreprise de l'école</p> <p>Idées d'adaptation : garderie en milieu de travail, départager le travail</p> <p>Approche : valoriser les DEP par secteur et les DEC et les Bacc globalement</p> <p>Actions : salon, porte-ouverte, invitation spéciale</p> <p>Outils : trousse de Job Boom — les 50 métiers du transport</p>
---	--

## Annexe 7 — Entreprises sélectionnées

Nom	Nombre employés	Localisation
Bombardier	600	La Pocatière
Graphi 222 Inc	21	
Groupe Lebel	52	Kamouraska
Camille Dumais Inc	39	St-Pascal
Compagnie Normand	71	
Aliments Asta	400	St-Alexandre
E. Bastille et fils	115	Pohénégamook
Transport Guy Levasseur	60	
Richard Pelletier et Fils	55	Biencourt
Glendyne	275	St-Marc-du-Lac-Long
Batiteck	39	Cabano
PeterBilt	50	Saint-Louis-du-Ha-Ha
Groupe Plastic MS Inc	45	St-Antonin
Groupe NBG	53	Rivière-Bleue
Moulage sous-pression AMT	110	St-Cyprien
Prelco	270	Rivière-du-Loup
Premier horticulture	280	
Viande Du Breton	400	
Distribution PE Dubé	80	Trois-Pistoles
Groupe Gaz-O-Bar Inc	60	
Purdel	20	Bic
Telus	1 200	Rimouski
AMH	66	
Miralis	150	At-Anaclet
Transport Gino Bois	40	Ste-Luce
Bois BSL	260	Mont-Joli
NordCast	230	
Boiseries Rousseau	125	Métis
Cuisines Gaspésiennes	115	Matane
Smurfit Stone	106	
Verreault Navigation	290	Les Méchins

Impressions Alliance	165	Amqui
Agropur	70	
Fenetech	84	
Bois d'œuvre Cédrico	89	Causapsal
	6 085	

## Annexe 8 — Conseil régional des partenaires du marché du travail

Le Conseil régional des partenaires du marché du travail du Bas-Saint-Laurent est composé des personnes suivantes :

Représentants de la main-d'œuvre :

Alain Harrisson Conseiller régional, sections locales Fédération des travailleurs et travailleuses du Québec (FTQ), Président

Raymond Malenfant, administrateur, Syndicat des producteurs de lait du Bas-Saint-Laurent

Yanick Proulx, syndicat canadien de la fonction publique

Vincent Couture, Président Conseil central du Bas-Saint-Laurent (CSN)

Monique Ross, vice-Présidente comité exécutif, Conseil central Bas-Saint-Laurent (CSN)

Représentants des entreprises :

André Côté, directeur des ressources humaines, Félix Huard inc

Serge Bastien, vice président finance et administration, Gestion Groupe RT Ltée

Rayna Beaupré, directrice des ressources humaines Groupe Maritime Verreault

Julie Gagné, directrice des ressources humaines, Bois BSL Inc.

Pierre Laplante, directeur général, Association touristique régionale du Bas-Saint-Laurent

Germain Ouellet, vice-président ressources humaines, Premier Tech

Représentants des organismes communautaires :

Hélène Béland, directrice générale, Service de transition en emploi

Micheline Guérette, directrice générale, Les Ficelles de l'emploi

Représentants du milieu de la formation :

Lyne Beaulieu, directrice adjointe, Service formation continue, Cégep de Rimouski

Yvon Bouchard, doyen des études avancées et de la recherche, UQAR

Guilmont Pelletier, président, Commission scolaire du Fleuve-et-des-lacs

Diane Poulin, enseignante, CFP Pavillon de l'Avenir, Rivière-du-Loup

Représentants ministériels (sans droit de vote) :

Roger Cyr, directeur régional, ministère du Développement économique, de l'Innovation et de l'Exportation (MDEIE)

Gilles Julien, directeur régional, ministère des Affaires municipales et des Régions (MAMR)

Louise Boucher, directrice régionale, ministère de l'Immigration et des Communautés culturelles (MICC)

Pierre Robitaille, directeur régional Bas-Saint-Laurent, Emploi-Québec

Gérard Bédard, directeur régional, ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport (MELS).

## Annexe 9 — Recommandations en lien avec l'offre

Ces recommandations sont essentiellement tirées des données issues des groupes de discussion.

Élargir, en tant que société, notre vision de la formation professionnelle et technique de façon à ce qu'elle colle aux besoins des jeunes aussi bien que des adultes, aux aspirations de formation des individus comme aux besoins des entreprises et aux réalités économiques et sociales actuelles et futures.

Adapter les programmes de formation aux changements des pratiques industrielles.

Considérer la possibilité d'ajouter des cours de formation générale dans le programme de formation professionnelle — des continuums de formation favorisés par des programmes de formation initiale, à l'intention des jeunes, qui associent formation professionnelle et formation générale, l'une motivant et appuyant l'autre, dans une pédagogie intégrée et adaptée permettant la poursuite d'études supérieures.

Améliorer l'offre de services complémentaires aux jeunes de manière à enrichir la vie scolaire, notamment dans les centres.

Encourager la révision de la tâche des enseignants de la formation professionnelle au secondaire et au collégial ainsi que la révision de leur besoin de perfectionnement dans un contexte de formation en alternance.

Offrir une formation collégiale de moins de trois ans à ceux qui ont déjà un DEC et qui veulent se réorienter; à ceux qui vont perdre leur emploi, ou à ceux à qui le patron offre une promotion associée à une meilleure qualification.

Dans le même esprit, offrir une filière de formation professionnelle intensive, répondant aux besoins de formation continue de travailleurs déjà sur le marché du travail ou de jeunes qui désirent y accéder plus rapidement.

Encourager la réévaluation, par le MELS, du modèle scolaire qui est très abstrait. Le Test de Développement Général (TDG) rend trop facile l'accès à la formation professionnelle et dévalorise l'option.

Multiplier les passerelles DEP → DEC de manière à éliminer les appréhensions des parents qui craignent que le jeune pénètre dans une impasse.

Renommer certaines options de manière à les rendre plus attractives. Exemple : Tourisme, mécanique du bâtiment.

Favoriser la mise en place d'un système de qualification des entreprises d'accueil des élèves inscrits à un programme de formation en alternance et des mesures nécessaires pour assurer la formation des tuteurs.

Solliciter l'engagement du gouvernement et de ses sociétés d'état pour accueillir des élèves-stagiaires.

Considérer que les mises à niveau d'environ huit semaines freinent l'accès à la formation professionnelle pour les clientèles éloignées du marché du travail.

Avoir plus de conseillers en orientation aux services des clientèles.

Reconnaître l'importance du tutorat sur la persévérance des clientèles fragiles.

Revoir l'approche actuelle qui isole les centres de formation professionnelle et les centres d'éducation aux adultes DEP des écoles régulières.

Reconnaître qu'il faut des moyens accrus et plus de souplesse aux organismes communautaires quant à leur possibilité de recrutement des jeunes.

**Stratégie de valorisation de la formation professionnelle et technique du Bas-Saint-Laurent**  
**Schématisation du Plan d'action**

