



COMITÉ SECTORIEL DE
MAIN-D'ŒUVRE DES
SERVICES AUTOMOBILES
CSMO-AUTO.COM

Plan d'action

2010 - 2011

Au 31 janvier 2010

TABLE DES MATIÈRES

1.	L'industrie des services automobiles tient la route	3
1.1	Une industrie en manque d'expérience.....	3
2.	L'industrie des services automobiles et ses enjeux.....	6
2.1	ENJEU 1- Maîtriser les changements	6
2.2	ENJEU 2- Ajuster la formation initiale aux nouvelles réalités	7
2.3	ENJEU 3- Attirer et fidéliser la main-d'œuvre.....	7
2.4	ENJEU 4- Accroître le développement et le transfert des connaissances	8
3.	Le CSMO et ses défis.....	9
3.1	Mobiliser les partenaires autour d'objectifs communs	9
3.2	Table de travail industrie-école	9
4.	LES PROJETS AU PLAN D'ACTION 2010 - 2011.....	10
4.1	ORIENTATION 1 – Représentation et crédibilité	11
4.2	ORIENTATION 2 – Partenariat.....	12
4.3	ORIENTATION 3 – Formation de la main-d'oeuvre	13
4.4	ORIENTATION 4 – Pratiques de gestion des ressources humaines.....	16
4.5	ORIENTATION 5 – Communication et information	17

LISTE DES TABLEAUX

Tableau 3.1	Développement de la norme professionnelle Technicien et technicienne de véhicules récréatifs
Tableau 3.1.1	Activités reliées au Cadre : Promotion du Programme d'apprentissage en milieu de travail (PAMT) Technicien et Technicienne de véhicules récréatifs
Tableau 3.2	Développement de la norme professionnelle Conseiller et conseillère en vente d'automobiles
Tableau 3.2.1	Activités reliées au Cadre : Promotion du Programme d'apprentissage en milieu de travail (PAMT) Conseiller et conseillère en vente d'automobiles

1. L'INDUSTRIE DES SERVICES AUTOMOBILES TIENT LA ROUTE

Avec plus de 5 665 272 véhicules immatriculés sur les routes du Québec, on comprend la place qu'occupe le secteur automobile dans l'économie québécoise. L'industrie des services automobiles regroupe l'ensemble des activités de l'après-marché automobile : la mécanique automobile, la mécanique de véhicules lourds et de véhicules légers, la carrosserie, la vente de véhicules neufs et d'occasion, la vente de véhicules récréatifs et de véhicules légers, la vente de pièces et d'accessoires ainsi que le recyclage de pièces et de véhicules. C'est une industrie solidement implantée qui emploie quelque 100 000 travailleurs répartis dans 10 285 entreprises sur l'ensemble du territoire québécois.

Bien quelles soient réparties partout au Québec, on dénote toutefois une plus grande concentration d'entreprises dans la grande région métropolitaine de Montréal comprenant Laval et Longueuil, dans celle de Québec et, dans celle de la Montérégie qui en compte le plus grand nombre. Ces petites et moyennes entreprises (PME) sont de petites tailles ainsi, la grande majorité d'entre elle compte moins de cinq employés.

1.1 Une industrie en manque d'expérience

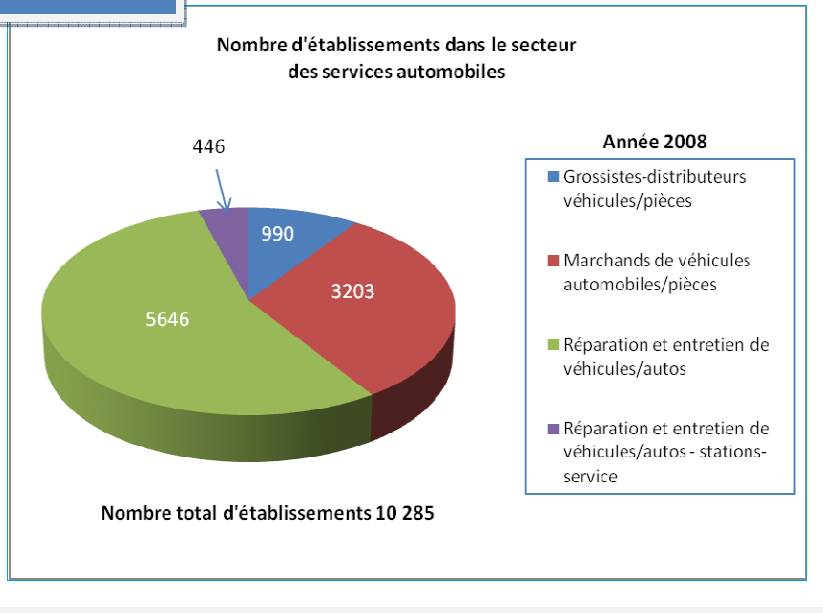
L'industrie des services automobiles a un grand pouvoir attractif sur la clientèle étudiante au secondaire. La raison en est fort simple, les véhicules font rêver. Ils inspirent la liberté, les jeunes garçons tout particulièrement s'identifient à ces produits. Résultat, beaucoup d'inscriptions aux programmes et peu de finissants au bout de la route. L'apprentissage est difficile, l'ère des technologies aidant, les jeunes s'aperçoivent, une fois inscrits dans un programme de formation initiale, que ce n'était pas ce à quoi ils s'attendaient et plusieurs décrochent.

Parmi les étudiants qui terminent leurs études, certains intègrent les entreprises de l'industrie mais y travaillent que peu de temps. Pour ceux qui y font carrière, ils peinent à se qualifier et à obtenir une carte de compagnon. En conséquence, le nombre de compagnons est à la baisse et le transfert du savoir-faire est en perte de vitesse. Le manque d'expérience est devenu un frein pour le développement des compétences dans les entreprises. À contrario, notons que l'industrie a la chance d'avoir une population active relativement jeune; elle compte plus 60 % de ses travailleurs qui ont moins de 45 ans.

Le CSMO, appuyé par les principaux intervenants du secteur automobile, entreprendra des actions concrètes pour attirer, fidéliser et développer une main-d'œuvre capable de relever les défis actuels et à venir. D'ailleurs, ce plan d'action en fait foi puisque les projets proposés s'appuient sur les stratégies identifiées par les partenaires de l'industrie lors du Forum d'orientations triennales de 2009.

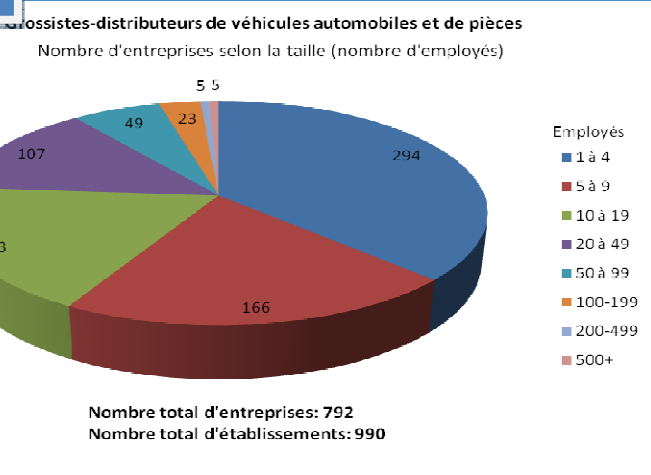
Dans le graphique 1.1, vous retrouvez le nombre d'établissements dans le secteur des services automobiles, soit 10 285. Le secteur de la réparation et de l'entretien de véhicules totalise à lui seul 5 646 établissements, c'est le plus grand secteur. Il est important de considérer le nombre de stations-service, 446.

Graphique 1.1



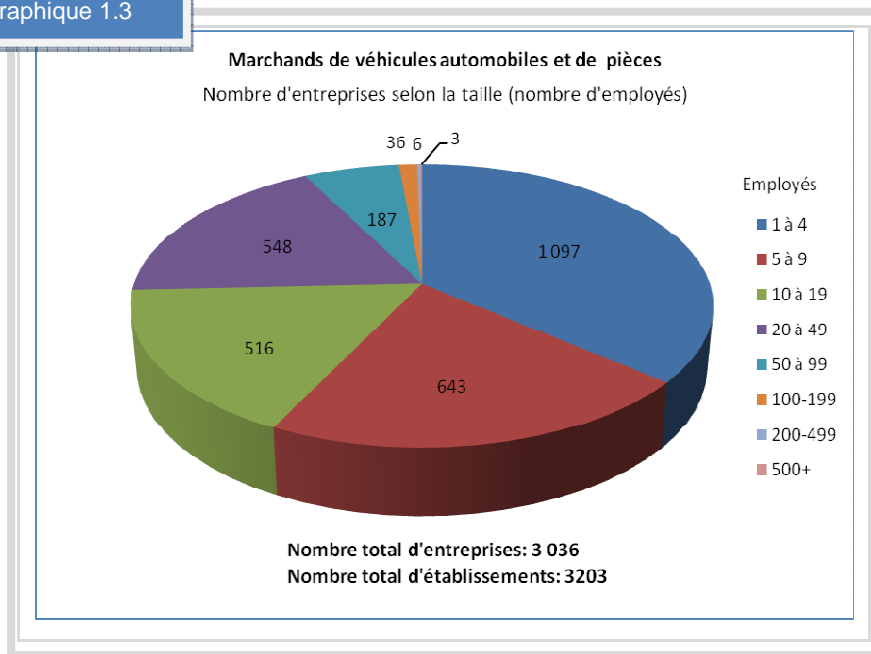
Le graphique 1.2 démontre le nombre d'entreprises grossistes-distributeurs de véhicules automobiles et de pièces selon la taille, c'est-à-dire en fonction du nombre d'employés. La taille varie de 1 à 4 employés pour une majorité d'entreprises qui sont les plus petites de l'industrie jusqu'à plus de 500 dans une très mince proportion.

Graphique 1.2



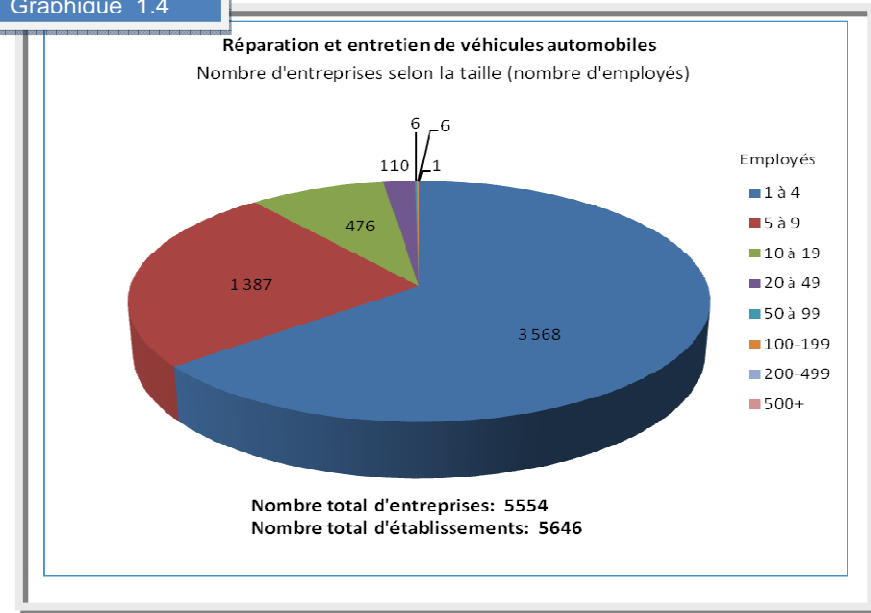
Le graphique 1.3 représente les marchands de véhicules automobiles et de pièces et le nombre d'entreprises par nombre d'employés. Encore une fois, on dénote que ce sont les petites entreprises ayant 1 à 4 employés qui sont majoritaires dans ce secteur.

Graphique 1.3



Quant au graphique 1.4, il représente le secteur de la réparation et entretien de véhicules automobiles selon leur taille. L'on constate que le trois-quarts d'entre elles sont composées de 1 à 4 employés.

Graphique 1.4



2. L'INDUSTRIE DES SERVICES AUTOMOBILES ET SES ENJEUX

Les années à venir ne seront pas de tout repos pour l'industrie des services automobiles. Les causes liées à ce rythme effréné seront dues en grande partie à l'accélération du développement technologique, à l'adoption de nouvelles législations environnementales et au recul pressenti de l'économie. Dans ces circonstances, pas question pour l'industrie d'être au neutre, il y a un trop long chemin à parcourir. Voici les grands enjeux auxquels devront s'attaquer les principaux acteurs de l'industrie.

2.1 ENJEU 1- Maîtriser les changements

2.1.1 Une main-d'œuvre à la merci des nouvelles technologies

La gamme de véhicules se diversifie constamment et ne cesse de se perfectionner. Les véhicules d'aujourd'hui comprennent un amalgame de systèmes informatiques, électroniques et électriques qui complexifie considérablement les tâches d'entretien et de réparation. Les entreprises doivent investir dans le développement des compétences de leur main-d'œuvre, d'une part pour maintenir à jour les connaissances mais, aussi, pour en acquérir de nouvelles. Le rythme d'apprentissage va s'accroître dans les prochaines années en grande partie parce que de nouveaux produits font leur apparition, pensons à la technologie hybride, à la télématique, aux systèmes Bluetooth et GPS ainsi qu'aux nouveaux alliages qui composent les pièces et les carrosseries.

2.1.2 Virage vert

S'ajoute au défi des technologies, celui de l'environnement. En effet, de nouvelles législations environnementales, fortement stimulées par une conscience sociale des plus aiguës, pressent les entreprises et les employés à adopter de nouvelles pratiques de travail. Le recyclage prend de l'essor, la récupération des pièces et des véhicules soumis à de nouveaux règlements amène à l'avant scène, des métiers qui étaient méconnus. Que se soit les métiers de démonteur, démanteleur, d'étiqueteur, de commis à la cour, ils devront être réévalués et adaptés à ces nouveaux besoins.

2.1.3 La maîtrise du changement, la clé du succès

L'industrie s'est déjà dotée de quelques pistes d'action pour affronter les changements en restant bien sur ses roues. Les pistes d'actions qui seront mises de l'avant viseront à accentuer la formation des travailleurs pour leur permettre d'accéder à de la formation continue au gré de l'avancée technologique. Le travail en partenariat sera privilégié entre le CSMO, les comités paritaires de l'automobile (CPA), le Conseil provincial des comités paritaires de l'automobile (CPCPA) ainsi que des centres de formation professionnelle (CFP). Arrimer le changement avec la main-d'œuvre doit passer obligatoirement par l'amélioration et l'adaptation de l'offre de formation pour répondre aux besoins du secteur. Le développement des compétences n'aura jamais eu autant de sens pour les travailleurs de l'industrie que dans les prochaines années.

2.2 ENJEU 2- Ajuster la formation initiale aux nouvelles réalités

2.2.1 L'industrie et l'école un partenariat de classe

Les dernières années ont permis de faire ressortir toute l'importance que revêt la formation initiale pour faire carrière dans l'industrie des services automobiles. L'apprentissage d'un métier passe d'abord par l'école et, les entreprises de l'industrie en sont de plus en plus conscientes. Il est fini le jour où, pour obtenir un emploi dans le secteur automobile, être passionné suffisait. Cependant, la formation initiale doit s'adapter aux changements presque aussi rapidement que doit le faire l'industrie. D'où la pertinence d'établir un partenariat qui assurera un rapprochement entre le milieu du travail et celui de l'éducation. L'objectif sera de faciliter l'apprentissage en milieu de travail et d'assurer une meilleure intégration au marché du travail post formation. Le dernier volet lié à l'établissement d'un partenariat plus rigoureux entre l'entreprise et l'école est l'adéquation des programmes de formation initiale aux besoins réels de l'industrie. Certains programmes datent et doivent être révisés, d'autres complètement revampés et, voire même, entièrement développés.

2.3 ENJEU 3- Attirer et fidéliser la main-d'œuvre

2.3.1 Attirer pour les bonnes raisons

L'industrie des services automobiles multiplie les efforts pour attirer des candidats dans les programmes de formation professionnelle. Le problème ne réside pas dans le pouvoir attractif des véhicules mais bien dans la capacité d'intéresser les candidats qui ont véritablement le potentiel de pratiquer un métier dans l'industrie. Le défi est de présenter le vrai visage des différents métiers et de démontrer la place déterminante des nouvelles technologies dans le travail quotidien des professionnels de l'automobile. Les outils de promotion et de communication visent de plus en plus à démystifier les croyances des jeunes, à savoir qu'il est facile et « le fun » de travailler sur un véhicule. Travailler sur le message devrait permettre d'assurer une meilleure rétention des personnes qui s'inscrivent dans les programmes d'étude.

2.3.2 Valoriser la formation, une question de crédibilité

La rétention des étudiants dans les programmes d'étude professionnelle (DEP) et dans l'accueil et l'intégration en milieu de travail reposent sur la valorisation des DEP auprès des employeurs. Certains préjugés tenaces à l'égard des centres de formation professionnelle (CFP) et des DEP persistent toujours. Les employeurs ne voient pas toujours d'un bon œil la formation parce qu'ils la croient désuète ou qu'elle ne représente pas la réalité du milieu de travail. Il est donc impératif de combattre ces préjugés et de sensibiliser les employeurs à la qualité de la formation offerte à la relève et à la crédibilité des CFP. Les visites d'entreprises dans les CFP seront, entre autres, une avenue privilégiée.

2.3.3 Des employés fidèles et des employeurs fiables

Les employeurs de l'industrie recherchent des formules efficaces pour accueillir, intégrer et fidéliser la main-d'œuvre dans leur entreprise. Depuis plusieurs années, les entreprises connaissent un bon roulement de la main-d'œuvre. Autant les employeurs souhaitent avoir des travailleurs motivés, travaillants et fidèles, autant les travailleurs veulent avoir des employeurs fiables, qui tiennent leurs promesses et qui les impliquent dans l'organisation du travail. La clé du succès de l'entreprise et sa

productivité dépendent entièrement de son équipe de travail. Fidéliser suppose intéresser, mobiliser, respecter et faire confiance à ses employés. Les employeurs doivent changer leur vision de la gestion des ressources humaines s'ils veulent fidéliser leur main-d'œuvre.

L'accès à de la formation continue est au cœur des préoccupations des travailleurs de l'industrie. En fait, la culture de formation dans les entreprises repose sur les épaules d'un seul employé, celui qui est perçu comme étant le meilleur. Cette stratégie implique que c'est cet employé qui transfère son nouveau savoir à ses collègues. En pratique, cette façon de faire n'est pas des plus efficaces, bien souvent les employés se plaignent que leur propre besoin d'apprentissage n'est pas comblé. Sur le plan de l'organisation du travail, les employeurs ne veulent ou ne peuvent pas envoyer en formation plusieurs employés à la fois, la productivité de l'atelier en serait affectée. Cependant, considérant tous les changements technologiques actuels et à venir, il faudra rectifier cette situation. Il devient risqué de former qu'une seule ressources puisqu'en l'absence de cette personne, il est difficile, voire impossible, d'assurer le service d'entretien et de réparation. Le défi est donc de sensibiliser les employeurs à l'importance d'investir dans la formation pour fidéliser leurs employés et pour assurer la pérennité de l'entreprise.

2.4 ENJEU 4- Accroître le développement et le transfert des connaissances

2.4.1 Le savoir des compagnons, la courroie de transmission de l'industrie

La structure des entreprises de l'industrie des services automobiles est foncièrement basée sur le compagnonnage comme moyen privilégié de transfert des connaissances. Cette stratégie a fait son chemin et facilite grandement l'apprentissage et la mise en pratique des tâches liées aux opérations des travailleurs de métier. L'industrie étant en manque de compagnons, de nouvelles stratégies devront être envisagées pour assurer le transfert des savoirs en entreprise. Les partenaires désirent initier des projets misant sur le mentorat pour assurer un suivi aux travailleurs et pour les aider à cheminer dans le développement de leurs compétences. Il est impératif qu'un processus d'encadrement du transfert des compétences soit mis en place pour guider les compagnons, mentor et coach sur les façons de faire les plus porteuses et sur l'opérationnalité du transfert au quotidien.

2.4.2 Démocratiser la formation

Faciliter l'accès à la formation pour l'ensemble des travailleurs serait une plus value. Démocratiser l'accès à la formation apporterait une bonne dose de dynamisme dans l'entreprise et encouragerait la collégialité entre les employés. Chacun serait plus ouvert à échanger et à transférer son savoir en étant complémentaire et en amenant des résultats concrets sur le développement global du savoir dans l'entreprise. Les gestionnaires pourraient miser sur l'expertise et sur les compétences de chacun pour mobiliser l'équipe et développer un sentiment d'appartenance à l'entreprise. L'industrie ne peut plus se permettre de saper le potentiel des employés au détriment de la productivité.

Si le transfert des savoirs se fait entre employés, il peut également se faire entre employeurs. Les partenaires auraient intérêt à promouvoir les bonnes pratiques en formation continue dans le but d'insuffler des idées aux entreprises et de les aider à identifier les formules de formation continue qui offrent le meilleur rendement. Cette sensibilisation et cet éveil stimuleraient les employeurs à investir dans le développement d'un réseau de partenaires qui les soutiendrait et qui accroîtrait les opportunités.

3. LE CSMO ET SES DEFIS

Lors de la planification stratégique triennale du CSMO, les partenaires ont identifié cinq priorités d'actions qui leur semblaient les plus cruciales : soutenir le mentorat en entreprise, intégrer l'employé, favoriser l'apprentissage en milieu de travail, soutenir le transfert des connaissances en entreprise et, rapprocher l'entreprise et le milieu de l'éducation. Ces actions sont larges et ont besoin d'être éclatées en projets. Le plan d'action ici déposé propose déjà des pistes de solution mais, il y a encore du chemin à parcourir. Le CSMO a plusieurs défis à relever mais, pour l'année 2010-2011, il se propose de se consacrer à deux d'entre eux : mobiliser les partenaires autour d'objectifs communs et initier une Table de travail industrie-école.

3.1 Mobiliser les partenaires autour d'objectifs communs

Pour répondre aux besoins de l'industrie, le CSMO doit d'abord mobiliser ses partenaires autour d'objectifs communs. Cette mobilisation s'est déjà bien amorcée avec les travaux qui ont été effectués lors de l'étude sectorielle et du Forum d'orientations triennales. En fait, cet exercice a permis de mettre en lumière les possibilités et les limites d'interventions du CSMO. Maintenant, il faut créer une synergie avec les différents partenaires pour les impliquer dans l'élaboration, le développement et dans le déploiement des projets.

3.1.1 Un premier signe positif de mobilisation

Travailler ensemble plutôt qu'en silo, était la conclusion du Forum d'orientations triennales. Le thème du Forum était d'ailleurs « C'est le temps de le faire » pour qualifier la situation d'urgente et l'intervention nécessaire sur le plan de la formation de la main-d'œuvre. Ce premier signe positif de mobilisation est motivé par celui de négocier un protocole d'entente sur la formation continue de la main-d'œuvre entre le CSMO et le Conseil provincial des comités paritaires.

Historiquement, à la création du CSMO, les deux entités avaient convenu que, d'un côté comme de l'autre, ils n'empièteraient pas sur leur champs de compétences respectif. Ce qui signifiait que le CSMO ne développerait pas de formation continue pour les métiers assujettis et que les CPA laisseraient au CSMO la formation dédiée aux métiers non assujettis.

Avec le temps, les partenaires ont constaté que cet arrangement posait des limites. Les CPA ne couvrant pas l'ensemble du territoire québécois, ne peuvent assurer un développement de formation uniforme et accessible à tous. L'objectif de formation des CPA est surtout de soutenir les apprentis à atteindre leur qualification. D'un côté, on retrouve donc les CPA qui ont une limite territoriale mais qui ont une structure facilitant la diffusion de formation sur leur territoire. De l'autre côté, il y a le CSMO qui a des limites de diffusion de la formation mais, qui a davantage accès à du financement pour élaborer des programmes de formation. Le protocole d'entente qui sera étudié au plan d'action 2010-2011, devrait favoriser la collaboration et la complémentarité entre les deux organismes en harmonie avec leur mission respective.

3.2 Table de travail industrie-école

La formation initiale est essentielle aux entreprises de l'industrie des services automobiles. Dans le même ordre d'idée, le milieu de l'éducation a besoin des entreprises pour mettre à jour les programmes de formation et pour faciliter l'accès à des stages pour leurs étudiants. Le MELS doit fréquemment recourir à l'industrie pour réviser, adapter et développer les contenus de formation. Une collaboration plus étroite entre les CFP et les entreprises doit également s'établir pour promouvoir et attirer de la relève, pour

assurer l'apprentissage en milieu de travail et pour aider au perfectionnement des enseignants. Devant l'étendue des besoins et par souci d'efficacité, le CSMO entrevoit solliciter auprès du MELS la création d'une Table de travail industrie-école. À cette Table siègeraient des représentants du milieu de l'éducation et de l'industrie. Cette initiative a été saluée par les partenaires puisqu'elle favorisera un meilleur arrimage entre les deux milieux et créera une alliance durable bénéfique à tous.

4. LES PROJETS AU PLAN D'ACTION 2010 - 2011

Vous trouverez aux pages suivantes la description des projets par orientation.

4.1 ORIENTATION 1 – Représentation et crédibilité

ACTIVITÉS ET MOYENS	RÉSULTATS VISÉS ET INDICATEURS DE RÉSULTATS	RÉGION
Conseil d'administration (CA)	Tenir 4 conseils par année Tenir 1 assemblée générale annuelle	
Comité exécutif (CE)	Tenir 6 comités par année	
Comité consultatif (CC)	Tenir 2 comités par année Élargir la représentativité à tous les secteurs	

4.2 ORIENTATION 2 – Partenariat

ACTIVITÉS ET MOYENS	RÉSULTATS VISÉS ET INDICATEURS DE RÉSULTATS	RÉGION
<p>1. Promouvoir la table dans le secteur du véhicule lourd routier</p> <ul style="list-style-type: none"> Élargir la représentativité des entreprises au sein de la Table Réunir la Table 2 fois l'an Identifier un premier plan d'action en lien avec les problématiques de ce sous-secteur 	<ul style="list-style-type: none"> Mise en œuvre d'un plan d'action <p>Indicateur spécifique</p> <ul style="list-style-type: none"> Nombre de participants représentatifs des intervenants du secteur 	<p>Tout le Québec</p>
<p>2. Poursuivre l'implication à la Table environnement et véhicules routiers de Recyc-Québec</p> <ul style="list-style-type: none"> Contribuer aux activités et aux projets de la Table 	<ul style="list-style-type: none"> Intervenir dans un groupe qui tient compte de problématiques spécifiques Alimenter en information les entreprises de l'industrie sur les lois, les règlements et les tendances environnementales qui ont ou qui auront une incidence dans leur réalité 	<p>Tout le Québec</p>
<p>3. Partenariat sur la formation initiale</p> <ul style="list-style-type: none"> Collaborer avec le MELS à l'analyse des secteurs liés à l'équipement motorisé Constituer un comité de veille issu de l'industrie et de l'éducation 	<ul style="list-style-type: none"> Répondre aux besoins spécifiques de l'industrie en matière de formation initiale, d'ATE et de stage Soutenir le MELS dans ses activités liées à la formation initiale 	<p>Tout le Québec</p>

4.3 ORIENTATION 3 – Formation de la main-d’œuvre

ACTIVITÉS ET MOYENS	RÉSULTATS VISÉS ET INDICATEURS DE RÉSULTATS	RÉGION
<p>1. Protocole d’entente sur la formation continue avec le CPCPA Élaborer un protocole d’entente en formation continue</p> <ul style="list-style-type: none"> • Collaborer avec le CPCPA, les CPA, les associations et la CPMT • Développer un protocole d’entente qui vise à assurer le développement, l’adaptation et la diffusion de la formation continue • Former un comité de travail 	<ul style="list-style-type: none"> • Définir les termes du partenariat • Identifier les conditions à respecter • Identifier les rôles et les responsabilités des partenaires 	<p>Montréal Québec Saguenay-Lac-St-Jean Mauricie Laurentides – Lanaudière Cantons de l’Est</p>
<p>2. Apprentissage virtuel sur les aspects juridiques et financiers des ventes</p> <ul style="list-style-type: none"> • Adapter le contenu de la formation pour l’AMVOQ (dans le cadre de la norme professionnelle) • Revoir entièrement les modalités de la formation • Promouvoir la formation 	<ul style="list-style-type: none"> • Former le plus grand nombre de conseillers en vente • Uniformiser la formation <p>Indicateurs spécifiques :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Augmenter le nombre d’apprenants de 10 % 	<p>Tout le Québec</p>
<p>3. Analyse du programme de formation professionnelle en vente de pièces et d’accessoires automobiles</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Appuyer les CFP dans la réflexion des changements à apporter au programme • Permettre aux employeurs de nommer leurs 	<p>Les 11 CFP qui offrent le DEP en vente de pièces mécaniques et d’accessoires</p>

<ul style="list-style-type: none"> • Organiser des rencontres entre les employeurs et les Centres de formation professionnelle qui offrent le DEP pour discuter des problématiques rencontrées par les CFP dans l'offre de formation et dans l'attraction des étudiants dans le programme • Identifier les besoins du secteur de la vente de pièces et d'accessoires en regard de la formation professionnelle • En collaboration avec le MELS et les CFP, envisager l'adaptation du programme pour les véhicules lourds 	besoins et leurs attentes <ul style="list-style-type: none"> • Mettre à contribution le MELS 	
<p>4. Élaborer une formation continue pour les conseillers techniques</p> <ul style="list-style-type: none"> • Organiser une rencontre avec les 2 CFP qui offrent une formation aux entreprises • Adapter s'il y a lieu le contenu • Adapter le développement du contenu • Diffuser la formation 	<ul style="list-style-type: none"> • Développer une formation uniforme aux métiers et de courte durée • Dispenser la formation à tous les secteurs visés <p>Indicateurs spécifiques</p> <ul style="list-style-type: none"> - Définir un nombre de conseillers à former - Définir un nombre d'associations participantes 	<p>Tout le Québec</p>
<p>5. Réaliser une étude sur le transfert des savoirs en entreprise</p> <ul style="list-style-type: none"> • Effectuer une recherche documentaire • Recenser les pratiques actuelles • Créer un modèle de rétention et de transfert des savoirs applicable dans l'industrie 	<ul style="list-style-type: none"> • Proposer aux entreprises un modèle concret facilement applicable • Rendre le modèle accessible en ligne 	<p>Tout le Québec</p>
<p>6. Norme professionnelle de technicien en véhicule récréatif</p> <ul style="list-style-type: none"> • Développer le dispositif d'évaluation et 	<ul style="list-style-type: none"> - Certifier les techniciens - Mobiliser les entreprises 	<p>Tout le Québec</p>

<ul style="list-style-type: none"> de reconnaissance des compétences Promouvoir la norme 	<p>Indicateurs spécifiques Voir tableau 3.1</p>	
<p>7. Norme professionnelle Conseiller en vente</p> <ul style="list-style-type: none"> Développer les outils de formation Développer le dispositif d'évaluation et de reconnaissance des compétences Promouvoir la norme 	<ul style="list-style-type: none"> - Certifier les techniciens - Mobiliser les entreprises <p>Indicateurs spécifiques Voir tableau 3.2</p>	<p>Tout le Québec</p>
<p>8. Norme professionnelle pour les techniciens de moto</p> <ul style="list-style-type: none"> Réaliser une Étude de pertinence Faire l'analyse de profession Établir le profil de compétences 	<p>Obtenir un mandat clair du secteur pour élaborer la norme</p>	<p>Tout le Québec</p>
<p>9. Norme professionnelle pour les conseillers techniques</p> <ul style="list-style-type: none"> Réaliser une Étude de pertinence Faire l'analyse de profession Établir le profil de compétences 	<p>Obtenir un mandat clair du secteur pour élaborer la norme</p>	<p>Tout le Québec</p>

4.4 ORIENTATION 4 – Pratiques de gestion des ressources humaines

ACTIVITÉS ET MOYENS	RÉSULTATS VISÉS ET INDICATEURS DE RÉSULTATS	RÉGION
<p>1. <i>Élaborer un guide d'accueil, d'intégration et de fidélisation des employés en milieu de travail</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Soutenir les employeurs en GRH • Développer des outils simples d'utilisation • Moduler l'information 	<ul style="list-style-type: none"> • Avoir un guide simple et accessible sur le site internet • Faciliter l'accueil, l'intégration et la fidélisation des employés <p>Indicateurs spécifiques : Nombre d'employeurs à l'utiliser</p>	<p>Tout le Québec</p>
<p>2. <i>Étude sur les travailleurs immigrants</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Documenter la question des travailleurs immigrants comme une main-d'œuvre potentielle pour les entreprises • Identifier les secteurs où les personnes immigrantes sont actives • Analyser le processus d'accueil et d'intégration des personnes immigrantes • Sonder l'intérêt des entreprises de l'industrie 	<ul style="list-style-type: none"> • Donner une nouvelle main-d'œuvre à l'industrie • Fournir l'information juste sur cette clientèle 	<p>Tout le Québec</p>

4.5 ORIENTATION 5 – Communication et information

ACTIVITÉS ET MOYENS	RÉSULTATS VISÉS ET INDICATEURS DE RÉSULTATS	RÉGION
<p>1. Poursuivre activement les activités de promotion des métiers et de l'industrie des services automobiles</p> <ul style="list-style-type: none"> • Développer des outils en choix de carrière, s'adressant aux clientèles cibles du CSMO • Participer aux événements de carrière, visant à informer les jeunes ou regroupant les conseillers d'orientation • Bonifier et améliorer le contenu de la boîte à outils dans le programme de projet personnel d'orientation pour l'industrie automobile (PPO) 	<ul style="list-style-type: none"> • Sensibiliser rapidement les jeunes à la réalité de l'industrie, aux exigences des métiers et au profil des personnes recherchées • Soutenir la diffusion d'un message complet et juste des opportunités d'emploi dans l'industrie, auprès des jeunes, des professionnels en orientation de carrière et de la population en général • Améliorer l'image de l'industrie et fournir une information à jour sur l'industrie et les métiers clés <p>Indicateurs spécifiques :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nombre de jeunes rejoints / nombre d'événements 	<p>Tout le Québec</p>
<p>2. Faire connaître les enjeux et les défis du secteur ainsi que les réalisations du Comité sectoriel Assurer une présence soutenue dans les milieux de l'automobile, de l'éducation et de l'emploi</p> <ul style="list-style-type: none"> • Informer l'industrie de 	<ul style="list-style-type: none"> • Assurer la visibilité des actions du Comité sectoriel auprès des partenaires • Faire connaître les services et les outils disponibles pour les entreprises de l'industrie 	<p>Toutes les régions</p> <p>(régions à cibler, complémentaires aux projets annuels)</p>

l'automobile, le milieu de l'éducation et les différents organismes intervenant sur l'emploi, sur les projets en cours et sur les outils disponibles dans le cadre d'événements publics

- Effectuer des tournées régionales

Miser sur l'Internet comme outil stratégique de communication

- Promouvoir le site Internet
- Assurer la mise à jour du site Internet du Comité sur une base continue
- Concevoir et réaliser des capsules vidéo portant sur les métiers de l'industrie
- Concevoir un Power Point de présentation de l'industrie dédié aux écoles
- Réaliser des témoignages d'employeurs, d'employés, d'étudiants et d'intervenants
- Produire « Le Clignotant », véhicule électronique du Comité et en assurer la diffusion

Promouvoir le site internet conjoint en mécanique

Répondre aux demandes

- Tenir à jour un réseau fonctionnel de communication avec les partenaires clés
- Assurer la fluidité des communications avec l'industrie
- Améliorer le référencement du site

Indicateurs spécifiques :

- Produire 3 à 5 capsules des métiers
- Nombre de personnes fréquentant le site
- Impacts sur la demande d'information
- Nombre d'événements

d'information téléphoniques et électroniques

- Informer les différents publics : étudiants, industrie, médias, emploi, etc.
- Maintenir à jour une banque de données sur l'industrie et la main-d'œuvre

Promouvoir l'industrie

- Collaborer avec les CFP à implanter une formule de « Porte ouverte » pour promouvoir l'industrie
- Valoriser la formation initiale auprès des entreprises de l'industrie
- Participer à des journées carrières, visite d'écoles, salons et foires de la formation et de l'emploi
- Participer à divers événements de nos partenaires, (Salon VR, Salon de la moto, Salon de l'auto etc.)

Tableau 3.1

Développement de la norme professionnelle
Technicien et technicienne de véhicules récréatifs

NORME	TRAVAUX PRÉVUS	ÉCHÉANCIER
1. Dépôt de la norme professionnelle	<ul style="list-style-type: none">▪ Assentiment du conseil d'administration▪ Groupes de discussion pour l'obtention d'un large consensus sectoriel	Automne 2008 Printemps 2009
2. Adapter les outils d'apprentissage, d'encadrement, d'évaluation et de reconnaissance des compétences	<ul style="list-style-type: none">▪ Élaborer le guide du compagnon▪ Élaborer le carnet de l'apprenti▪ Élaborer les outils d'évaluation▪ Élaborer les outils de reconnaissance des compétences	Hiver 2009 Automne 2009
3. Valider les outils d'apprentissage, d'encadrement, d'évaluation et de reconnaissance des compétences	<ul style="list-style-type: none">▪ Valider les outils auprès du comité d'orientation▪ Valider les outils auprès de l'industrie▪ Valider les outils d'évaluation▪ Valider les outils de reconnaissance des compétences	Hiver 2009 Hiver 2010
4. Développer les outils de promotion du PAMT	<ul style="list-style-type: none">▪ Création du matériel promotionnel▪ Diffusion du PAMT	Hiver 2009 Hiver 2010

5. Élaborer et rédiger le bilan du projet	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Rédaction et diffusion du bilan 	Printemps 2009 Printemps 2010
6. Promotion et soutien aux entreprises et CLE post-projet	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Promotion de la norme dans le secteur ▪ Support aux entreprises- signatures des ententes ▪ Support aux CLE- Promotion du PAMT et mise en œuvre 	En continu

Tableau 3.1.1

Activités reliées au Cadre : Promotion du Programme d'apprentissage en milieu de travail (PAMT)
Technicien et Technicienne de véhicules récréatifs

Activité	Région		
Activités de promotion :			
Activités d'implantation :	Bas St-Laurent :	5	Région (s) :
	Saguenay-Lac-St-Jean :	5	Nature de la collaboration :
	Capitale Nationale :	20	
	Mauricie :	10	
	Estrie :	15	
	Montréal :	5	
	Outaouais :	5	
	Abitibi-Témiscamingue :	5	
	Côte-Nord :	0	
	Nord-du-Québec :	0	
	Gaspésie (IDM) :	5	
	Chaudières Appalaches :	5	
	Laval :	15	
	Lanaudière :	5	
	Laurentides :	10	
	Montérégie :	30	
	Centre du Québec :	<u>0</u>	
	TOTAL DES SIGNATURES <u>140</u>		

Tableau 3.2 :

Développement de la norme professionnelle
Conseiller et conseillère en vente d'automobiles

ÉTAPES	DESCRIPTION	DURÉE
1- Dépôt de la demande de subvention pour l'élaboration de la Norme	<ul style="list-style-type: none"> Dépôt de la norme professionnelle à la Commission des partenaires du marché du travail 	Novembre 2008
2- Analyse de profession	<ul style="list-style-type: none"> Création d'un comité d'experts du métier afin de réaliser l'analyse de profession 	Hiver 2009
3- Réalisation du profil de compétences	<ul style="list-style-type: none"> Création du comité d'orientation Élaboration des compétences essentielles et complémentaires 	Printemps 2009 Été 2009
4- Validation du profil de compétences	<ul style="list-style-type: none"> Validation auprès de du secteur afin d'obtenir un large consensus sectoriel 	Printemps 2009 Été 2009
5- Réalisation de la norme professionnelle	<ul style="list-style-type: none"> Rédaction du document de la norme professionnelle 	Automne 2009
6- Validation de la norme professionnelle	<ul style="list-style-type: none"> Validation auprès du secteur afin d'obtenir un large consensus sectoriel 	Automne 2009
7- Création des outils pédagogiques	<ul style="list-style-type: none"> Création du guide du compagnon, du carnet d'apprenti, des outils d'évaluation et de reconnaissance des compétences (peut différer du système de compagnonnage) 	Hiver 2010
8- Validation des outils pédagogiques	<ul style="list-style-type: none"> Valider les outils d'évaluation et de reconnaissance des compétences auprès du comité d'orientation, de l'industrie, 	Printemps 2010
9- Rédiger le bilan du projet	<ul style="list-style-type: none"> Rédaction et diffusion du bilan 	Été 2010

10- Promotion et soutien aux entreprises et CLE post-projet

- Promotion de la norme, support aux entreprises (signature d'entente) et au CLE

En continu

Tableau 3.2.1

Activités reliées au Cadre : Promotion du Programme d'apprentissage en milieu de travail (PAMT)

Conseiller et conseillère en vente d'automobiles

Activité	Région	
Activités de promotion :	Bas St-Laurent :	20
Activités d'implantation :	Saguenay-Lac-St-Jean :	25
	Capitale Nationale :	50
	Mauricie :	25
	Estrie :	45
	Montréal :	65
	Outaouais :	25
	Abitibi-Témiscamingue :	10
	Côte-Nord :	5
	Nord-du-Québec :	5
	Gaspésie (IDM) :	15
	Chaudières Appalaches :	50
	Laval :	55
	Lanaudière :	40
	Laurentides :	40
	Montérégie :	120
	Centre du Québec :	<u>30</u>
	TOTAL DES SIGNATURES	<u>625</u>

