

Plan d'action

2011 - 2012

Au 31 octobre 2011

TABLE DES MATIÈRES

1.	L'INDUSTRIE DES SERVICES AUTOMOBILES TIEN 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.....	9
3.	LE CSMO ET SES DÉFIS.....	9
3.1	Mobiliser les partenaires autour d'objectifs communs.....	10
3.2	Table de travail industrie-école.....	11
4.	LES PROJETS AU PLAN D'ACTION 2011 - 2012.....	11
5.	LE BUDGET 2011 - 2012.....	21

LISTE DES TABLEAUX

Tableau 3.1.1	Norme professionnelle technicien de véhicules récréatifs Estimation du nombre d'inscriptions au PAMT et PÉRCMO
Tableau 3.1.2	Norme professionnelle conseiller en vente Estimation du nombre de signatures par région administrative au PAMT et PÉRCMO
Tableau 3.2.1	Formation en ligne Aspects juridiques et financiers de la vente automobile Estimation du nombre d'apprenants au PAMT par région administrative
Tableau 3.2.2	Formation conseiller technique Estimation du nombre d'apprenants par région administrative

LISTE DES GRAPHIQUES

Graphique 1	Nombre d'établissements dans le secteur des services automobiles
Graphique 1.2	Grossistes – distributeurs de véhicules automobiles et de pièces
Graphique 1.3	Marchands de véhicules automobiles et de pièces – nombre d'entreprises selon la taille (nombre d'employés)
Graphique 1.4	Réparation et entretien de véhicules automobiles – nombre d'entreprises selon la taille (nombre d'employés)



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

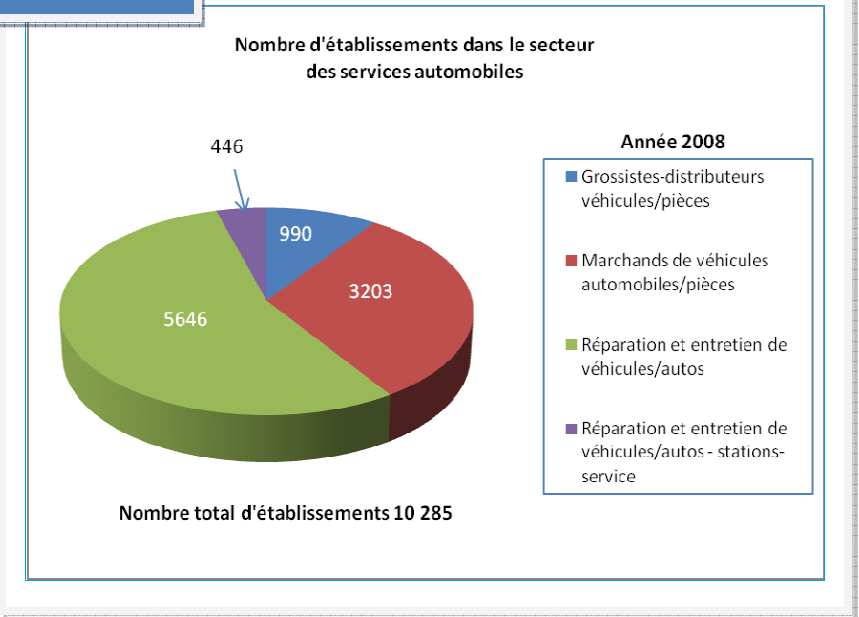
L'industrie des services automobiles a un grand pouvoir attractif sur la clientèle étudiante au secondaire. La raison en est fort simple, les véhicules font rêver. Ils inspirent la liberté, les jeunes garçons tout particulièrement s'identifient à ces produits. Résultat, beaucoup d'inscriptions aux programmes 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.

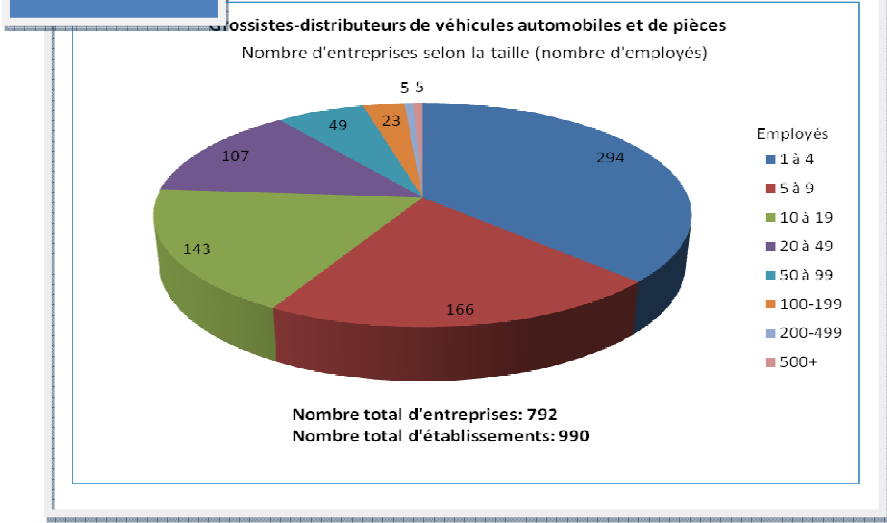
Dans le graphique 1.1, vous retrouvez le nombre d'établissements dans le secteur des services automobiles, soit 10 285. Le secteur de la réparation et de l'entretien de véhicules totalise à lui seul 5 646 établissements, c'est le plus grand secteur. Il est important de considérer le nombre de stations-service,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

Graphique 1.1



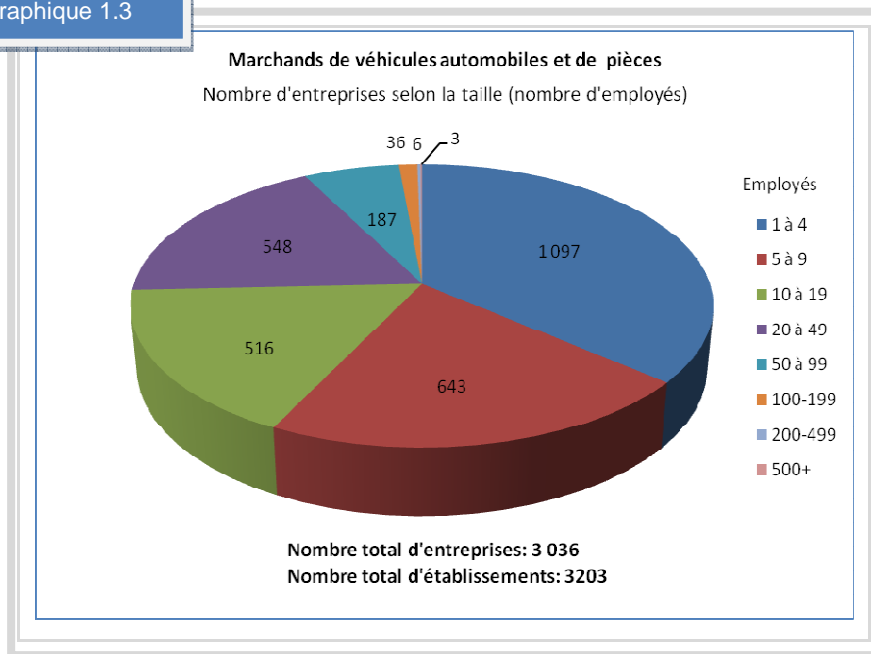
Le graphique 1.2 démontre le nombre d'entreprises grossistes-distributeurs de véhicules automobiles et de pièces selon la taille, c'est-à-dire en fonction du nombre d'employés. La taille varie de 1 à 4 employés pour une majorité d'entreprises qui sont les plus petites de l'industrie jusqu'à plus de 500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

Graphique 1.2



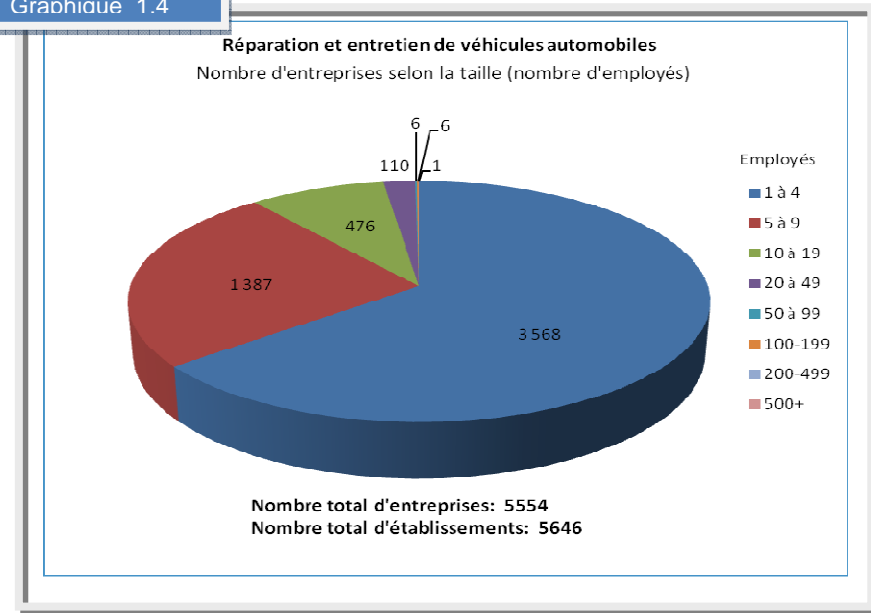
Le graphique 1.3 représente les marchands de véhicules automobiles et de pièces et le nombre d'entreprises par nombre d'employés. Encore une fois, on dénote que ce sont les petites entreprises ayant 1 à 4 employés qui sont majoritaires dans ce secteur.

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

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.

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.

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

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

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.

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.

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

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.

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 DÉFIS

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.

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'empiéteraient 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 2011 - 2012

Vous trouverez aux pages suivantes la description des projets spécifiques aux orientations 3 – 4 et 5.

ORIENTATION 1 – REPRÉSENTATION ET CRÉDIBILITÉ

- Assurer la représentativité du secteur au sein du conseil d'administration
- Démontrer la crédibilité du comité dans son secteur

ACTIVITÉS ET MOYENS	RÉSULTATS VISÉS ET INDICATEURS DE RÉSULTATS	COMMENTAIRES
<p>1. Conseil d'administration (CA)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tenir 4 réunions par année 	<p>Participation de 80 % des membres</p> <p>Indicateur spécifique</p> <p>Nombre de présences des membres lors des réunions</p>	
<p>2. Assemblée générale annuelle</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tenir une assemblée par année 	<p>Participation de 80 % des membres</p> <p>Indicateur spécifique</p> <p>Nombre de présences des membres lors de l'assemblée générale annuelle</p>	
<p>3. Comité exécutif (CE)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tenir 6 comités par année 	<p>Participation de 80 % des membres</p> <p>Indicateur spécifique</p> <p>Nombre de présences des membres lors des comités</p>	
<p>4. Comité consultatif (CC)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tenir 2 comités par année 	<p>Participation de 80 % des membres</p> <p>Indicateur spécifique</p> <p>Nombre de présences des membres lors du comité</p>	<p>Les membres du comité consultatif sont représentatifs d'un secteur et d'un champ d'expertise</p>
<p>5. Représentation, conférence et intervention</p> <ul style="list-style-type: none"> • Augmenter la participation du CSMO aux activités des partenaires 	<p>Indicateurs spécifiques</p> <p>Nombre de conférences données</p> <p>Nombre d'interventions effectuées</p>	<p>Le CSMO répond aux invitations des associations membres et de d'autres organisations ayant un lien avec l'industrie ou la main-d'oeuvre</p>

ORIENTATION 2 – PARTENARIAT

- Développer le partenariat et la concertation entre les partenaires

ACTIVITÉS ET MOYENS	RÉSULTATS VISÉS ET INDICATEURS DE RÉSULTATS	COMMENTAIRES
<p>1. Partenariat CPCPA</p> <ul style="list-style-type: none"> Élaborer un protocole d'entente entre le CPCPA et le CSMO-AUTO sur la formation continue 	<p>Constitution d'un comité de formation</p>	
<p>2. Tenir la table dans le secteur du véhicule lourd routier</p> <ul style="list-style-type: none"> Favoriser les échanges entre les entreprises et les CFP Définir les paramètres de fonctionnement Mettre en œuvre le plan d'action 	<p>Permettre à la table d'atteindre son autonomie</p> <p>Indicateurs spécifiques :</p> <p>Nombre de participants représentatifs des intervenants du secteur</p> <p>Nombre de rencontres des sous-comités de travail</p> <p>Nombre d'actions entreprises</p>	<p>Le CSMO est en soutien</p>
<p>3. 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 	<p>Intervenir dans un groupe qui tient compte de problématiques spécifiques</p> <p>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>	
<p>4. 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 Constituer un comité de veille issu de l'industrie et de l'éducation 	<p>Répondre aux besoins spécifiques de l'industrie en matière de formation initiale, d'ATE et de stage</p> <p>Soutenir le MELS dans ses activités liées à la formation initiale</p>	
<p>5. CETEMMM (Comité éducation travail en équipement motorisé du Montréal métropolitain)</p>	<p>Indicateur spécifique</p> <p>Nombre de rencontres</p>	

<ul style="list-style-type: none"> • Participer aux rencontres du comité de travail • Échanger sur les enjeux de la formation initiale 		
6. CARS Canada <ul style="list-style-type: none"> • Créer un partenariat avec CARS 	Développer un projet tangible	
7. Table Recyclage de pièces d'autos et de camions <ul style="list-style-type: none"> • Développer une stratégie de promotion de métiers • Identifier les besoins de formation • Analyser en collaboration avec le MELS l'offre de formation initiale 	Le rapport final du diagnostic sous-sectoriel	Les objectifs mentionnés ont été définis par les participants de la Table
8. Commission des partenaires du marché du travail (CPMT) <ul style="list-style-type: none"> • Participer aux 2 rencontres annuelles 		Implique le président, le vice-président et la directrice générale
9. Développement de projet <ul style="list-style-type: none"> • Collaborer avec les partenaires à l'analyse de leurs besoins • Cibler les projets en lien avec la mission du CSMO 	Indicateurs spécifiques Nombre de rencontres tenues Nombre de demandes Taux de satisfaction	L'objectif est de faciliter la rédaction du plan d'action et d'anticiper les besoins à venir

ORIENTATION 3 – FORMATION DE LA MAIN-D'ŒUVRE

- Intervenir sur le plan de l'offre de formation continue

ACTIVITÉS ET MOYENS	RÉSULTATS VISÉS ET INDICATEURS DE RÉSULTATS	COMMENTAIRES
<p>1. Définir un plan d'action sur la formation continue avec le CPCPA</p>	<p>Identifier les projets à réaliser par rapport au CSMO-AUTO Réaliser un projet pilote</p>	
<p>2. Apprentissage virtuel sur les aspects juridiques et financiers des ventes</p> <ul style="list-style-type: none"> • Inscrire des conseillers au programme de formation • Promouvoir la formation 	<p>Atteindre l'autofinancement</p> <p>Indicateurs spécifiques : Former 200 conseillers en vente Former une équipe de tuteurs</p>	<p>L'inscription à la formation est directement reliée à la norme de conseiller en vente</p>
<p>3. Offrir le programme de formation continue pour les conseillers techniques</p> <ul style="list-style-type: none"> • Inscrire des conseillers techniques au programme de formation • Promouvoir la formation 	<p>Indicateur spécifique Définir un nombre de conseillers à former</p>	<p>Les CFP qui offrent le DEP vont également dispenser le programme de formation</p>
<p>4. 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 	<p>Proposer aux entreprises un modèle concret facilement applicable Rendre le modèle accessible en ligne</p>	

<p>5. Norme professionnelle de technicien en véhicule récréatif</p> <ul style="list-style-type: none"> Promouvoir la norme 		
<p>6. Norme professionnelle Conseiller en vente</p> <ul style="list-style-type: none"> Promotion du PERCMO et du PAMT Formation des accompagnateurs (coach) Lancement de la norme avec les CLE et l'industrie Gestion du programme : <ul style="list-style-type: none"> Processus de reconnaissance des compétences Programme d'apprentissage en milieu de travail (PAMT) 		<p>Gestion du programme : selon les directives de la CPMT</p>
<p>7. Norme professionnelle pour les mécaniciens de véhicules de loisirs</p> <ul style="list-style-type: none"> Développer la norme Développer les outils d'apprentissage Définir le processus de reconnaissance Promouvoir la norme 	<p>Finalisation du développement</p>	
<p>8. Analyse de besoins de formation – Mécanicien de véhicules lourds (Matrice de formation)</p>	<p>Questionner les entreprises du secteur pour connaître les besoins de formation des mécaniciens</p> <p>Définir une matrice de formation et prioriser</p>	
<p>9. Analyse de besoins de formation – secteur du véhicule récréatif</p>	<p>Questionner les entreprises du secteur pour connaître les besoins de formation à venir</p>	

ORIENTATION 4 – RESSOURCES HUMAINES

- Renforcer et améliorer les pratiques en gestion des ressources humaines

ACTIVITÉS ET MOYENS	RÉSULTATS VISÉS ET INDICATEURS DE RÉSULTATS	COMMENTAIRES
<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 	<p>Avoir un guide simple et accessible sur le site internet</p> <p>Faciliter l'accueil, l'intégration et la fidélisation des employés</p> <p>Indicateur spécifique : Nombre d'employeurs à l'utiliser</p>	
<p>2. <i>Élaborer un guide de coaching</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Adapter celui de la CPMT pour l'industrie 	<p>Rendre le guide accessible aux entreprises</p> <p>Indicateur spécifique : Nombre d'employeurs à l'utiliser</p>	<p>Dédié à plusieurs clientèles, par exemple : employeurs, gestionnaires et directeurs</p>

ORIENTATION 5 – COMMUNICATION ET INFORMATION

- Informer les publics cibles
- Mener des activités de communication pour faire connaître et promouvoir l'industrie

ACTIVITÉS ET MOYENS	RÉSULTATS VISÉS ET INDICATEURS DE RÉSULTATS	COMMENTAIRES
<p>1. Valorisation des DEP</p> <ul style="list-style-type: none"> • Informer les employeurs sur les programmes de formation • Valoriser les programmes et l'embauche des finissants • Produire une vidéo d'information 	<p>Distribuer la vidéo aux différentes clientèles visées</p> <p>Impliquer les CFP dans la production de la vidéo d'information</p> <p>Indicateur spécifique : Nombre de vidéos distribuées</p>	<p>Le CSMO ira de l'avant dans ce projet une fois seulement que les CFP auront confirmé leur implication financière</p>
<p>2. Diagnostic sous-sectoriel secteur de la carrosserie</p>	<p>Effectuer le diagnostic du secteur visé</p>	
<p>3. 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 	<p>Sensibiliser rapidement les jeunes à la réalité de l'industrie, aux exigences des métiers et au profil des personnes recherchées</p> <p>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</p> <p>Améliorer l'image de l'industrie et fournir une information à jour sur l'industrie et les métiers clés</p> <p>Indicateur spécifique : Nombre de jeunes rejoints / nombre d'événements</p>	

<p>4. Refonte du plan de communication</p> <p>Revoir le plan de communication</p>		
<p>5. Plan de commandite (phase 2)</p> <p>Développer un nouveau plan de commandite pour financier de nouveaux outils</p>	<p>Obtenir la contribution financière des partenaires de l'industrie et des CFP</p> <p>Indicateur spécifiques Recueillir 50 000 \$</p>	
<p>6. 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 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 <p>Miser sur l'Internet comme outil stratégique de communication</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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 	<p>Assurer la visibilité des actions du Comité sectoriel auprès des partenaires</p> <p>Faire connaître les services et les outils disponibles pour les entreprises de l'industrie</p> <p>Tenir à jour un réseau fonctionnel de communication avec les partenaires clés</p> <p>Assurer la fluidité des communications avec l'industrie</p> <p>Améliorer le référencement du site</p> <p><i>Indicateurs spécifiques :</i></p> <p>Produire 3 à 5 capsules des métiers</p> <p>Nombre de personnes fréquentant le site</p> <p>Impacts sur la demande d'information</p> <p>Nombre d'événements</p>	

- 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 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.)

5. BUDGET 2011 - 2012



COMITÉ SECTORIEL DE MAIN-D'ŒUVRE DES SERVICES AUTOMOBILES du 1er avril 2011 au 31 mars 2012

	BUDGET ANNUEL 2011 - 2012
DESCRIPTION	\$
CHARGES DE FONCTIONNEMENT	
Salaires et avantages sociaux	306 200 \$
Frais de voyage	500
Frais de déplacement (km) et séjour	2 000
Frais de repas et divers (50%)	2 000
Frais de représentation et colloques (CSMO)	1 000
Frais de représentation et colloques (ADMIN)	500
Frais de formation	2 000
Loyer	30 000
Location de salles	500
Photocopies	1 000
Impression, conception et graphisme	1 000
Télécommunications	4 000
Assurances	3 000
Équip.informatique et maintenance	3 000
Entretien et réparations - équipement	1 000
Location d'équipement	700
Fournitures de bureau et papeterie	3 000
Frais de bureau	2 000
Postes et messagerie	2 000
Hébergement WEB	1 500
Taxes et permis	300
Cotisations et abonnements	1 000
Honoraires professionnels	6 000
Honoraires professionnels (états financiers)	5 700
Honoraires consultants	5 500
Honoraires comptabilité	9 000
Frais bancaires	500
Acquisitions d'immobilisations	3 000
Fonds de déménagement	10 000
	<hr/>
	407 900\$

CHARGES D'ACTIVITÉS		\$
Orientations		
1	Réunions corporatives	8 000
	Comité consultatif	500
	CPMT	1 600
	Développement de projets	500
	Représentation, conférences et interventions	5 100
2	Recyc-Québec	150
	Table véhicules lourds routiers	2 000
	Partenariat sur la formation initiale (MELS)	200
	CETEMMM	500
	CARS	500
	Partenariat CPCPA (Comité de formation)	
	Table recycleurs de pièces (ARPAC)	500
	Développement d'affaires	500
3	Étude sur le transfert des savoirs	500
	Formation CPCPA	500
	auto-financement Formation continue conseiller technique	
	auto-financement Apprentissage virtuel (AJFV)	
	subvention Norme professionnelle techniciens de véhicules récréatifs	
	subvention Norme professionnelle conseillers en vente	
	subvention Norme professionnelle mécaniciens de véhicules de loisirs	
	subvention Analyse de besoins de formation mécaniciens de véhicules lourds	
	subvention Analyse de besoins de formation secteurs véhicules récréatifs	
4	Guide RH	500
	Guide coaching	500
5	Valorisation des DEP	
	Diagnostic sous-sectoriel secteur de la carrosserie	
	Promotion des métiers	10 000
	Site Internet	5 000
	Communication	5 000
	Information	50
		<hr/> 42 100 \$
	Total des dépenses	<hr/> 450 000 \$ <hr/>