

TRAVAILLONS
L'AVENIR

LE QUÉBEC À L'ÈRE DU PLEIN EMPLOI 2018-2023

STRATÉGIE GLOBALE DE PROMOTION ET DE VALORISATION

DES MÉTIERS ET PROFESSIONS

RÉDACTION

Direction des communications
Ministère du Travail, de l'Emploi et de la Solidarité sociale

ÉDITION

Direction des communications
Ministère du Travail, de l'Emploi et de la Solidarité sociale

CONTEXTE

Le marché du travail québécois se trouve dans une position très enviable, alors qu'une situation de plein emploi est observable dans plusieurs régions du Québec. Il y a lieu de se réjouir de cette bonne performance du marché du travail, qui devrait être durable. En effet, d'ici 2026, environ 1,4 million d'emplois seront à pourvoir au Québec, dont plus de 100 000 dès maintenant.

L'avenir est prometteur. De nombreuses possibilités d'emploi sont offertes aux citoyennes et aux citoyens, qui peuvent également bénéficier de bonnes perspectives de développement de carrière. Toutefois, au moment où l'économie se transforme rapidement, les entreprises (majoritairement des petites et moyennes entreprises) rencontrent des défis pour trouver la main-d'œuvre dont elles ont besoin.

C'est dans ce contexte que le gouvernement du Québec a développé une Stratégie nationale sur la main-d'œuvre. Élaborée dans la foulée de la tenue du Rendez-vous national sur la main-d'œuvre de février 2017 et de deux tournées de consultations des régions (automne 2016 et automne 2017), la Stratégie nationale sur la main-d'œuvre vise à ce que plus de personnes occupent un emploi et que soit créé un environnement favorable à l'obtention des compétences que requiert la transformation rapide de l'économie québécoise. Elle met à contribution les partenaires du marché du travail ainsi que tous les acteurs gouvernementaux concernés pour que le Québec soit en mesure de répondre aux défis actuels et futurs d'une économie moderne et en transformation.

À l'automne 2019, le Plan d'action sur la main-d'œuvre sera lancé. Ce plan reprend les mesures de la Stratégie nationale de la main-d'œuvre en le bonifiant de nouvelles mesures, notamment pour les personnes handicapées, les travailleurs expérimentés et les entreprises qui recrutent des travailleurs étrangers temporaires.

Puisque le Plan d'action sur la main-d'œuvre se veut une initiative gouvernementale capable de s'adapter rapidement à l'évolution de la situation sur le marché du travail, d'autres engagements seront élaborés.

Le Plan d'action sur la main-d'œuvre s'appuie sur diverses mesures, dont la présente Stratégie globale de promotion et de valorisation des métiers et professions, qui rassemble dans une vision concertée les initiatives des ministères et organismes du gouvernement du Québec, des membres de la Commission des partenaires du marché du travail ainsi que des organisations sectorielles en matière de promotion et de valorisation des métiers et professions.

Le vaste chantier de la Stratégie globale de promotion et de valorisation des métiers et professions est mené par une équipe-projet interministérielle sous la coordination du Secrétariat à la communication gouvernementale et de la Direction des communications (DC) du ministère du Travail, de l'Emploi et de la Solidarité sociale (MTESS), en étroite collaboration avec la Commission des partenaires du marché du travail (CPMT). Il mise également sur la contribution d'un comité de communication coordonné par la CPMT et formé de représentants des membres de la CPMT.

VISION STRATÉGIQUE

Un Québec qui peut compter sur la contribution des acteurs gouvernementaux et des partenaires du marché du travail pour que les Québécoises et les Québécois puissent, grâce à leurs talents et à leurs compétences, profiter de la situation de plein emploi et contribuer à la prospérité et à la richesse collective.

BUT STRATÉGIQUE

Amener les citoyennes et les citoyens à faire des choix professionnels qui répondent à la fois à leurs aspirations et aux besoins du marché du travail, les aidant ainsi à se réaliser pleinement dans leur potentiel professionnel et personnel.

PROBLÉMATIQUES ET ENJEUX

Dans le contexte des travaux d'élaboration de la Stratégie globale de promotion et de valorisation des métiers et professions, un recensement des problématiques et des enjeux a été effectué avec l'aide de l'équipe-projet interministérielle et du comité de la stratégie de communication de la CPMT. S'inscrivant dans une volonté de développer une vision concertée de la promotion et de la valorisation des métiers et professions, ce recensement a permis d'identifier les principaux enjeux et problématiques suivants :

- **La concertation en promotion et en valorisation des métiers et professions**

On constate que les initiatives de promotion et de valorisation des métiers et professions, menées par les ministères et organismes, les partenaires du marché du travail et les organisations sectorielles, portent des messages distincts, voire parfois contradictoires. Cela a notamment pour effet de nuire à la rétention des messages, de surexposer certains publics cibles et, à l'inverse, de ne pas cibler suffisamment certains des publics stratégiques tels que la main-d'œuvre expérimentée.

Ce manque de concertation ne permet pas d'optimiser les efforts de tous les acteurs pour faire face aux enjeux et aux réalités du marché du travail et met en lumière le besoin impératif de mobilisation et de recours à certains messages communs.

- **Les préoccupations variées en promotion et en valorisation des métiers et professions**

Le dossier de la promotion et de la valorisation des métiers et professions touche un nombre important d'intervenants, qui proviennent de divers secteurs. Les intervenants peuvent avoir des préoccupations de nature différente, par exemple, régionales ou sectorielles.

- **L'éparpillement et la multiplication des sources d'information sur le marché du travail**

Il existe de nombreuses sources publiques et privées d'information sur le marché du travail invitant la population à découvrir les métiers et les professions disponibles. Dans ce contexte, il peut devenir laborieux, pour les citoyennes et les citoyens, de retrouver une information juste et complète sur les métiers et les professions.

- **Les préjugés à l'égard de la formation professionnelle et technique**

Des préjugés subsistent quant à la formation professionnelle et technique (FPT), particulièrement chez les parents des jeunes Québécoises et Québécois. La FPT est, entre autres, perçue comme une voie professionnelle de deuxième ordre, destinée à ceux et celles qui ne peuvent compléter des formations qualifiantes de niveau universitaire.

- **Les perceptions négatives, la méconnaissance et la dévalorisation de secteurs d'activité et de métiers**

Certains secteurs, comme ceux de l'industrie bioalimentaire, de l'économie sociale et de l'action communautaire, de la santé et des services sociaux, des sciences et des technologies, des sciences de l'éducation ainsi que du génie et des mathématiques éprouvent des problématiques de recrutement et de fidélisation en raison de perceptions négatives à leur égard, de métiers peu reconnus ou mal connus et, parfois, des conditions de travail offertes.

- **La sous-représentation de certains groupes de travailleuses et de travailleurs**

Dans un contexte où le vieillissement de la main-d'œuvre et le besoin croissant de travailleurs qualifiés sont les nouvelles réalités du marché du travail, on estime que des groupes, tels que les personnes immigrantes, les travailleurs expérimentés, les Autochtones, les personnes handicapées, de même que les femmes dans certains secteurs d'activité, sont sous-représentés sur le marché du travail québécois. Ils constituent d'importants bassins de main-d'œuvre pouvant pourvoir des postes dans des secteurs en pénurie d'employés.

- **L'attraction des travailleuses et des travailleurs en région**

Les entreprises situées dans les régions du Québec sont particulièrement touchées par les besoins de main-d'œuvre. Alors que 80 % des emplois à pourvoir sont situés à l'extérieur de l'île de Montréal et que plus de 20 % de l'ensemble des quelque 1,4 million d'emplois à pourvoir d'ici dix ans le seront par l'immigration, un des enjeux est de créer des collectivités inclusives et accueillantes, et d'attirer les travailleuses et les travailleurs, dont les personnes immigrantes, en région, pour pourvoir les postes disponibles.

- **Les évolutions technologiques et la croissance du numérique**

Les évolutions technologiques de plus en plus rapides, de même que la croissance du numérique entraînent des changements dans le marché du travail qui forcent les entreprises et les chercheurs d'emploi à s'adapter et à se former.

- **L'intégration des actions des directions de ressources humaines (DRH) des ministères et organismes**

Les DRH doivent mener diverses actions de dotation pour le recrutement dans la fonction publique (appels de candidatures, visites d'écoles, participations à des salons de l'emploi, etc.) qui devraient également s'intégrer aux orientations de la stratégie de communication.

OBJECTIFS MESURABLES

- Contribuer à maintenir ou à augmenter le nombre d'inscriptions dans les programmes de formation menant à des métiers et des professions promus et valorisés par la Stratégie globale, au cours de l'exercice financier où ceux-ci sont ciblés.
- Augmenter de 15 % l'intention chez les citoyennes et les citoyens de faire des choix professionnels en tenant compte des perspectives d'emploi liées aux métiers et professions demandés, d'ici la fin de l'exercice budgétaire gouvernemental de 2022-2023.¹
- Améliorer de 15 % la perception des métiers nécessitant une formation professionnelle et technique, d'ici la fin de l'exercice budgétaire gouvernemental de 2022-2023.²
- Faire en sorte que 60 % des citoyennes et des citoyens qui seront sondés à la suite de la stratégie globale de promotion et de valorisation des métiers et professions indiquent que celle-ci contribue à amener les citoyens à faire des choix professionnels qui répondent à la fois à leurs aspirations et aux besoins du marché du travail.

1. Une mesure de départ sera prise par sondage.

2. Idem

PUBLICS CIBLES

Publics cibles

- Les Québécoises et Québécois de 14 à 24 ans (étudiants ou non)
- Les personnes ayant entrepris un processus de réorientation de carrière
- Les personnes aptes à travailler et qui sont sans emploi
- Les personnes immigrantes
- Les femmes
- Les Autochtones
- Les personnes handicapées
- Les travailleuses et travailleurs expérimentés
- Les personnes qui occupent déjà un emploi
- Les employeurs et les regroupements d'employeurs

Influenceurs

- Les parents des jeunes de 14 à 24 ans
- Les intervenants en orientation professionnelle et scolaire et leurs ordres ou associations professionnelles
- Les enseignantes et les enseignants du primaire et du secondaire
- Les organismes d'employabilité et leurs grands réseaux
- Les organismes communautaires jeunesse

Relayeurs

- Les établissements d'enseignement
- Les commissions scolaires
- Les comités sectoriels de main-d'œuvre
- Les comités consultatifs de main-d'œuvre
- Les conseils régionaux des partenaires du marché du travail
- Les municipalités régionales de comté (MRC)
- Les organismes œuvrant à l'accueil, la francisation et l'intégration des personnes immigrantes, les associations ethnoculturelles et les organismes d'alphabétisation
- Les associations patronales
- Les syndicats

STRATÉGIE DE COMMUNICATION

La stratégie consiste à rassembler, dans une vision concertée, les initiatives déjà prévues, en cours ou à venir des ministères et organismes du gouvernement du Québec, des partenaires du marché du travail et des organisations sectorielles. Par différents moyens, notamment l'élaboration d'un axe de communication et d'éléments d'identité visuelle communs, elle mobilise et conjugue les efforts de tous les partenaires afin d'assurer la complémentarité des différentes initiatives et de décupler leur portée et leurs retombées. La stratégie prend en compte les particularités et les besoins propres à chacune des régions en matière d'adéquation formation-compétences-emploi.

Elle repose sur des relations publiques, des messages publicitaires télévisés, une stratégie Web et des médias sociaux, du marketing de contenus, une stratégie d'influenceurs ainsi que des activités de terrain. Elle vise à :

- développer l'intérêt des citoyennes et des citoyens pour les domaines de formation menant à des emplois en demande sur le marché du travail, notamment à travers la campagne de promotion des métiers et professions en demande;
- promouvoir et valoriser les métiers nécessitant une formation professionnelle et technique qui présentent de bonnes ou d'excellentes perspectives d'emploi;
- influencer les choix professionnels des citoyennes et des citoyens afin que ces choix permettent de répondre aux besoins de main-d'œuvre et de compétences des divers secteurs d'activité économiques du Québec;
- susciter l'intérêt pour le développement des compétences chez les publics cibles.

La stratégie consiste également à faire valoir la contribution du gouvernement du Québec et de ses partenaires au développement de l'emploi et à démontrer que ce soutien s'inscrit dans la priorité gouvernementale de faire progresser l'ensemble de l'économie du Québec. De plus, la stratégie vise à faire valoir, de façon générale, l'apport des personnes immigrantes, des Autochtones, des personnes handicapées et des travailleurs expérimentés au marché du travail québécois.

AXE DE COMMUNICATION

L'axe de communication suivant sera décliné dans les actions de la stratégie globale :

« **L'avenir cherche du monde comme toi.** »

Utilisé dans la campagne nationale de promotion et de valorisation des métiers et professions, cet axe permet de mettre de l'avant les intérêts, les passions et les profils des publics cibles.

Il peut être ajusté selon le contexte. Par exemple, dans la campagne nationale, il est utilisé, en tenant compte des profils des jeunes Québécoises et Québécois : « L'avenir cherche du monde _____ (directif, objectif, innovateur, social, méthodique) ».

Un autre angle y est également donné pour la valorisation des métiers et professions requérant une formation professionnelle et technique :

L'avenir cherche des techniciens comme toi.

MESSAGES CLÉS

Généraux :

- L'avenir cherche du monde _____ (directif, objectif, innovateur, social, méthodique).
- Vois vers quels emplois peuvent te mener tes intérêts et tes passions sur emploisdavenir.gouv.qc.ca.
- Environ 1 400 000 emplois à pourvoir d'ici 2026, dont plus de 100 000 dès maintenant. Trouve ta place!
- Les compétences et la qualification d'un grand nombre de nouveaux travailleurs s'acquièrent à travers la formation professionnelle et technique.
- La formation professionnelle et technique : vers des emplois de qualité.
- Ton expertise est reconnue dans les emplois professionnels et techniques.

Dans le contexte de la Stratégie globale de promotion et de valorisation des métiers et professions, les ministères et organismes du gouvernement du Québec et les partenaires du marché du travail doivent rédiger d'autres messages clés en lien avec leurs secteurs d'activité et l'axe de communication retenu pour la Stratégie globale.

ORIENTATIONS, AXES ET ACTIONS STRATÉGIQUES

ORIENTATION 1 : DÉVELOPPER DE FAÇON CONCERTÉE AVEC LES PARTENAIRES UNE MARQUE FORTE POUR L'INFORMATION SUR LE MARCHÉ DU TRAVAIL		
AXES	ACTIONS	RESPONSABLES (R) ET COLLABORATEURS (C)
1	Développer, en concertation avec les ministères et organismes et les partenaires du marché du travail, une identité de marque pour l'information sur le marché du travail (attributs, signature, logo, etc.)	1.1 Développer une grille et une signature graphique et transmettre ces éléments d'identité visuelle aux ministères et organismes et aux partenaires du marché du travail R : Ministères et organismes R : Partenaires du marché du travail
2	Positionner Québec.ca comme porte d'entrée principale pour consulter l'information sur le marché du travail	2.1 Réunir l'information sur le marché du travail sur Québec.ca (thème emploi et éventuellement création d'un Carrefour de l'emploi et de la formation) R : MTESS
		2.2 Insérer des mentions de la plateforme gouvernementale unifiée dans les initiatives de promotion et de valorisation des métiers et professions, à partir de son lancement R : Ministères et organismes R : Partenaires du marché du travail
ORIENTATION 2 : CONTRIBUER À ATTÉNUER LA RARETÉ DE MAIN-D'ŒUVRE EN ENCOURAGEANT LES INSCRIPTIONS DANS DES PROGRAMMES D'ÉTUDES OU DE FORMATION MENANT AUX MÉTIERS ET PROFESSIONS DEMANDÉS		
3	Favoriser la concertation et la collaboration entre les partenaires du marché du travail	3.1 Créer et maintenir des structures de concertation (équipe-projet interministérielle, comité de la stratégie de communication de la CPMT) R : MTESS C : Ministères et organismes C : Partenaires du marché du travail
		3.2 Créer une infolettre sur les initiatives de promotion et de valorisation des métiers et professions des ministères et organismes et des partenaires du marché du travail R : MTESS C : Ministères et organismes C : Partenaires du marché du travail
4	Opter pour une approche et des efforts concertés pour promouvoir auprès des publics cibles les métiers et professions d'avenir en tenant compte des particularités et des besoins propres à chaque région ³	4.1 Mettre en œuvre une campagne nationale de promotion des métiers et professions en demande. Cette campagne repose sur : <ul style="list-style-type: none"> • des relations publiques • des messages publicitaires télévisés • une stratégie Web et des médias sociaux • du marketing de contenus • une stratégie d'influenceurs • des activités de terrain R : MTESS R : MEES C : Ministères et organismes C : Partenaires du marché du travail

3. Certaines actions de l'axe 4 contribueront aussi à l'atteinte des objectifs de l'axe 7.



AXES	ACTIONS	RESPONSABLES (R) ET COLLABORATEURS (C)
4	4.2 Développer des outils de communication et de relations publiques pour chacune des régions en fonction de ses besoins spécifiques en matière d'adéquation formation-compétences-emploi	R : MTESS R : Partenaires du marché du travail C : Ministères et organismes
	4.3 Déployer, en cohérence avec la stratégie globale, la valorisation et la promotion des formations et des métiers du secteur bioalimentaire	R : Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation C : Ministères et organismes C : Partenaires du marché du travail
	4.4 Déployer, en cohérence avec la stratégie globale, la campagne Avenir en santé (promotion des métiers et professions dans le secteur de la santé et des services sociaux)	R : Ministère de la Santé et des Services sociaux C : Ministères et organismes C : Partenaires du marché du travail
	4.5 Déployer, en cohérence avec la stratégie globale, la campagne Bâtisseurs recherchés (promotion des métiers et professions au ministère des Transports, de la Mobilité durable et de l'Électrification des transports)	R : Ministère des Transports, de la Mobilité durable et de l'Électrification des transports C : Ministères et organismes C : Partenaires du marché du travail
	4.6 Déployer, en cohérence avec la stratégie globale, la campagne Emploi étudiant	R : MTESS C : Ministères et organismes C : Partenaires du marché du travail
	4.7 Déployer, en cohérence avec la stratégie globale, une campagne de promotion des emplois dans la fonction publique québécoise	R : Secrétariat du Conseil du trésor C : Ministères et organismes C : Partenaires du marché du travail
	4.8 Déployer, en cohérence avec la stratégie globale, la promotion des métiers de la construction (ex. : trousse pédagogique à l'intention des professeurs du secondaire, Guide Carrières Construction)	R : Commission de la construction du Québec C : Ministères et organismes C : Partenaires du marché du travail
	4.9 Déployer, en cohérence avec la stratégie globale, la promotion des métiers du secteur manufacturier	R : Investissement Québec C : Ministères et organismes C : Partenaires du marché du travail
	4.10 Déployer, en cohérence avec la stratégie globale, la promotion des métiers du secteur maritime	R : Secrétariat aux affaires maritimes C : Ministères et organismes C : Partenaires du marché du travail
	4.11 Déployer, en cohérence avec la stratégie globale, la mise en œuvre d'un plan d'action d'attraction de la main-d'œuvre dans le secteur des forêts, de la faune et des parcs	R : Ministère des Forêts, de la Faune et des Parcs C : Ministères et organismes C : Partenaires du marché du travail

	AXES	ACTIONS	RESPONSABLES (R) ET COLLABORATEURS (C)
4		4.12 Déployer, en cohérence avec la stratégie globale, le concours Chapeau, les filles! afin de soutenir la diversification des choix scolaires des filles et des femmes qui intègrent des domaines d'études majoritairement masculins	R : Ministère et organismes R : Partenaires du marché du travail
		4.13 Participer à des salons et des événements thématiques liés à la formation et l'emploi	R : Ministère et organismes R : Partenaires du marché du travail
		4.14 Lancer une journée « portes ouvertes » dans les milieux de travail. Les chambres de commerce démarcheront les entreprises et organiseront les parcours. Les établissements d'enseignement s'occuperont de mobiliser les jeunes, les enseignants et les conseillers en orientation. Les organismes communautaires et les ministères et organismes du gouvernement du Québec mobiliseront leurs clientèles et leurs intervenants	R : MTESS R : Partenaires du marché du travail C : Ministères et organismes
5	Favoriser le recours à différents programmes et mesures existants et soutenir les diverses initiatives des ministères et organismes, des partenaires du marché du travail et des organisations sectorielles en cohérence avec la stratégie globale	5.1 Soutenir les campagnes et les initiatives des partenaires du marché du travail, notamment en relayant leurs messages (ex. : Des métiers à couper le souffle!, capsules vidéo témoignages, Cité des métiers)	R : Ministère et organismes R : Partenaires du marché du travail
		5.2 Soutenir les initiatives des comités sectoriels de main-d'œuvre (CSMO) (ex. : tournée régionale des CSMO, campagne Fais le saut)	R : Ministère et organismes R : Partenaires du marché du travail
		5.3 Promouvoir les Bourses de promotion des programmes de formation menant aux professions priorisées par la CPMT	R : MTESS C : Ministères et organismes C : Partenaires du marché du travail
		5.4 Promouvoir le Programme d'apprentissage en milieu de travail (PAMT)	R : MTESS C : Ministères et organismes C : Partenaires du marché du travail
		5.5 Promouvoir le Programme de formations de courte durée privilégiant les stages dans les professions priorisées par la CPMT	R : MTESS C : Ministères et organismes C : Partenaires du marché du travail
		5.6 Promouvoir la mesure de formation de la main-d'œuvre d'Emploi-Québec	R : MTESS C : Ministères et organismes C : Partenaires du marché du travail
		5.7 Promouvoir le Programme incitatif pour l'accueil de stagiaires	R : MTESS C : Ministères et organismes C : Partenaires du marché du travail

AXES	ACTIONS	RESPONSABLES (R) ET COLLABORATEURS (C)
ORIENTATION 3 : CONTRIBUER À ATTÉNUER LES PRÉJUGÉS À L'ÉGARD DE LA FORMATION PROFESSIONNELLE ET TECHNIQUE		
6	Mettre de l'avant les débouchés liés aux métiers de la formation professionnelle et technique en tenant compte des particularités et des besoins propres à chaque région	6.1 Mettre en œuvre une campagne de valorisation des métiers issus de la formation professionnelle et technique R : MTESS R : Partenaires du marché du travail C : Ministères et organismes
7	Miser sur des expériences de terrain pour faire découvrir les métiers de la formation professionnelle et technique	7.1 Multiplier les occasions d'échanges entre les publics cibles et les travailleuses et travailleurs qui pratiquent les métiers visés (ex. : partenariat avec Academos ⁴ pour offrir du mentorat aux publics cibles) R : MTESS R : Partenaires du marché du travail C : Ministères et organismes
		7.2 Promouvoir les programmes de formation qui se donnent en alternance travail-études R : MEES R : MTESS C : Ministères et organismes C : Partenaires du marché du travail
		7.3 Promouvoir les programmes de formation offerts en apprentissage accru en milieu de travail R : MEES R : MTESS C : Ministères et organismes C : Partenaires du marché du travail
		7.4 Soutenir les initiatives de terrain des partenaires du marché du travail, notamment en relayant leurs messages (ex. : Défi des recrues) R : Ministère et organismes R : Partenaires du marché du travail
		7.5 Soutenir les Olympiades des métiers et des technologies et les utiliser comme plateforme de promotion et de valorisation des métiers R : Ministère et organismes R : Partenaires du marché du travail

4. Le site Internet Academos permet aux jeunes de 14 à 30 ans de dialoguer avec des mentors exerçant le métier qu'ils veulent faire, des étudiants du domaine qu'ils convoitent, des établissements scolaires, des entreprises, etc., en plus de partager leurs intérêts avec leurs pairs en se créant un profil professionnel ou en participant à des groupes de discussion.

RECHERCHE ET ÉVALUATION

La stratégie doit être évaluée en fonction de l'atteinte de ses objectifs. L'évaluation repose, notamment, sur des sondages postcampagne, de même que sur des analytiques Web ainsi que sur les commentaires émis par les ministères et organismes et les partenaires du marché du travail.

BUDGET

En 2019-2020, la Stratégie globale compte sur un budget total de 3 046 666 \$. Ce montant est réparti en fonction des objectifs et des priorités de la Stratégie.

Plusieurs actions sont également autofinancées par les ministères et organismes du gouvernement du Québec et les partenaires du marché du travail.

