



**UNE FAIM
DE LOUP
POUR LES
RÉGIONS!**

COLLOQUE SUR LA MIGRATION DES JEUNES

**Événement organisé par
Place aux jeunes du Québec**

Actes des ateliers

6 au 9 octobre 2008
Auberge de la Pointe, Rivière-du-Loup

Table des matières

Ateliers et conférenciers

Atelier 1 : Johanne Côté Galarneau « Milieu de vie mobilisé, milieu de vie diversifié »	page 2
Atelier 2 : Jessica Dessureault « L'art de séduire ! »	page 5
Atelier 3 : Vincent Lecorne « La relève d'entreprise, une réelle opportunité »	page 7
Atelier 4 : Mamadou Diop « Stratégies d'intégration des personnes immigrantes en région »	page 9
Atelier 5 : Marc-André Plante « La politique familiale municipale (...) »	page 11
Atelier 6 : Olivier Brière et Francine Jourdain « PAJ ados dans la MRC des Sources (...) »	page 13
Atelier 7 : Denise Fontaine « L'approche d'intervention (...) »	page 15
Atelier 8 : Abdoul Echraf Ouedrago « Pourquoi ont-ils quitté? Pourquoi sont-ils restés (...) »	page 17
Atelier 9 : Claudia Madore et Isabelle Coulombe « La mobilisation locale et régionale : le cœur de l'enjeu »	page 19
Atelier 10 : Natacha Jean et Annie Picard « La culture entrepreneuriale : outil d'enracinement (...) »	page 21
Atelier 11 : Bruno Paradis « Collaborer localement (...) pour favoriser l'implication citoyenne »	page 23
Atelier 12 : Raynald Lavoie « Vendre son projet... vendre l'avenir »	page 24

Coordonnées de PAJQ

page 26

Atelier 1

Milieu de vie mobilisé,
milieu de vie diversifié

Conférencière

Johanne Côté-Galarneau

Biographie

Johanne Côté-Galarneau, communicatrice chevronnée, est directrice de la Direction de la promotion et de la gestion de la diversité au ministère de l'Immigration et des Communautés culturelles. Forte de plus de vingt ans d'expérience en intégration linguistique et culturelle des immigrants, elle a à son actif la mise en place du Service-conseil en relations interculturelles qui réalise de nombreuses activités de sensibilisation et de formation en gestion de la diversité. C'est avec beaucoup de dynamisme qu'elle parcourt la province avec son équipe pour faire la promotion de la richesse de la diversité interculturelle et prononce régulièrement des conférences devant des gestionnaires des secteurs public, parapublic et privé.

Résumé de la présentation

S'appuyant sur le dynamisme local des régions, la régionalisation est une tendance forte et structurante pour le Québec de l'avenir. La diversification ethnoculturelle est une opportunité à saisir et nous devons faciliter son rayonnement. À partir d'exemples concrets, une réflexion interactive sera faite avec les participants sur les particularités culturelles québécoises et leurs impacts positifs sur l'accueil et l'intégration des nouveaux arrivants.

Notes de la secrétaire

Notre culture est construite par notre mémoire collective. Nos évidences ne sont donc pas des évidences internationales : par exemple, si vous demandez à un groupe de Québécois d'illustrer par un mot les années 60, ils répondront par des termes tels que hippies, *flower power*, amour libre, Beatles. Par contre, un Congolais répondra que les années 60 signifient pour lui l'indépendance du Congo. Cette mémoire collective détermine donc un code culturel inconscient pour chaque société.

Il faut expliquer aux nouveaux venus que la responsabilité individuelle et l'autonomie font partie de nos valeurs : les prendre en charge complètement crée une forme néfaste de dépendance. Les inviter à se responsabiliser contribuera à leur maintien.

Les avantages économiques liés au recrutement et à l'accueil de personnes immigrantes sont multiples et intéressants :

- Constitue un bassin non-négligeable de relève entrepreneuriale et d'idées nouvelles : en effet, certains utilisent leur expérience personnelle pour créer un service qui attirera de nouveaux immigrants;
- Attire de nouveaux citoyens dans une municipalité;
- Augmente la main-d'œuvre disponible;
- Dynamise et innove par la rencontre de conceptions différentes de la même réalité;
- Reflète la réalité que vit la société québécoise;
- Contribue au développement durable du Québec.

Malgré ces avantages, la mobilisation des milieux régionaux pour stimuler l'immigration est confrontée à plusieurs défis de taille :

- Il faut sensibiliser la population et promouvoir les avantages de l'immigration. Le bouche à oreille étant très efficace, il est primordial qu'un nouvel arrivant soit bien accueilli si une communauté veut en attirer d'autres;
- Il peut être ardu d'attirer et de retenir des Québécois issus de communautés culturelles;
- Le développement de partenariats peut être difficile;
- Le volet interculturel peut entrer en conflit avec le volet intergénérationnel;
- Il est impératif de savoir gérer correctement le changement et créer des relations interculturelles harmonieuses.

Il est urgent d'agir au niveau local. Des opportunités sont ratées par les milieux régionaux parce qu'on ne sait pas gérer correctement la diversité. Il faut offrir plus de support tout en ne créant pas d'inégalités entre les citoyens, natifs du milieu ou non.

Quand un immigrant arrive, il est nécessaire de lui expliquer quel type de société nous sommes et quelles sont nos valeurs. Par exemple, nous sommes l'une des seules sociétés au monde qui accepte de perdre la face. Ailleurs, cette situation est inacceptable et constitue un affront très grave. Ainsi, une personne immigrante peut approuver une idée simplement par politesse et non par conviction, ce qui crée des situations potentiellement problématiques.

Les différences culturelles s'expriment dans divers volets de la vie quotidienne :

- Le mode de gestion des conflits : le Québec est un milieu pacifique, habitué à être minoritaire, qui a toujours eu tout à gagner dans le consensus, la négociation et la discussion. D'autres sociétés n'ont pas ces valeurs, sont beaucoup plus belliqueuses et aiment la confrontation;
- Le rapport à l'autorité : la société québécoise ne prône pas de rapports hiérarchiques très prononcés alors qu'ailleurs, la supériorité ou l'infériorité de chaque membre d'une équipe de travail est souvent très fortement marquée;
- La manière de communiquer : par exemple, les Nord-Américains s'expriment de manière concrète et claire; les Asiatiques, eux, communiquent de façon plus abstraite. Il faut donc savoir décoder les paroles de l'autre;
- La gestion du temps : le travailleur québécois est un travailleur monochrome, qui fait les choses l'une après l'autre. Beaucoup d'autres cultures sont polychromes et donc, accomplissent plusieurs tâches simultanément;
- Distance entre les individus : toutes les cultures n'ont pas la même idée de la distance minimale à maintenir entre deux personnes;
- Importance accordée aux règles : les Québécois ont tellement intériorisé l'autorité qu'ils la respectent même s'il n'y a personne pour leur reprocher un manquement. Par exemple, si un Québécois arrive à un feu rouge en pleine nuit et qu'il est complètement seul, il attendra quand même le feu vert. Les autres cultures n'ont pas nécessairement ce réflexe;

- La distance hiérarchique : les différences entre une mentalité hiérarchique et une mentalité égalitaire peuvent amener des problèmes d'interprétation. La mentalité hiérarchique se traduit souvent, au sein de la structure familiale, par des relations chaleureuses, une grande dépendance des enfants à l'égard des parents et est caractérisée par un collectivisme exacerbé, qui crée la fusion de la vie privée et du travail. La mentalité égalitaire, par contre, se traduit par des relations familiales plus distantes et une fracture entre la vie privée et la carrière.

Atelier 2

L'art de séduire !

Conférencière

Jessica Dessureault

Biographie

Jessica Dessureault a habité en Gaspésie, puis au Témiscamingue, pour finalement poser ses valises au Centre-du-Québec. Animatrice de formation, c'est d'abord la radio qui l'a amenée à découvrir ce coin de pays. Elle a gravité dans l'univers des carrefours jeunesse-emploi pendant plus de 4 ans où elle a, entre autres, piloté le projet Place aux jeunes. Amoureuse des régions, elle continue aujourd'hui sur cette lancée en tant que coordonnatrice de projets pour Séduction Bois-Francs. Ce comité se compose d'une vingtaine d'organismes dont la Commission scolaire des Bois-Francs, le Cégep de Victoriaville, la Chambre de commerce et d'industrie des Bois-Francs et de l'Érable ainsi que d'Emploi-Québec. Ces acteurs travaillent en concertation afin de trouver des solutions innovatrices et durables reliées à la migration des jeunes.

Résumé de la présentation

La région des Bois-Francs a mobilisé ses acteurs pour trouver des solutions à la pénurie de main-d'œuvre : ainsi naît le comité Séduction Bois-Francs. Actif depuis deux ans, le comité travaille à faire du Centre-du-Québec un pôle d'attraction. Un bel exemple d'initiative : le Forum des ressources humaines, qui vise à sensibiliser les employeurs à la problématique et à les aider à tirer leur épingle du jeu dans ce contexte.

Notes de la secrétaire

Séduction Bois-Francs (SBF) représente une initiative mise sur pied dans le but de contrer la pénurie de main-d'œuvre dans la MRC d'Arthabaska. SBF se démarque du projet Place aux jeunes par son approche focalisée sur les besoins des employeurs.

En 2006, la Chambre de commerce et d'industrie des Bois-francs et de l'érable et le CEGEP de Victoriaville se sont montrés particulièrement préoccupés par le manque de main-d'œuvre et ont commencé à réfléchir à des solutions. Depuis, 18 autres membres se sont joints à la cause et une ressource à temps plein est dédiée à la coordination du projet. Ces 20 membres proviennent tant du monde politique et des affaires que du milieu communautaire et scolaire. SBF est appuyé financièrement par ses membres et par le Forum jeunesse de la région.

Le comité se réunit deux fois par an pour faire le bilan des activités passées et orienter les activités futures. La force de l'initiative provient entre autres du fait que ses membres sont également des directeurs, ce qui permet souvent une action plus rapide. Séduction Bois-Francs a à son actif plusieurs réalisations :

- En collaboration avec l'agente de Place aux jeunes, élaboration des fiches candidats de jeunes finissants désireux d'obtenir un emploi en Arthabaska;
- Contribution à faire connaître au milieu et aux jeunes les mythes et les réalités concernant le contexte démographique, géographique et socio-économique de la région;
- Organisation, en mai 2008, du Forum des ressources humaines ayant pour thème : « Entreprise séduisante...relève assurée! ».

L'évènement « Entreprise séduisante...relève assurée! » a accueilli plus d'une centaine d'employeurs pour les sensibiliser à la pénurie de main-d'œuvre appréhendée et les outiller

efficacement dans le recrutement de leurs futurs employés. Parmi les différents thèmes de conférences figuraient ceux-ci :

- *Recruter et innover, est-ce possible?*;
- *Adopter la diversité, une stratégie de croissance payante pour l'entreprise et la communauté;*
- *Entre mythes et réalités : arguments pour vendre notre région;*
- *Comment agir sur notre relève d'entreprise?*

De jeunes « travailleurs de demain » se sont joints aux employeurs et ont été présentés, tels les mannequins d'une parade de mode, à la différence que leur profil était mis en évidence et non leurs vêtements. Puis, les rôles ont été inversés et les employeurs se sont prêtés au jeu, l'animateur présentant leurs entreprises.

Lors d'un forum de discussion, les jeunes participants ont pu exprimer leurs attentes à l'égard du marché de l'emploi, tandis que les employeurs les questionnaient sur des moyens pour attirer et maintenir la relève dans les entreprises de la région.

Parmi les activités à venir, notons :

- Une trousse d'accueil pour les nouveaux arrivants
- Participation au salon de l'emploi des Bois-Francs les 20 et 21 mars 2009

Le slogan de l'initiative, « L'herbe est plus verte chez nous », démontre l'importance pour SBF d'agir positivement dans les domaines qui concernent les jeunes. En effet, les actions de SBF s'inscrivent tant dans la sphère familiale que dans la vie sociale et communautaire, au niveau de l'emploi, de la formation et de l'établissement.

Site Web: <http://www.seductionboisfrancs.com/>

Coordonnatrice de projets: jessica@cje-arthabaska.ca

Atelier 3

La relève d'entreprise,
une réelle opportunité !

Conférencier

Vincent Lecorne

Biographie

Diplômé de l'Université de Tours où il a obtenu une maîtrise en Administration Économie et Sociale, Vincent Lecorne a complété ses études par un DESS en Gestion des PME à l'Institut de Gestion de Touraine, en France. En 1995, il commence sa carrière professionnelle chez Druide, manufacturier québécois en cosmétiques naturelles, en tant que chargé de projet. En quatre ans, il passe du département marketing-ventes à la gestion des opérations. Ensuite, il réoriente sa carrière en entrant au Centre de Suivi du SAJE Montréal Métro où il devient directeur en 2000. Depuis, il est devenu directeur général adjoint et responsable du développement des affaires. Il a participé entre autres à la mise sur pied du portail d'affaires des jeunes entrepreneurs (www.paje.ca) et plus récemment, il a collaboré à l'élaboration du programme Succès Relève (www.succesreleve.com).

Résumé de la présentation

Plus de 70% des dirigeants québécois prendront leur retraite d'ici 2015. Près d'un million d'emplois seront touchés et d'excellentes occasions d'affaires se présenteront aux jeunes ayant un profil entrepreneurial. Le conférencier démontrera les avantages d'acheter une entreprise existante plutôt que d'en démarrer une nouvelle, en plus de faire connaître les meilleures opportunités de ce marché. Découvrez les solutions envisageables pour les jeunes des grands centres qui souhaitent devenir des entrepreneurs en région.

Notes de la secrétaire

L'état actuel de la relève d'entreprise est alarmant. Pourtant, ce secteur d'activités représentera un enjeu économique énorme pour le Québec au cours des prochaines années :

- 71% des dirigeants d'entreprises prévoient se retirer d'ici dix ans;
- 5 emplois sont créés lors d'une relève d'entreprise contre 2 lors d'une création;
- 70% des entreprises transférées disparaissent après la première année de nouvelle gestion;
- 196 000 entreprises seront à vendre au Québec au cours des prochaines années.

Il faut contrer cette problématique : c'est dans cette optique que le SAJE Montréal Métro a créé *Succès-Relève*. En deux ans, une centaine de jeunes entrepreneurs ont adhéré à ce programme. En effet, les jeunes veulent avoir des trucs et des idées parce qu'ils ne se sentent pas assez compétents pour reprendre une entreprise. *Succès-Relève* propose aux jeunes entrepreneurs une formation de 21 heures pour les outiller et ensuite leur permettre de prendre une décision éclairée entre ces deux choix : dois-je reprendre ou démarrer une entreprise ?

Sur 20 participants, un seul a concrétisé son projet : en effet, c'est un long processus qui peut s'étaler sur 6 à 8 ans avant d'en arriver à sa conclusion.

Pour une reprise, il faut compter entre trois et dix-huit mois de négociations, puis le vendeur doit enclencher un processus de préparation, en parler à sa famille et à ses employés. Il arrive que des vendeurs changent d'idée le jour de la vente. Il existe deux types de vendeurs :

- Le vendeur émotif en deuil;
- Le vendeur économique qui se concentre sur les affaires;

Il est intéressant de noter que la SADC offre de l'accompagnement en région pour les jeunes entrepreneurs. Le SAJE offre aussi de l'aide pendant tout le processus. Trois volets sont à examiner attentivement lors du processus d'achat :

- Volet financier : les dépenses sont-elles stables? les ventes augmentent-elles?
- Volet opérationnel : qui s'occupe de quoi? qui sait quoi? qui joue quel rôle?
- Volet juridique : quelles sont les règles environnementales en vigueur sur le territoire? Y a-t-il des marques de commerce?

Il est également possible d'évaluer l'entreprise selon la valeur de l'achalandage en observant les achats, le genre de clientèle, le taux de roulement du personnel, etc. Si l'intention du jeune est de reprendre une entreprise en difficulté, il peut examiner les raisons des problèmes : il arrive que ceux-ci soient facilement solvables.

Période de questions

Q. Est-ce que les personnes établies dans un milieu régional peuvent bénéficier des services du SAJE Montréal Métro ?

R. La formation Succès-Relève peut être donnée partout au Québec. L'idéal est de disposer, au niveau local, d'une équipe de professionnels qui l'assumera sur le terrain. Les gens qui le désirent peuvent utiliser l'expertise du SAJE et la ramener dans leur région.

Q. Comment intervenir avec les clivages de générations entre vendeurs et acheteurs ?

R. Il y a un suivi qui doit être fait auprès de la relève et des entrepreneurs. Le vendeur doit effectuer le même cheminement que le futur acheteur. L'entrepreneur qui vend a peur que sa réputation soit affectée par le transfert. Il croit que pour réussir, la personne doit donner tout son temps et sacrifier sa famille. Les jeunes ne sont pas prêts à laisser de côté leur vie familiale au profit de leur entreprise. L'intervenant doit donc aider deux générations à communiquer et à s'entendre.

Atelier 4

Stratégies d'intégration des personnes immigrantes en région

Conférencier

Mamadou Diop

Biographie

Spécialiste en formation et en développement de compétences des ressources humaines, Mamadou Diop est agent de développement chargé des régions au CAMO-Personnes immigrantes (CAMO-PI). À ce titre, il œuvre depuis plusieurs années dans l'élaboration de stratégies de préparation, d'intégration et de maintien en emploi des personnes issues de l'immigration.

Membre certifié de l'association canadienne de counseling (ACC), il a conçu et expérimenté plusieurs programmes d'intégration et de développement professionnel pour les personnes immigrantes et a publié différents articles sur l'insertion professionnelle et le counseling interculturel dans des revues spécialisées.

Résumé de la présentation

En raison des pénuries de main-d'œuvre, plusieurs régions se tournent vers les travailleurs immigrants. Malgré la richesse que constitue l'immigration pour le développement et la croissance des régions, on constate que les obstacles entravant l'attraction, l'intégration et le maintien en emploi de ces travailleurs sont encore nombreux. L'objectif de l'atelier est d'identifier ces obstacles et de proposer des stratégies concertées et des mécanismes d'accueil et d'intégration efficaces.

Notes de la secrétaire

Partout dans le monde, on tente d'attirer les immigrants en région. Il n'y a pas de recette magique pour y parvenir, mais il existe des approches, des stratégies et des constantes dans l'intervention qui favorisent leur intégration.

Depuis le début du phénomène de l'immigration, on se heurte aux mêmes problématiques : elles ne font qu'évoluer avec le temps, mais ne se résolvent jamais, car elles sont simples et compliquées à la fois.

Certains facteurs liés à l'environnement ou à la personnalité du nouveau venu aident ou nuisent à l'intégration. Les enjeux de la régionalisation de l'immigration sont :

- économiques
- linguistiques
- démographiques

La première préoccupation du Comité d'adaptation de la main-d'œuvre (CAMO) est de leur dénicher un emploi en région. Dans les autres pays également, une saignée démographique des milieux régionaux a lieu. Les immigrants ayant un intérêt à s'y installer proviennent souvent de régions d'autres pays.

Les milieux régionaux québécois qui tentent de recruter de la main-d'œuvre immigrante le font à Montréal. Cependant, les régions se heurtent à des problématiques communes :

- Les facteurs attractifs manquent dans ce genre de milieu;
- Les immigrants ne souhaitent pas seulement un emploi, ils veulent aussi un certain niveau de vie;

- Le milieu régional doit se montrer compétitif : l'immigrant ne doit pas avoir l'impression qu'il est perdant en quittant un centre urbain.

En ce sens, le programme PRIIME (Programme d'aide à l'intégration des immigrants et des minorités visibles en emploi) représente un modèle d'intervention intéressant, un projet collectif servant à développer une éthique du partenariat.

Pour stimuler la rétention de la personne immigrante en région, il y a quelques avenues possibles :

- Sensibilisation des intervenants, des conseillers, des employeurs et de la population locale;
- Arrimage entre l'immigrant et la communauté d'accueil;
- Questionnement du projet de vie personnel de la personne immigrante;
- Arrimage entre les différentes initiatives locales;
- Adaptation des initiatives locales à l'immigrant et adaptation de l'immigrant aux initiatives locales.

Les intervenants du milieu ont un rôle de premier plan à jouer au niveau de la rétention des personnes immigrantes en milieu régional :

- D'abord un rôle de conseiller, comme accompagnateur du projet ou de la structure d'accueil et de la personne immigrante;
- Ensuite un rôle rassembleur, car il mobilise toutes les personnes intéressées et touchées par la question de l'immigration.

La clé du succès passe par une démarche structurée :

- Il est d'abord nécessaire d'établir un diagnostic sectoriel, autrement dit de connaître le portrait de l'immigration dans sa propre région, les difficultés rencontrées par les nouveaux arrivants, les ressources disponibles, etc.;
- Ensuite, il faut s'assurer que le milieu est prêt à se mobiliser pour la réussite du projet;
- Finalement, le fait de prévoir les besoins futurs des immigrants en termes d'habitation, de loisirs, d'écoles, de garderies et de formations permettra une insertion plus facile dans la communauté.

Le CAMO est disponible pour aider le milieu à développer toutes sortes de projets visant l'accueil et la rétention des personnes immigrantes.

Atelier 5

La politique familiale municipale : un outil en appui à la rétention des jeunes et des familles en région

Conférencier

Marc-André Plante

Biographie

Le conférencier est directeur général du Carrefour action municipale et famille depuis septembre 2008. Spécialiste en élaboration de politiques familiales municipales depuis 2004, il a aussi été conférencier dans le cadre de la formation des nouveaux élus 2005-2006 de l'Union des municipalités du Québec. De 2001 à 2004, il a œuvré au sein de l'administration fédérale et plus particulièrement au ministère des Finances et du Développement social. Monsieur Plante a fait ses études en Administration à l'École des Sciences et de la gestion de l'Université du Québec à Montréal et est membre du Conseil de la famille et de l'enfance depuis mars 2008.

Résumé de la présentation

Depuis vingt ans, les municipalités du Québec élaborent des politiques familiales municipales (PFM). À ce jour, plus de 450 communautés ont adopté des plans d'action appuyant la rétention des jeunes et des familles en région. Ces PFM contribuent à l'accueil de jeunes qui auront éventuellement un projet « famille ». Avec le contexte démographique du Québec, les stratégies sont multiples et la concertation est de mise. L'atelier sera l'occasion d'échanger sur les réalisations et les défis à venir.

Notes de la secrétaire

Le Carrefour Action Municipale et Famille (CAMF) est issu d'un processus de consultation publique auquel ont adhéré les municipalités. Les termes « penser et agir en famille » signifient « s'assurer que des projets soutiennent les familles ». L'organisme Place aux jeunes fait partie de ces projets puisqu'il attire des jeunes qui ont ou auront des enfants.

Les politiques familiales municipales (PFM) gagneraient à être implantées dans des villes de moins de 5000 habitants : c'est d'ailleurs l'orientation que compte prendre le CAMF au cours des prochaines années.

De plus en plus de jeunes choisissent de s'établir dans une ville pour ce qu'elle offre en termes de PFM. De telles initiatives sont aussi bénéfiques aux aînés et aux ados puisque ceux-ci souhaitent également jouir d'une saine qualité de vie régionale.

L'augmentation du taux de fécondité au Québec, le retour aux valeurs familiales ainsi que les politiques gouvernementales en matière de famille amènent les municipalités à s'intéresser de plus en plus aux PFM et à ses avantages. Les jeunes recherchent un milieu qui leur ressemble, qui offre une bonne qualité de vie et des loisirs. Les parents de ces jeunes sont scolarisés, en santé, vivront longtemps et s'impliqueront auprès de leurs petits-enfants, d'où l'importance de ne pas oublier les aînés dans les politiques familiales.

Présenter à des élus un projet de PFM peut sembler ardu, mais il est possible de leur démontrer leurs intérêts à y adhérer en misant sur l'idée qu'une telle politique fait partie d'un plan de développement durable du milieu régional.

Période de questions

Q. De quelle manière peut-on attirer les jeunes via les PFM ?

R. Il y a divers moyens, tels que :

- Se distinguer de ses voisins
- Travailler à la reconnaissance, par les entreprises, des bienfaits de la conciliation travail/famille
- Demander à la ville de promouvoir des éléments de la conciliation travail/famille en ayant, au sein même de la structure administrative municipale, un tel plan de conciliation
- Prévoir un soutien financier

Il faut comprendre les aspirations des jeunes pour s'assurer de leur donner une PFM qui les satisfera :

- Les jeunes veulent réussir leur vie de famille. Ils sont souvent issus de la génération ayant vécu un taux élevé de divorce et ne veulent pas reproduire ce modèle.
- Ils veulent beaucoup d'enfants : ces jeunes ont souvent été enfants uniques.
- Ils veulent une carrière qui requiert moins d'heures de travail pour réussir leur vie familiale.

Il est primordial que la PFM soit adaptée au milieu. Elle peut prendre la forme de petites initiatives qui apportent de réels avantages aux nouveaux parents (par exemple, un service de nettoyage des couches en coton). La mobilisation doit respecter les moyens financiers de la MRC. Ces politiques seront encore plus efficaces si une vision régionale est adoptée.

Atelier 6

Place aux jeunes ados dans la MRC des Sources : les facteurs de réussite d'un partenariat école-communauté

Conférenciers

Olivier Brière et Francine Jourdain

Biographies

Après des études en histoire, Olivier Brière a travaillé quelques années dans le domaine de l'édition. Depuis 2006, il occupe le poste d'agent de migration Place aux jeunes / Desjardins au Carrefour jeunesse-emploi du comté de Richmond. Il coordonne l'organisation d'activités dédiées aux adolescents et aux jeunes adultes qualifiés en vue de faciliter leur retour et leur établissement dans la MRC des Sources.

Francine Jourdain est à l'emploi de la Commission scolaire des Sommets en Estrie. Elle y occupe le poste de conseillère pédagogique en approche orientante. Depuis 2000, elle travaille au développement de ce concept. En 2002, conjointement avec le CJE du comté de Richmond, elle a coordonné la première édition du projet "Mon avenir, Ma région" et a assumé ce rôle jusqu'en 2007. Depuis, elle est toujours active au sein du comité des partenaires associés à l'événement.

Résumé de la présentation

Depuis six ans, l'école secondaire de l'Escale à Asbestos, le CJE du comté de Richmond et plusieurs organismes de la MRC des Sources offrent aux élèves de 4^e secondaire une journée de colloque sur le choix de carrière à partir des métiers exercés dans la MRC. Cette activité, en lien avec l'approche orientante, a pour objectifs de faire vivre aux élèves des expériences significatives pour leur choix de carrière et de stimuler leur attachement à leur région par la découverte des métiers en demande et des organisations dynamiques du territoire. Ce partenariat et des outils susceptibles d'aider à mobiliser le milieu scolaire seront partagés.

Notes du secrétaire

La MRC des Sources est un milieu rural composé de sept municipalités et est l'un des plus défavorisés en Estrie. Par contre, c'est aussi un territoire préoccupé par la jeunesse et capable de se mobiliser pour réaliser de beaux projets.

L'école secondaire l'Escale est une institution :

- comprenant moins de 700 élèves provenant de milieux défavorisés ;
- qui peut compter sur un très fort sentiment d'appartenance et une grande implication de la part du personnel ;
- qui dessert de bons élèves, polis et respectueux, qui ont beaucoup de potentiel.

Le projet de colloque « Mon avenir, ma région » a été créé dans un contexte de mobilisation à la suite de la fermeture de la mine en 2002. Il a pour objectif d'aider les jeunes de 4^e secondaire à découvrir les métiers qu'ils pourraient éventuellement exercer dans leur MRC d'origine. Des conférences, des visites d'entreprises et des rencontres avec des employeurs sont quelques-unes des activités offertes lors de cet événement. Les participants ont également l'opportunité de rencontrer des personnes qui font carrière dans les domaines qui intéressent les jeunes ; de plus, on tente d'attiser la flamme entrepreneuriale des élèves en leur expliquant la démarche à suivre pour se lancer en affaires. À chaque année, les élèves repartent heureux de leurs découvertes, sont sensibilisés sur les possibilités d'emploi dans leur MRC et ont, pour certains, validé leur choix de carrière.

Il peut sembler ardu d'approcher une institution scolaire, mais il suffit de savoir présenter son projet pour intéresser les intervenants :

- Viser la complémentarité : ce que vous pouvez apporter au milieu scolaire en complément de ce qu'il offre déjà;
- Identifier les points d'ancrage, ou à quels programmes Place aux jeunes peut se greffer pour multiplier la valeur de son intervention. Dans ce cas-ci, les points d'ancrage étaient :
 - L'approche orientante
 - Le programme de formation
 - Le projet personnel d'orientation
 - La sensibilisation à l'entrepreneuriat
 - L'exploration de la formation professionnelle

Période de questions

Q. Est-il possible qu'une commission scolaire ou une école ne pratique pas l'approche orientante ?

R. Non, impossible.

Q. Y-a-t-il d'autres MRC au Québec qui pratiquent ce genre de projets ?

R. Oui, entre autres les MRC d'Athabaska, du Val-Saint-François et du Haut-Saint-François (en planification pour cette année ou l'an prochain).

Q. Que représente le colloque, en terme de charge de travail, pour une année ?

R. Le colloque occupe l'agent de migration plusieurs mois par année. Pour faciliter sa réalisation, l'agent a déplacé ses séjours exploratoires à l'automne.

Atelier 7

L'approche d'intervention : pour favoriser l'insertion professionnelle à distance des jeunes chercheurs d'emploi spécialisés et diplômés

Conférencière

Denise Fontaine

Biographie

Excellente communicatrice, Denise Fontaine est consultante en gestion de carrière. Son approche se veut concrète et réaliste. Depuis 1990, elle cumule de l'expérience dans des secteurs d'activités variés qui lui ont permis de développer une solide expertise terrain en gestion des ressources humaines et en employabilité. La gestion de carrière de gestionnaires, la formation, l'orientation, le reclassement, l'évaluation et la sélection de personnel sont au cœur de ses activités quotidiennes.

Résumé de la présentation

L'approche d'intervention se définit comme un ensemble d'entrevues ou d'interventions d'évaluation et d'aide à l'emploi, d'accompagnement et de suivi, personnalisées et empreintes de relation d'aide, centrées sur la clarification et la compréhension des obstacles à l'emploi et des besoins réels du client-individu. L'approche d'intervention rassemble les méthodes permettant d'établir une relation de confiance et de collaboration avec le client, d'obtenir une juste évaluation de ses besoins, d'élaborer un plan d'intervention, d'accompagner le client et de le suivre durant son insertion.

Notes de la secrétaire

L'approche d'intervention, c'est amener le jeune à cibler ses besoins et à développer des solutions. Cette technique peut s'appliquer aux agents de migration qui vivent diverses problématiques au niveau du recrutement :

- Problématique au niveau de la présentation des candidats aux employeurs;
- Comment cerner un jeune à distance, par le biais d'une conversation téléphonique;
- L'agent a tendance à trop en faire pour le jeune, allant presque jusqu'à le mater.

L'approche attentionnée, qui tient compte des différences individuelles, est préconisée dans le cas où l'agent doit cerner un candidat au cours d'une conversation téléphonique. Un questionnaire adapté à ce moyen de communication peut être élaboré, permettant une meilleure compréhension de la personnalité du client. On peut construire le questionnaire en gardant en tête les points suivants, qui résument l'approche d'intervention :

- Établir une relation de confiance et de collaboration;
- Définir le cadre temporel et spatial, à savoir combien de temps peut vous accorder le jeune, où il se trouve;
- Expliquer votre rôle;
- Connaître ses attentes, par exemple en lui demandant de vous expliquer clairement ce qui le préoccupe;
- S'assurer d'obtenir le plus d'informations possibles, par exemple en posant des questions ouvertes;
- Reformuler les besoins et les attentes du jeune une dizaine de minutes avant la fin de l'entrevue et lui indiquer clairement ce qu'il doit faire pour se prendre en main. Il faut aider la personne à comprendre, s'approprier et résoudre son problème;
- Savoir dire au client qu'il doit s'adresser à quelqu'un d'autre, puis le diriger vers la ressource appropriée;

- Offrir l'accompagnement et le soutien nécessaires à l'atteinte de son but. Il faut constamment s'assurer que le jeune et l'agent sont sur la même longueur d'onde;
- Découvrir la personne : elle doit avoir entamé une réflexion sur elle-même pour connaître son problème;
- Revoir la liste de ses besoins avant de terminer, puis demander au jeune ce qu'il a retenu de l'entretien.

Si la personne est présente physiquement, il faut prendre le temps de la regarder et de s'ajuster dans la relation. Selon Jacques LIMOGÉ, il n'y a pas de client médiocre : il suffit simplement d'ajuster son approche d'intervention pour répondre aux objectifs du client.

Être un bon intervenant, c'est :

- Prendre son temps, ne pas bousculer la personne ni bâcler un dossier;
- S'assurer de bien avoir compris, freiner le candidat dans son discours si celui-ci est trop rapide pour vous (on peut dire au jeune, par exemple : « Je t'arrête, j'ai l'impression que tu as beaucoup de choses à me dire. Prenons quelques minutes pour explorer tes besoins. »);
- Prendre le temps d'écouter, d'assurer la personne que nous allons l'accompagner et l'aider.

Il est préférable de mettre fin à une entrevue quand on a l'impression que l'on est en train d'essayer de lui vendre quelque chose ou qu'on est en train de se justifier.

Atelier 8

Pourquoi ont-ils quitté ? Pourquoi sont-ils restés ? Mieux comprendre le processus d'intégration des immigrants en région

Conférencier

Abdoul Echraf Ouedrago

Biographie

Abdoul Echraf Ouedrago complètera cette année un doctorat sur l'insertion des immigrants en région. Pour comprendre les facteurs d'insertion et de rétention, il a réalisé une étude longitudinale au cours de laquelle il a suivi pendant 3 ans un groupe de 300 immigrants dans plusieurs régions, de leur arrivée (pour exploration, étude ou établissement) jusqu'à leur insertion complète ou leur départ.

Le conférencier est membre du Centre d'études ethniques des universités montréalaises (CEETUM) et de l'Observatoire canadien sur l'immigration dans les zones à faible densité pour lequel il participe depuis 4 ans au projet étudiant "La mobilité des familles immigrantes dans les régions du Québec". Le projet consiste à suivre plusieurs familles immigrantes dans les régions métropoles et qui sont très mobiles, pour comprendre les raisons de cette mobilité. Le suivi s'est effectué sur une période de 4 ans, certaines familles habitant maintenant d'autres provinces. Il a aussi mené une étude en 2006 sur l'impact de l'immigration dans le développement local toujours pour le compte de l'Observatoire.

Résumé de la présentation

Les efforts pour attirer et retenir en région les immigrants n'étant pas toujours concluants, il faut donner la parole à ces derniers : ceux qui ont quitté pour savoir ce qui a motivé leur départ et ceux qui sont restés pour comprendre les facteurs favorables à leur établissement en région. Plus de 300 immigrants ont été sondés lors d'une vaste enquête. Souvent, les questions de perception, la qualité de l'accueil, l'expérience avec les institutions locales et la catégorie d'âge des migrants se sont révélées plus importantes que le facteur emploi ou les différences culturelles.

Notes de la secrétaire

Les modes de socialisation et d'intégration des personnes immigrantes sont divers :

- Identification à un groupe minoritaire : les immigrants socialisent beaucoup entre personnes d'une même nationalité d'origine;
- Fréquentation d'un lieu de culte : 34% des personnes immigrantes fréquentent régulièrement un temple, une église ou une mosquée. 84% des personnes sondées affirment y avoir tissé des relations utiles à la recherche d'emploi ou de logement;
- Contacts avec des institutions sociales : 58% des personnes interrogées ont mentionné ce genre d'expérience comme facteur déterminant leur choix de rester;
- Fréquentation de lieux publics et de loisirs : 78% des personnes immigrantes croient qu'il faut aller dans les bars et les restaurants pour socialiser. 20% d'entre elles ont vécu de la discrimination aux niveaux de l'emploi, du logement ou des établissements scolaires, alors que 62% en ont vécu dans un lieu de loisir. Dans les bars seulement, 78% des personnes de 23 ans et moins ont subi de la discrimination, contre 15% chez les 24 ans et plus;
- Accueil et accompagnement des immigrants : dans plusieurs institutions publiques, les gens ressentent beaucoup d'insécurité dès qu'ils ont affaire à une personne immigrante et coupent court à tout dialogue, refusant ainsi des services, parfois essentiels.

Il est intéressant de noter que les personnes immigrantes ne considèrent pas majoritairement Montréal comme milieu idéal pour s'établir :

- Québec 52%
- Montréal 16%
- Rimouski 13%
- Rivière-du-Loup 4%
- Matane 4%
- Sherbrooke 9%

Le cadre ministériel pour stimuler l'immigration est somme toute assez récent et encore en développement. Le premier ministère pour l'immigration date de 1968 et la politique de régionalisation de 1954.

Dans le cadre théorique de la recherche, le chercheur a défini l'intégration sociale comme un apprentissage de coutumes et de normes sociales, de pratiques bureaucratiques, de modes, de rapports sociaux (...) un processus de création d'un réseau de relations sociales, de relations organisationnelles nécessaires à une pleine intégration d'un individu au sein d'une société.

Le système gouvernemental est bâti de telle manière que la population ne voit pas l'immigrant comme une personne, mais comme une catégorie administrative. Pourtant, 43% des personnes immigrantes sondées ne se considèrent pas comme membre d'un groupe ethnique et 37% ne s'identifient pas comme membres d'une minorité visible : de plus, 18% de ceux qui se disent membres d'une minorité visible se reconnaissent d'ascendance blanche quand vient le temps de choisir un groupe racial.

Les personnes immigrantes qui choisissent de quitter le font pour les raisons suivantes :

- 71% à cause de la difficulté à obtenir un emploi;
- 12% à cause de la piètre qualité des emplois obtenus pendant leur séjour;
- 9% pour retrouver leur famille.

Sur les 300 personnes immigrantes interrogées, 70 ont quitté le Québec.

Pour stimuler l'établissement en région de personnes issues de l'immigration, il faut que les Québécois voient autre chose dans l'immigrant que de l'exotisme.

Atelier 9

La mobilisation locale et régionale : le cœur de l'enjeu

Conférencières

Claudia Madore et Isabelle Coulombe

Biographies

Après ses études en Arts et technologie des médias, Claudia Madore occupe durant six ans un poste de journaliste et animatrice de radio en Outaouais. En 2002, elle choisit de faire de sa qualité de vie une priorité et revient au Saguenay-Lac-Saint-Jean. À son retour, elle œuvre au sein de la Table de concertation des groupes de femmes de la région et devient par la suite agente de communication au Centre de solidarité internationale du Saguenay—Lac-Saint-Jean. Ayant à cœur le développement de sa région d'origine, elle joint le Regroupement Action Jeunesse en 2007, où elle est responsable des communications. Claudia agit également comme agente de communication de la Stratégie MigrAction, tout en coordonnant l'équipe d'agents terrain de cette Stratégie d'intervention.

Après ses études en sciences sociales à l'Université du Québec à Chicoutimi, Isabelle Coulombe choisit en 1995 de retourner s'établir dans sa municipalité d'origine, au Lac-St-Jean. Enracinée et très engagée dans son milieu depuis son jeune âge, elle poursuit son implication en devenant adjointe au développement local de sa communauté, tout en conjuguant des études en administration des affaires. En 2004, elle joint les rangs de la grande équipe régionale de la Stratégie MigrAction où elle exerce pendant trois ans la fonction d'agente de mobilisation, puis d'agente de développement de l'entente spécifique 2007-2012 pour les MRC de Maria-Chapdelaine et du Domaine-du-Roy, dans le comté Roberval.

Résumé de la présentation

Pour qu'une stratégie globale d'intervention visant l'établissement des jeunes en région soit déployée et suscite l'adhésion de multiples partenaires, l'intégration de ces derniers est primordiale. Il faut miser sur la synergie des acteurs du milieu pour que tous adhèrent au projet et prennent part aux actions de façon concertée. La concrétisation des idées novatrices et audacieuses est ainsi facilitée, localement et régionalement.

Notes de la secrétaire

La baisse démographique:

À la fin des années 90 et au début des années 2000, le Saguenay Lac-Saint-Jean a vécu ses pires années au niveau du déclin de sa population. En 2000-2001, le solde migratoire était de -3091 : en 2006-2007, il était de -943. Les principales causes de ce déclin sont :

- un faible taux de natalité
- un exode des jeunes
- un vieillissement de la population

80% des gens qui quittent la région sont âgés entre 15 et 25 ans. Les jeunes sont associés au remplacement de la main d'œuvre, à la relève entrepreneuriale, au développement économique et à la capacité de renouvellement d'une communauté. Seulement pour le Saguenay-Lac-Saint-Jean, 18 000 emplois seront à combler d'ici 2012. L'intervention élaborée pour renverser cette tendance est la suivante :

- Développer et diffuser une image positive de la région; combattre les préjugés et les stéréotypes;

- Développer et soutenir localement des politiques et des mesures favorisant l'établissement des jeunes en région;
- Offrir une bonne qualité de vie et des incitatifs favorisant la rétention et l'établissement des jeunes;
- Favoriser l'insertion sociale et professionnelle des jeunes en région;
- Développer l'entrepreneuriat individuel et collectif chez les jeunes;
- Accroître le sentiment d'appartenance par la participation citoyenne des jeunes. Plus nous nous sentons impliqués dans la communauté, plus nous avons le goût d'y rester et de la développer.

En 2001, des jeunes décident d'intervenir à l'intérieur et à l'extérieur de la région, surtout dans les centres urbains avoisinants. Les interventions visent :

- les adolescents de la région, qui penseront peut-être un jour à partir;
- les jeunes adultes de la région qui sont encore là, pour qu'ils restent;
- les jeunes adultes qui ont quitté pour un centre urbain ou qui proviennent d'un centre urbain.

En 2003-2004, c'est le début de la mise en marche de la stratégie au niveau local et régional. Divers comités composent la structure de MigrAction :

- Comité d'évaluation de l'entente, qui analyse le déroulement de l'action, les bilans, les résultats et les objectifs. Ce comité regroupe l'ensemble des partenaires signataires et est présidé par le directeur de la CRÉ;
- Comité de coordination régionale, qui assure la mise en œuvre de la stratégie. Il est comparable à un conseil d'administration;
- L'équipe terrain, qui assure la réalisation d'activités en lien avec le plan d'action régional et local;
- Les tables MigrActives locales, qui voient à la réalisation du plan d'action local en lien avec les cibles d'interventions et les objectifs régionaux.

Chaque membre de l'équipe travaille à réaliser ses objectifs en lien avec les cibles d'intervention. En plus d'avoir un lieu régional d'échange et de prise de décision, il en existe un sur le plan local. Tous les partenaires sont mis à contribution lors de la réalisation de projets locaux et régionaux.

Les ingrédients essentiels à la mobilisation sont les suivants :

- Convaincre les élus locaux;
- Adapter son discours à chaque personne et à chaque groupe de personne;
- Respecter la mission de chacun et le plan d'action;
- Respecter les spécificités locales;
- Se faire confiance;
- Mettre les intérêts de la cause avant ses propres intérêts;
- Développer les milieux par le milieu.

Atelier 10

La culture entrepreneuriale : un outil exceptionnel d'enracinement des jeunes et de développement des municipalités

Conférencières

Natacha Jean et Annie Picard

Biographies

Titulaire d'une maîtrise en Études et Interventions régionales de l'UQAC, Natacha Jean travaille depuis plus de 15 ans à titre de chercheure et d'intervenante dans des organisations dédiées au développement des jeunes, des régions et de l'entrepreneuriat. Elle est actuellement présidente directrice-générale du Concours québécois en entrepreneuriat.

Annie Picard met à profit sa formation pédagogique et son expertise émergeant de ses nombreux échanges avec plus de 400 artisans locaux et régionaux à travers le Québec en matière de développement du Concours québécois en entrepreneuriat au sein de toutes les régions.

Résumé de la présentation

La culture entrepreneuriale est un véritable outil de développement des régions. Elle a des retombées positives tant sur l'exode des jeunes que sur la revitalisation des collectivités, la relève entrepreneuriale et la diversification économique du territoire. Lors de cet atelier sera présenté un sommaire des plus récentes recherches, confirmant le rôle capital de l'entrepreneuriat dans le développement des régions. Une jeune entrepreneure, lauréate du Concours québécois en entrepreneuriat, témoignera de son expérience et de son désir de créer de la richesse et des emplois dans sa MRC.

Notes de la secrétaire

La mission du Concours québécois en entrepreneuriat est de favoriser le développement de l'entrepreneuriat au Québec en récompensant les projets entrepreneuriaux réalisés en milieux scolaires et la création de nouvelles entreprises.

Les résultats sont impressionnants : on compte près de 50 000 projets en entrepreneuriat étudiant et 9 000 plans d'affaires déposés en dix ans. En 2008, il s'agissait de 102 000 participants de tous âges. On s'attend à ce que le Concours franchisse le cap du million de participants en 2009.

Les projets proviennent des régions ressources autant que des grands centres. On remarque d'ailleurs que plus on s'éloigne des centres urbains, plus les entrepreneurs sont originaires du milieu.

Le Concours, c'est aussi plus de 400 responsables régionaux répartis dans les 17 régions administratives du Québec. Chaque région compte un comité organisateur composé généralement des centres locaux de développement, des sociétés d'aide au développement des collectivités, des carrefours jeunesse-emploi, des commissions scolaires, des collèges et des universités, des directions régionales, des ministères, des chambres de commerce, etc.

Développer la culture entrepreneuriale contribue à apporter des solutions aux enjeux régionaux du Québec, tels que :

- L'exode des jeunes;
- La dévitalisation des collectivités rurales;
- La pénurie de main-d'œuvre qualifiée;
- L'absence de relève entrepreneuriale;

- La dépendance à la grande entreprise.

L'entrepreneuriat est un des quatre facteurs prioritaires de la croissance et du développement local.

Le développement de la culture entrepreneuriale passe par la sensibilisation et le développement des caractéristiques entrepreneuriales dès le plus jeune âge. De plus, les impacts indirects des projets entrepreneuriaux à l'école sont des plus bénéfiques, puisqu'ils :

- augmentent la motivation des étudiants;
- développent le sentiment d'appartenance envers l'école et la communauté;
- développent les qualités entrepreneuriales telles que la solidarité, le leadership, le sens de l'initiative, le travail en équipe et la confiance en soi.

Le Concours rappelle que les entrepreneurs sont :

- Des agents de changements;
- Des créateurs de richesse et d'emplois.

D'autre part, il est urgent d'agir au niveau de la relève d'entreprises. Voici quelques priorités d'action du Concours :

- Multiplication des projets entrepreneuriaux en milieu scolaire;
- Diffusion de modèles d'entrepreneurs en région;
- Création d'un crédit d'impôt pour un retour en région accessible aux jeunes entrepreneurs;
- Création d'un mentorat d'affaires en région pour les jeunes entrepreneurs en démarrage;
- Développement de jumelages ou de plates-formes de rencontre entre jeunes et entrepreneurs cédants.

La Lauréate du Grand Prix Défi de l'entrepreneuriat jeunesse, madame Sophie Chabot, est venue exposer son expérience en tant que jeune entrepreneure. Elle a lancé sa compagnie, JustBio Inc, qui a pour objectif de développer l'utilisation alimentaire et pharmaceutique du Stevia Rebaudiana Bertoni, une plante tropicale au pouvoir sucrant sans calorie. L'originalité de son projet d'entreprise, ses capacités de mobilisation des ressources humaines et son innovation dans un marché peu exploité au Québec rejoignent les qualités entrepreneuriales encouragées par le Défi de l'entrepreneuriat jeunesse, c'est-à-dire la créativité, l'autonomie, le sens des responsabilités et le leadership.

Site web: <http://www.concours-entrepreneur.org/>

Atelier 11

Collaborer localement et régionalement pour favoriser l'implication citoyenne

Conférencier

Bruno Paradis

Biographie

L'implication a toujours été présente dans la vie de Bruno Paradis. Au départ, c'était pour aider ses semblables au sein de Centraide et de ressources d'aide aux personnes vivant avec une déficience intellectuelle. Par la suite, ses implications avaient pour objectif de travailler au développement de sa collectivité avec, entre autres, une implication au Carrefour jeunesse-emploi Mitis. Aujourd'hui, en plus de son mandat d'agent de migration à Place aux jeunes La Mitis, il siège sur de nombreux conseil d'administration dont celui de la Conférence Régionale des Élus du Bas-Saint-Laurent en tant que président de la Commission jeunesse du Bas-Saint-Laurent. Pour lui, l'implication est un bon moyen pour aider ses concitoyens ou pour se créer un bon « réseau de contacts », mais c'est surtout un excellent moyen d'intégration sociale.

Résumé de la présentation

Les opportunités d'implication n'ont jamais été si nombreuses. Les OBNL, les clubs sportifs et les associations pullulent mais malheureusement, les jeunes impliqués sont de moins en moins nombreux. Pourtant, l'implication citoyenne apporte de nombreux avantages tant pour le milieu et pour l'organisation que pour le bénévole et forme des citoyens responsables. Pour favoriser cette implication tout en s'assurant d'atteindre des objectifs collectifs communs, il semble impossible de ne pas passer par un maillage et une collaboration étroite entre les acteurs locaux et régionaux.

** Note : L'atelier a eu lieu sous forme d'échange entre l'animateur et les participants.*

Notes de la secrétaire

Chaque participant a d'abord eu à partager ses implications bénévoles actuelles : les participants s'impliquaient déjà et au-delà des objectifs altruistes se trouvaient des besoins tels que la socialisation, la création d'un réseau de contacts, etc.

Ensuite, ils devaient évoquer les avantages de l'implication bénévole pour un nouvel arrivant et les mêmes éléments sont ressortis : besoin de socialiser, création d'un réseau de contacts, augmentation de leur crédibilité dans le milieu, etc.

Les jeunes qui migrent dans une région d'où ils ne sont pas originaires sont, pour la plupart, très dynamiques et intéressés à s'impliquer dans leur communauté. Comme l'implication augmente souvent leur insertion sociale, elle devient un facteur de succès majeur dans la rétention de ces nouveaux arrivants. Tout intervenant qui travaille à encourager la migration des jeunes devrait utiliser l'implication bénévole comme un outil incontournable pour assurer la rétention de sa clientèle. Bien sûr, ce ne sont pas tous les nouveaux arrivants qui s'impliqueront, mais l'agent doit avoir une bonne connaissance du milieu bénévole de sa communauté pour connaître les besoins et référer ses clients aux endroits qui correspondent à leurs aspirations.

Finalement, il est important de ne pas travailler seul dans le dossier de l'implication citoyenne. Depuis deux ans, l'ensemble des Forums jeunesse/Commission jeunesse du Québec ont un agent de participation citoyenne qui a pour mandat d'encourager la participation citoyenne des jeunes. Une collaboration avec cette ressource amènera une meilleure coordination des efforts, ainsi que la mise en place d'initiatives de reconnaissance de l'implication, comme c'est le cas avec le concours « Je prends ma place ».

Atelier 12

Vendre son projet... vendre l'avenir

Conférencier

Raynald Lavoie

Biographie

Raynald Lavoie œuvre en marketing depuis plus de 30 ans et en parallèle, il enseigne le marketing à l'Université Laval et à l'Université du Québec à Chicoutimi. Il est aussi co-auteur de 5 guides sur le marketing parus sous le nom de *La collection Desjardins pour le travailleur autonome*.

Résumé de la présentation : L'art de la conviction n'est pas étranger à celui de la vente et du marketing. À chaque jour, nous tentons tous de vendre nos idées, nos projets, nos valeurs... Dans cet atelier, le large éventail du marketing et de la communication sera abordé sous l'angle de la persuasion. Vous découvrirez les mots qui vendent et l'argumentaire qui pourrait transporter des montagnes. Des astuces qui s'avèreront utiles dans les situations suivantes : recherche de collaborateurs et de commanditaires, présentation d'un nouveau projet, etc.

Notes de la secrétaire

Quand il est question de vendre, il est important de comprendre que tout est dans le savoir-être et dans le savoir-faire. Il y a deux concepts à approfondir :

- Comment êtes-vous ? Pour être convaincant, il faut être convaincu et honnête. Il est inutile d'essayer de vendre un projet auquel on ne croit pas;
- Vivre, c'est vendre. L'agent de migration travaille dans la vente de son projet. Dans la vie de tous les jours, pour obtenir quelque chose, il faut mettre en œuvre quelques stratégies propres au vendeur.

Pour être un bon vendeur, il faut :

- 1) Avoir une attitude positive contagieuse « Rien n'arrive pour rien »;
- 2) Vouloir aider les autres « Ce qu'on fait pour les autres nous sera rendu »;
- 3) Avoir confiance en soi et en ses capacités, mais sans devenir arrogant;
- 4) Aimer les gens et avoir un bon réseau de contacts;
- 5) S'amuser « Quand on n'a plus de plaisir à travailler, il faut savoir s'en aller »;
- 6) Tout faire à fond « Faire les choses parfaitement et finir ce qu'on commence; jamais personne ne vous reprochera d'en faire trop »;
- 7) Être intègre et honnête, surtout envers soi-même. « Ne vous mentez pas, posez-vous la question : *Est-ce que j'aime ce que je fais ?* »;
- 8) Être organisé et porter une grande attention aux détails sans s'y embrouiller;
- 9) Être enthousiaste;
- 10) Démontrer de l'initiative « Prenez les choses en main »;
- 11) Être capable de communiquer « Écoutez plus que vous ne parlez, vous avez deux oreilles, mais une seule bouche »;
- 12) Être disponible;
- 13) Faire de l'écoute active « Faites dire à votre interlocuteur ce qu'il ne veut pas dire »;
- 14) Pouvoir ou savoir recevoir une critique « Faites preuve d'humilité »;
- 15) Faire preuve de détermination « Dites-vous *c'est aujourd'hui ou jamais* ou *je le fais* et non pas *je vais essayer*, car essayer = échouer/excuser».

Il est primordial de cerner les besoins de la clientèle, de savoir à quoi rêvent les jeunes versus ce que vous êtes en mesure de leur offrir. Pour déterminer ces besoins, il faut :

- Porter de l'intérêt au sujet et à la personne; démontrer de l'empathie et être capable de penser aux problèmes potentiels;
- Se concentrer sur le contenu et non sur le contenant; ne pas porter attention seulement à l'individu, mais aussi à ce qu'il dit;
- Observer les expressions du sujet;
- Écouter pour mieux apprendre;
- Réduire les distractions possibles; éteindre les cellulaires, blackberries et autres appareils pouvant interrompre l'échange;
- Avoir une grande ouverture d'esprit; être prêt à découvrir;
- Clarifier ses idées « Tant que vos idées ne sont pas claires, NE DITES RIEN »;
- Prendre des notes;
- Poser des questions habiles et appropriées;
- Retracer l'origine d'une émotion négative; ce point revient à savoir écouter.

Se servir d'images est une bonne manière d'attirer l'attention des gens. Quand on crée une pub, il faut se souvenir des règles suivantes :

- Trouver un titre efficace;
- Ne pas trop écrire;
- Promettre un avantage (exemple : vous aurez droit à des séjours GRATUITS);
- Interpeller directement la personne.

Le fait de pouvoir référer un candidat à un témoignage véridique et positif est pour lui très rassurant. De plus, certains mots piquent la curiosité : les utiliser assure un meilleur rendement de la publicité.

Pour des textes efficaces, voici quelques trucs à retenir :

- Être direct, appeler les choses par leur nom;
- Ne pas utiliser la méthode du crescendo dans un texte : le lecteur ne se rendra pas jusqu'au bout;
- KISS : Keep It Simple is Stupid. « S'assurer de la simplicité de vos écrits : ce sera plus simple pour vous et pour le lecteur »;
- Parler aux gens. « Comprendre ce qu'ils veulent comme information »;
- Utiliser le présent;
- Parler d'abord au cœur, ensuite à la tête;
- Privilégier des paragraphes courts;
- Être positif;
- Utiliser des mots courts et courants;
- Faire des phrases courtes et simples (sujet, verbe, complément);
- Ne pas utiliser les points de suspension;
- Ne pas abuser des points d'exclamation;
- Se montrer cordial;
- Conclure.

Période de questions

Q. Que pensez-vous de l'emploi du tutoiement en publicité ?

R. Il est très bien de tutoyer en publicité : c'est un terme infiniment plus direct, franc et sympathique que le pédant *vous*.

Informations sur les actes du colloque

Place aux jeunes du Québec

info@placeauxjeunes.qc.ca

418 523-1117