

PLAN STRATÉGIQUE ET PLAN D'ACTION 2005-2008

COMITÉ SECTORIEL DE MAIN-D'ŒUVRE EN TRANSFORMATION ALIMENTAIRE

version finale validée

15 décembre 2004

Adopté par le Conseil d'administration le 8 décembre 2004



6955, rue christophe-colomb
bureau 104
montréal
(québec)
h2s 2h4

t. (514) 278 2855

f. (514) 278 1926

c. info@darvida.ca

TABLE DES MATIÈRES

MISE EN CONTEXTE.....	3
ORIENTATIONS FONDAMENTALES ET STRATÉGIE GÉNÉRALE	5
ENJEU A : LE RECRUTEMENT DE LA MAIN-D'ŒUVRE	7
ORIENTATION STRATÉGIQUE A1 : L'AUGMENTATION DU POUVOIR D'ATTRACTION DU SECTEUR DE LA TRANSFORMATION ALIMENTAIRE	7
Objectif A1.1 : La mise en valeur du secteur de la transformation alimentaire, de ses entreprises et de ses métiers spécialisés et non-spécialisés	7
Objectif A1.2 : La diversification du bassin de main-d'œuvre potentielle	8
Objectif A1.3 : Le soutien à la préparation à l'emploi	9
ORIENTATION STRATÉGIQUE A2 : L'AMÉLIORATION DES PROCESSUS DE RECRUTEMENT DES ENTREPRISES.....	10
Objectif A2.1 : La mise en valeur de processus de recrutement efficaces et efficients	10
ENJEU B : LA RÉTENTION DE LA MAIN-D'ŒUVRE	11
ORIENTATION STRATÉGIQUE B1 : L'ACCROISSEMENT DU TAUX DE RÉTENTION DE LA MAIN-D'ŒUVRE DANS LES ENTREPRISES DU SECTEUR	11
Objectif B1.1 : La sensibilisation des entreprises aux changements favorisant la rétention de la main-d'œuvre	11
ENJEU C : LA FORMATION DE LA MAIN-D'ŒUVRE.....	13
ORIENTATION STRATÉGIQUE C1 : LE POSITIONNEMENT DE LA FORMATION AUPRÈS DES EMPLOYEURS ET EMPLOYÉS DU SECTEUR COMME SOURCE PRIVILÉGIÉE DE MOTIVATION DE LA MAIN-D'ŒUVRE ET D'AMÉLIORATION DE LA PERFORMANCE DES ENTREPRISES	13
Objectif C1.1 : La sensibilisation à l'importance de la formation adéquate de la main-d'œuvre.....	13
Objectif C1.2 : Le soutien aux entreprises au plan de la formation et de la gestion des ressources humaines	14

ORIENTATION STRATÉGIQUE C2 : LA BONIFICATION DE L'OFFRE DE SERVICES DE FORMATION EN FONCTION DES BESOINS SPÉCIFIQUES DES ENTREPRISES DU SECTEUR.....	15
Objectif C2.1 : L'adaptation des formations existantes en fonction des besoins des sous-secteurs, des régions et des entreprises selon leur taille	15
Objectif C2.2 : Le développement de nouvelles formations.....	16
ENJEU D : LA CONNAISSANCE ET LA RECONNAISSANCE DU CSMOTA ET LA MOBILISATION DU SECTEUR.....	17
ORIENTATION STRATÉGIQUE D1 : LA CONSOLIDATION DU RAYONNEMENT DU CSMOTA	17
Objectif D1.1 : La promotion du CSMOTA et de son offre de services.....	17
ORIENTATION STRATÉGIQUE D2 : LA MOBILISATION DE L'ENSEMBLE DU SECTEUR AUTOUR DU CSMOTA ET DES ENJEUX DE DÉVELOPPEMENT DE LA MAIN-D'ŒUVRE	19
Objectif D2.1 : Le renforcement de l'implication du secteur pour faire face aux enjeux de développement de la main-d'œuvre	19

MISE EN CONTEXTE

Créé en 2001, le Comité sectoriel de main-d'œuvre en transformation alimentaire (CSMOTA) est une organisation à but non lucratif qui a pour but de favoriser, au sein de l'industrie alimentaire, le développement d'une culture de formation continue tout en valorisant le développement des emplois qui s'y rattachent. Il travaille en partenariat avec Emploi-Québec, le ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec (MAPAQ) et des représentants de l'industrie et des syndicats des divers secteurs d'activité de la transformation alimentaire.

Le CSMOTA a réalisé en 2004 une démarche de planification stratégique. Plusieurs étapes ont mené à l'élaboration de ce présent plan stratégique et plan d'action 2005-2008 :

✓ *Diagnostic de l'environnement externe :*

Une vaste collecte d'informations auprès des entreprises des différents sous-secteurs de transformation alimentaire a été effectuée en vue d'obtenir un diagnostic précis de l'environnement externe du CSMOTA. Les résultats de cette étude sont présentés dans un document intitulé *Faits saillants de quatre sous-secteurs de la transformation alimentaire*.

✓ *Diagnostic de l'environnement interne :*

Le CSMOTA est une jeune organisation qui ne présente pas de problématique particulière au plan de l'environnement interne. Nous considérons qu'il :

- profite d'une structure de fonctionnement interne ainsi que des ressources humaines, matérielles et financières adéquates ;
- entretient de bonnes relations avec ses partenaires, bailleurs de fonds et les pouvoirs publics ;
- bénéficie de bons outils de promotion et de diffusion ;
- est de plus en plus connu et reconnu par ses partenaires, les bailleurs de fonds, les pouvoirs publics, les entreprises du secteur de la transformation alimentaire, les syndicats, les établissements d'enseignement, etc. ;
- s'engage dans la voie d'une consolidation et d'un développement prometteurs en se dotant d'une vision à plus long terme développée à travers une première démarche de planification stratégique.

Il a donc été convenu que dans le cadre de cette démarche de planification stratégique, il n'y aurait pas de diagnostic interne approfondi.

✓ *Plan stratégique et plan d'action :*

Une rencontre de planification stratégique réunissant les employés et les membres du Conseil d'administration du CSMOTA a été tenue les 29 et 30 septembre 2004. Elle a permis d'obtenir un consensus sur les enjeux et les orientations stratégiques à retenir et d'élaborer une première ébauche du plan stratégique et du plan d'action triennal.

Ce plan stratégique et ce plan d'action 2005-2008 du CSMOTA sont donc le fruit de la mobilisation des employés et des membres du Conseil d'administration autour d'objectifs communs et de stratégies d'intervention partagées. Dans les pages qui suivent, nous présentons tout d'abord les orientations fondamentales et la stratégie générale, puis les objectifs spécifiques en fonction de chaque orientation stratégique retenue selon les enjeux ciblés, ainsi que les activités, ressources, échéanciers et indicateurs de résultats par objectif spécifique.

ORIENTATIONS FONDAMENTALES ET STRATÉGIE GÉNÉRALE

La mission et la vision du CSMOTA rallient l'ensemble de ses employés et membres du Conseil d'administration.

Sa *mission* est la suivante :

Le Comité est le foyer de concertation de l'ensemble de l'industrie de la transformation alimentaire. Sa mission consiste à élaborer et à promouvoir des stratégies de développement de la main-d'œuvre répondant aux attentes du secteur et à en faciliter la réalisation dans le but de développer une culture de formation continue.

Sa *vision* est la suivante :

Pour assurer son leadership, le CSMOTA entend :

- ✓ *Devenir la tribune de référence pour l'ensemble du secteur de la transformation alimentaire ;*
- ✓ *Être le lieu de la veille sectorielle ;*
- ✓ *Favoriser la circulation de l'information ;*
- ✓ *S'impliquer dans la qualification de la main-d'œuvre ;*
- ✓ *Contribuer au développement d'outils de formation ;*
- ✓ *Faciliter l'adéquation entre les formations disponibles et les attentes de l'industrie ;*
- ✓ *Collaborer avec tous les intervenants régionaux.*

L'analyse de l'environnement dans lequel évolue le CSMOTA soulève différents enjeux desquels découlent les orientations stratégiques. Les employés et membres du CA ont ciblé quatre grands *enjeux* auxquels le CSMOTA devra faire face :

- ✓ le recrutement de la main-d'œuvre ;
- ✓ la rétention de la main-d'œuvre ;
- ✓ la formation de la main-d'œuvre ;
- ✓ la connaissance et la reconnaissance du CSMOTA et la mobilisation du secteur.

Finalement, afin d'assurer le développement harmonieux de la main-d'œuvre du secteur de la transformation alimentaire et de l'organisme, la *stratégie générale* du CSMOTA pour la période 2005-2008 est centrée sur la consolidation, soit :

- ✓ La consolidation des informations stratégiques relatives à la transformation alimentaire dans le but de :
 - mieux cerner les besoins sectoriels et sous-sectoriels et d'améliorer la réponse spécifique à ces besoins ;
 - mieux faire valoir le secteur de la transformation alimentaire et ses sous-secteurs.

- ✓ La consolidation du rayonnement du CSMOTA et de ses activités.

- ✓ La consolidation de la mobilisation des personnes, organisations, entreprises, etc. interpellées de près ou de loin par la transformation alimentaire autour des grands enjeux de développement de la main-d'œuvre au plan sectoriel, sous-sectoriel, régional, etc.

ENJEU A : LE RECRUTEMENT DE LA MAIN-D'ŒUVRE

ORIENTATION STRATÉGIQUE A1 : L'AUGMENTATION DU POUVOIR D'ATTRACTION DU SECTEUR DE LA TRANSFORMATION ALIMENTAIRE

Objectif A1.1 : La mise en valeur du secteur de la transformation alimentaire, de ses sous-secteurs, de ses entreprises et de ses métiers spécialisés et non-spécialisés

Activités	Ressources	Échéanciers	Indicateurs de résultats
<p>Analyser la problématique de recrutement par la réalisation des portraits sous-sectoriels suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Produits laitiers ✓ Boulangerie et pâtisserie 	<p>Subvention d'Emploi-Québec</p> <p>Firme spécialisée (appel d'offres)</p> <p>Sous-comité en fonction des intérêts des membres du CA</p> <p>Autres personnes concernées du sous-secteur analysé</p>	<p>2005-2006</p> <p>2006-2007</p>	<p>Les portraits ont été réalisés et, s'il y a lieu, diffusés</p> <p>Les portraits sont disponibles sur le site Internet (taux d'achalandage)</p> <p>Les portraits ont été publicisés dans <i>l'Alimentinformation</i></p> <p>Le nombre et le type de moyens mis en œuvre par le CSMOTA en lien avec les recommandations formulées dans les portraits</p>
<p>Mettre en œuvre des actions appropriées en fonction des résultats de l'analyse de la problématique de recrutement dans les différents sous-secteurs :</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Viandes et volaille (actions découlant de l'étude réalisée en 2004) ✓ Produits laitiers ✓ Boulangerie et pâtisserie 	<p>Sous-comité en fonction des intérêts des membres du CA</p>	<p>2005-2006</p> <p>2006-2007</p> <p>2007-2008</p>	<p>Les faits saillants ont été diffusés</p> <p>Le nombre et le type d'actions mises en œuvre par le CSMOTA</p> <p>Pour l'étude viandes et volaille : une lettre et les résumés des deux présentations d'AGÉCO (employeurs et employés) ont été envoyés à toutes les entreprises du sous-secteur</p> <p>Un suivi téléphonique a été fait (fin 2005-2006)</p>
<p>Maintenir les activités de promotion actuelles qui visent à mettre en valeur le secteur de la TA, ses sous-secteurs, ses entreprises et ses métiers spécialisés et non-spécialisés : activités sur invitation, etc.</p>		<p>2005-2008</p>	<p>Le nombre et le type d'activités de promotion faites par le CSMOTA</p> <p>Les publics ciblés et le nombre de personnes rencontrées lors de ces activités</p> <p>Le taux d'achalandage du site Internet</p>

Objectif A1.1 : La mise en valeur du secteur de la transformation alimentaire, de ses sous-secteurs, de ses entreprises et de ses métiers spécialisés et non-spécialisés (SUITE)

Activités	Ressources	Échéanciers	Indicateurs de résultats
Étendre le réseautage du CSMOTA en participant aux tournées régionales avec les autres CSMO (cibler les tournées pertinentes)		2005-2008	Le nombre et le type de tournées réalisées Le nombre de personnes rencontrées et le type de personnes rencontrées
Créer, diffuser et promouvoir de nouvelles fiches génériques de métiers et professions		2006-2007	Les fiches ont été réalisées et diffusées (document et Internet) Le taux d'achalandage du site Internet Le nombre de documents distribués

Objectif A1.2 : La diversification du bassin de main-d'œuvre potentielle

Activités	Ressources	Échéanciers	Indicateurs de résultats
Cibler des segments de population moins présents dans l'industrie de la TA (femmes, immigrants, 45 ans et plus, etc.) selon les réalités des régions et des sous-secteurs		2005-2006	Les segments ont été ciblés
Répertorier les organismes pertinents qui interviennent auprès des segments de population ciblés et les renseigner sur le secteur de la TA		2005-2006	Le nombre d'organismes répertoriés et ajoutés à la liste d'envoi Le nombre de documents d'information envoyés
Sensibiliser les employeurs et employés du secteur de la TA au potentiel et à la plus-value des différents segments de population ciblés afin de faciliter l'intégration de cette main-d'œuvre dans les entreprises	Partenariat avec les organismes pertinents	2006-2007	De l'information a été diffusée Le type et la fréquence de diffusion de l'information Le nombre et le type de renseignements demandés suite à la démarche de sensibilisation

Objectif A1.3 : Le soutien à la préparation à l'emploi

Activités	Ressources	Échéanciers	Indicateurs de résultats
Développer, avec des partenaires, des projets pilotes visant le soutien à la préparation à l'emploi dans le secteur de la TA (ex. : sélection de candidats, offre aux candidats d'une formation spécifique, etc.) et en analyser les résultats	Sous-comité du CA Emploi-Québec	2005-2007	Le nombre et le type de projets pilotes développés Les projets pilotes ont été analysés Le nombre et le profil des candidats recrutés Le nombre de candidats finissants Le nombre de candidats embauchés dans le secteur suite aux projets Le nombre de candidats toujours en emploi après un an Le nombres de partenariats établis avec les entreprises du secteur pour leur participation aux projets pilotes
S'il y a lieu, développer une stratégie d'intervention de soutien à la préparation à l'emploi en fonction des résultats des projets pilotes	Sous-comité du CA Emploi-Québec	2006-2008	S'il y a lieu, une stratégie d'intervention a été élaborée et mise en place

ORIENTATION STRATÉGIQUE A2 : L'AMÉLIORATION DES PROCESSUS DE RECRUTEMENT DES ENTREPRISES

Objectif A2.1 : La mise en valeur de processus de recrutement efficaces et efficients

Activités	Ressources	Échéanciers	Indicateurs de résultats
Rédiger, diffuser et promouvoir un outil de sensibilisation tiré du <i>Guide pratique de gestion des ressources humaines pour PME</i> et destiné à l'ensemble du secteur faisant valoir un ou des processus de recrutement efficaces et efficients (calcul du coût du recrutement, etc.)		2005-2006	L'outil de sensibilisation a été élaboré Une capsule RH spécifique sur le calcul des coûts de recrutement a été diffusée dans le bulletin <i>l'Alimentinformation</i> Un formulaire de calcul a été diffusé sur le site Internet Le taux d'achalandage du site Internet suite à la diffusion

ENJEU B : LA RÉTENTION DE LA MAIN-D'ŒUVRE

ORIENTATION STRATÉGIQUE B1 : L'ACCROISSEMENT DU TAUX DE RÉTENTION DE LA MAIN-D'ŒUVRE DANS LES ENTREPRISES DU SECTEUR

Objectif B1.1 : La sensibilisation des entreprises aux changements favorisant la rétention de la main-d'œuvre

Activités	Ressources	Échéanciers	Indicateurs de résultats
<p>Analyser la problématique de la rétention par la réalisation des portraits sous-sectoriels suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Produits laitiers ✓ Boulangerie et pâtisserie 	<p>Subvention d'Emploi-Québec</p> <p>Firme spécialisée (appel d'offres)</p> <p>Sous-comité en fonction des intérêts des membres du CA</p> <p>Autres personnes concernées du sous-secteur analysé</p>	<p>2005-2006</p> <p>2006-2007</p>	<p>Les portraits ont été réalisés et, s'il y a lieu, diffusés</p> <p>Les portraits sont disponibles sur le site Internet (taux d'achalandage)</p> <p>Les portraits ont été publicisés dans <i>l'Alimentinformation</i></p> <p>Le nombre et le type de moyens mis en œuvre par le CSMOTA en lien avec les recommandations formulées dans les portraits</p>
<p>Mettre en œuvre des actions appropriées en fonction des résultats de l'analyse de la problématique de rétention dans les différents sous-secteurs :</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Viandes et volaille (actions découlant de l'étude réalisée en 2004) ✓ Produits laitiers ✓ Boulangerie et pâtisserie 	<p>Sous-comité en fonction des intérêts des membres du CA</p>	<p>2005-2006</p> <p>2006-2007</p> <p>2007-2008</p>	<p>Les faits saillants ont été diffusés</p> <p>Le nombre et le type d'actions mises en œuvre par le CSMOTA</p> <p>Pour l'étude viandes et volaille : une lettre et les résumés des deux présentations d'AGÉCO (employeurs et employés) ont été envoyés à toutes les entreprises du sous-secteur</p> <p>Un suivi téléphonique a été fait (fin 2005-2006)</p>
<p>Analyser les études réalisées par d'autres CSMO au sujet de la problématique de la rétention de la main-d'œuvre</p>		<p>2005-2008</p>	<p>Les études des autres CSMO ont été analysées</p> <p>Le nombre et le type d'études analysées</p>

Objectif B1.1 : La sensibilisation des entreprises aux changements favorisant la rétention de la main-d'œuvre (SUITE)

Activités	Ressources	Échéanciers	Indicateurs de résultats
Évaluer les résultats et les impacts de l'étude du MAPAQ (études de cas) sur les <i>Pratiques novatrices en gestion des ressources humaines</i>		2005-2006	Les résultats et les impacts ont été évalués Un représentant du MAPAQ a été rencontré
Créer, mettre à jour ou adapter, diffuser et promouvoir des outils : <ul style="list-style-type: none">✓ de sensibilisation aux changements favorisant la rétention de la main-d'œuvre✓ de soutien aux employeurs souhaitant poser des actions concrètes (ex. : « boîte à outils » présentant des réussites, etc.)	Sous-comité du CA	2007-2008	Des outils de sensibilisation et de soutien ont été réalisés et diffusés Le nombre et le type d'outils

ENJEU C : LA FORMATION DE LA MAIN-D'ŒUVRE

ORIENTATION STRATÉGIQUE C1 : LE POSITIONNEMENT DE LA FORMATION AUPRÈS DES EMPLOYEURS ET EMPLOYÉS DU SECTEUR COMME SOURCE PRIVILÉGIÉE DE MOTIVATION DE LA MAIN-D'ŒUVRE ET D'AMÉLIORATION DE LA PERFORMANCE DES ENTREPRISES

Objectif C1.1 : La sensibilisation à l'importance de la formation adéquate de la main-d'œuvre

Activités	Ressources	Échéanciers	Indicateurs de résultats
<p>Analyser la problématique de la formation par la réalisation des portraits sous-sectoriels suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Produits laitiers ✓ Boulangerie et pâtisserie 	<p>Subvention d'Emploi-Québec Firme spécialisée (appel d'offres) Sous-comité en fonction des intérêts des membres du CA Autres personnes concernées du sous-secteur analysé</p>	<p>2005-2006 2006-2007</p>	<p>Les portraits ont été réalisés et, s'il y a lieu, diffusés Les portraits sont disponibles sur le site Internet (taux d'achalandage) Les portraits ont été publicisés dans <i>l'Alimentinformation</i> Le nombre et le type de moyens mis en œuvre par le CSMOTA en lien avec les recommandations formulées dans les portraits</p>
<p>Mettre en œuvre des actions appropriées en fonction des résultats de l'analyse de la problématique de la formation dans les différents sous-secteurs :</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Viandes et volaille (actions découlant de l'étude réalisée en 2004) ✓ Produits laitiers ✓ Boulangerie et pâtisserie 	<p>Sous-comité en fonction des intérêts des membres du CA</p>	<p>2005-2006 2006-2007 2007-2008</p>	<p>Les faits saillants ont été diffusés Le nombre et le type d'actions mises en œuvre par le CSMOTA Pour l'étude viandes et volaille : une lettre et les résumés des deux présentations d'AGÉCO (employeurs et employés) ont été envoyés à toutes les entreprises du sous-secteur Un suivi téléphonique a été fait (fin 2005-2006)</p>

Objectif C1.1 : La sensibilisation à l'importance de la formation adéquate de la main-d'œuvre (SUITE)

Activités	Ressources	Échéanciers	Indicateurs de résultats
Adapter, diffuser et promouvoir les outils existants de sensibilisation à la formation adéquate de la main-d'œuvre (se référer aux études déjà réalisées sur le sujet) et, au besoin, en créer de nouveaux (ex. : « saviez-vous que... », capsules RH, etc.)		2005-2008	Le nombre et le type d'outils de sensibilisation adaptés et diffusés S'il y a lieu, le nombre et le type d'outils de sensibilisation créés et diffusés

Objectif C1.2 : Le soutien aux entreprises au plan de la formation et de la gestion des ressources humaines

Activités	Ressources	Échéanciers	Indicateurs de résultats
Soutenir les entreprises souhaitant réaliser un diagnostic de leurs besoins de formation et se doter d'un plan de formation en faisant du benchmarking à partir des outils développés par d'autres CSMO et en adaptant les outils pertinents existants		2005-2006	Des outils ont été adaptés et diffusés Le nombre et le type d'outils diffusés Le nombre et le type de demandes reçues des entreprises (type d'entreprises) souhaitant améliorer la formation de leur main-d'œuvre
Faire de la référence aux différentes offres de formation existantes		2005-2008	Le nombre de demandes de renseignements reçus (Internet et téléphone)
Terminer, diffuser et promouvoir (sensibiliser à la bonne gestion des RH) le <i>Guide pratique de gestion des ressources humaines pour PME</i> du CSMOTA		2005-2006	Le Guide a été complété et a été diffusé sur le site Internet Le taux d'achalandage du site Internet suite au lancement du Guide L' <i>Alimentinformation</i> a fait la promotion du Guide Le nombre et le type d'opportunités de promotion du Guide

ORIENTATION STRATÉGIQUE C2 : LA BONIFICATION DE L'OFFRE DE SERVICES DE FORMATION EN FONCTION DES BESOINS SPÉCIFIQUES DES ENTREPRISES DU SECTEUR

Objectif C2.1 : L'adaptation des formations existantes en fonction des besoins des sous-secteurs, des régions et des entreprises selon leur taille

Activités	Ressources	Échéanciers	Indicateurs de résultats
Maintenir les activités du Programme d'apprentissage en milieu de travail (PAMT) en boucherie industrielle-abattage et découpe		2005-2008	Le nombre d'ententes signées Le nombre et le type d'opportunités de promotion du PAMT en boucherie industrielle-abattage et découpe Le taux d'achalandage sur le site Internet
Sensibiliser le milieu de l'enseignement à la transformation alimentaire afin que celle-ci soit davantage abordée dans les programmes d'études pertinents		2006-2007	Le nombre et le type d'opportunités de sensibilisation de la TA auprès du milieu de l'enseignement Le taux de fréquentation du kiosque du CSMOTA dans les salons
Faciliter l'accès à la formation aux petites entreprises	Partenariat avec le milieu de l'enseignement	2006-2007	À venir (suites du RMR)
Diffuser et promouvoir les formations développées dans le cadre des projets du Réseau métropolitain pour la formation en bioalimentaire (RMR)	Collaboration avec le RMR	2005-2006	Le nombre de copies distribuées et vendues

Objectif C2.2 : Le développement de nouvelles formations

Activités	Ressources	Échéanciers	Indicateurs de résultats
Créer, diffuser et promouvoir des formations et des outils selon le modèle d'expérience des projets du Réseau métropolitain pour la formation en bioalimentaire (RMR)	Collaboration avec le milieu de l'enseignement	2006-2008	De nouvelles formations et de nouveaux outils ont été développés Le nombre et le type de formations et d'outils créés Les formations et les outils ont été diffusés
Analyser les besoins de mise en marché et de marketing des entreprises de TA (grandes, moyennes et petites entreprises)	Sous-comité du CA Partenariat avec le milieu de l'enseignement	2006-2007	Les besoins de mise en marché et de marketing des grandes, moyennes et petites entreprises ont été analysés
Développer, diffuser et promouvoir des formations et/ou des outils permettant d'améliorer la mise en marché des entreprises de TA (grandes, moyennes et petites entreprises)	Sous-comité du CA Partenariat avec le milieu de l'enseignement	2007-2008	Des formations et/ou des outils permettant d'améliorer la mise en marché des grandes, moyennes et petites entreprises ont été développés Le nombre et le type de formations et/ou d'outils développés Les formations et/ou outils ont été diffusés

ENJEU D : LA CONNAISSANCE ET LA RECONNAISSANCE DU CSMOTA ET LA MOBILISATION DU SECTEUR

ORIENTATION STRATÉGIQUE D1 : LA CONSOLIDATION DU RAYONNEMENT DU CSMOTA

Objectif D1.1 : La promotion du CSMOTA et de son offre de services

Activités	Ressources	Échéanciers	Indicateurs de résultats
Poursuivre les activités de promotion actuelles qui visent la promotion du CSMOTA et de son offre de services et s'assurer qu'elles sont bien ciblées et pertinentes		2005-2008	Le nombre et le type d'activités de promotion faites par le CSMOTA Le nombre et le type de foires, conférences et journées carrière où le CSMOTA était présent Les publics ciblés et le nombre de personnes rencontrées lors des foires, conférences et journées carrière Le taux d'achalandage du site Internet Les impacts et la pertinence des activités de promotion ont été évalués
Développer des outils conviviaux de mesure des impacts : ✓ outil pour répertorier les demandes de renseignement (téléphone, courriel) ✓ foire aux questions sur le site Internet		2005-2006 2006-2007	Un outil pour répertorier les demandes de renseignement (téléphone, courriel) a été développé et est utilisé Une foire aux questions a été mise en place sur le site Internet Les outils ont été utilisés pour mesurer les impacts et la pertinence des activités du CSMOTA
S'assurer que les informations diffusées sont régulièrement mises à jour (site Internet, etc.) et notamment, mettre à jour la banque de données des conventions collectives		2005-2008 2006-2007 : conventions collectives	Les informations sont à jour La banque de données des conventions collectives a été mise à jour

Objectif D1.1 : La promotion du CSMOTA et de son offre de services (SUITE)

Activités	Ressources	Échéanciers	Indicateurs de résultats
Participer au Salon international de l'alimentation (SIAL)		Avril 2005 Avril 2007	Le CSMOTA a participé au SIAL Le taux de fréquentation du kiosque du CSMOTA au SIAL
Entretenir les liens de réseautage actuels et en développer de nouveaux, notamment lors des tournées régionales avec les autres CSMO		2005-2008	Le nombre et le type d'activités faites par le CSMOTA pour entretenir et développer les liens de réseautage Le nombre de tournées régionales réalisées par le CSMOTA Les publics ciblés et le nombre de personnes rencontrées lors des tournées régionales Le taux d'achalandage du site Internet suite aux tournées régionales Le nombre et le type de nouveaux partenariats développés

ORIENTATION STRATÉGIQUE D2 : LA MOBILISATION DE L'ENSEMBLE DU SECTEUR AUTOUR DU CSMOTA ET DES ENJEUX DE DÉVELOPPEMENT DE LA MAIN-D'ŒUVRE

Objectif D2.1 : Le renforcement de l'implication du secteur pour faire face aux enjeux de développement de la main-d'œuvre

Activités	Ressources	Échéanciers	Indicateurs de résultats
<p>Vulgariser, diffuser et promouvoir dans le secteur de la TA les différentes études, démarches, outils, etc. réalisés par le CSMOTA (ex. : dans l'<i>Alimentinformation</i>, site Internet, etc.) :</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ portraits sous-sectoriels ✓ étude des conventions collectives ✓ plan stratégique et plans d'action annuels 		2005-2008	<p>Les différentes études, démarches, outils, etc. réalisés par le CSMOTA ont été vulgarisés et diffusés</p> <p>Le nombre et le type d'études, démarches, outils, etc. diffusés</p> <p>Les publics ciblés</p> <p>Le nombre et le type d'opportunités de promotion des portraits sous-sectoriels, de l'étude des conventions collectives, etc.</p> <p>Le taux d'achalandage du site Internet</p> <p>Le nombre de demandes de renseignements reçus (Internet et téléphone) suite à la diffusion des portraits sous-sectoriels, de l'étude des conventions collectives, etc.</p>
<p>Faire un retour et un suivi lors de la réalisation d'études majeures auprès :</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ des participants et répondants ✓ du sous-secteur ciblé ✓ de l'ensemble du secteur ✓ des différentes organisations/associations sous-sectorielles (ex. : Conseil des Viandes du Canada) 		2005-2008	<p>Le nombre et le type d'études majeures pour lesquelles un retour et un suivi ont été faits</p> <p>Le nombre et le type d'activités faites par le CSMOTA pour faire un retour et un suivi sur les études majeures réalisées</p> <p>Les publics ciblés</p>