

Bilan synthèse

4^e édition de la

**SEMAINE QUÉBÉCOISE
DES ADULTES EN FORMATION**

1^{er} au 7 avril 2006

Présenté par

L'institut de coopération pour l'éducation des adultes (ICÉA)

Mai 2006



Rapport synthèse

Semaine québécoise des adultes en formation – Édition 2006

Le bilan réalisé dans la foulée de la 4^e édition de la *Semaine* (1^{er} au 7 avril 2006) s'appuie sur les résultats du processus d'évaluation qui s'est déroulé auprès de l'ensemble des organisations engagées sur les plans national, régional et local dans la préparation et la réalisation de l'événement. La prise en compte et l'analyse du contenu de la programmation des activités ainsi que des répertoires des retombées nationale et régionales, regroupant les outils de communication et d'animation de même que les revues de presse, ont enrichi la collecte des données. De plus, cette année, des entrevues téléphoniques ont été réalisées, entre le 21 avril et le 6 mai 2006, auprès de 63 personnes ayant contribué à la tenue d'une activité au sein de leur organisme, dans le cadre de la *Semaine*.

L'utilisation et le croisement de l'ensemble de ces sources d'information et documentaires ont fait en sorte que le tableau brossé par le bilan reflète mieux qu'auparavant la réalité multiforme et diversifiée la *Semaine*. Pour avoir une idée plus juste de l'envergure et un portrait complet de l'événement, nous vous référons à la version intégrale du bilan de la 4^e édition de la *Semaine*. Des copies de cette version sont disponibles à l'Institut de coopération pour l'éducation des adultes (ICÉA)¹.

Apparition d'un nouveau contexte

Un nouveau contexte est apparu pour cette 4^e édition, contexte issu des nombreux échanges, commentaires et questionnements soulevés lors du bilan de l'évaluation de la 3^e édition (mai 2005). Deux conditions ont émergé du bilan de 2005 : que la *Semaine* soit davantage attachée aux réalités de chaque région et d'autre part, que les adultes en formation puissent développer un réel sentiment d'appartenance à cette *Semaine*. Laquelle, par ailleurs, s'identifie comme étant la semaine des adultes en formation depuis la première édition. Dans les faits se double constat devait se traduire par une augmentation substantielle du financement (le budget réservé aux régions est passé de 5 000 \$ à 16 000 \$ en 2006) et une décentralisation de la *Semaine*.

Tenant compte de ces constats, trois grands objectifs ont été identifiés et ont orienté l'organisation de la 4^e édition.

1. Accroître et soutenir la participation des adultes en formation à la *Semaine*
2. Accroître et soutenir la participation des divers lieux et milieux de l'éducation et de la formation des adultes dans le cadre de la *Semaine*.
3. Poursuivre le développement de la *Semaine* et en assurer la pérennité tant sur les plans national, régional que local.

¹ Pour obtenir une copie de la version intégrale du bilan de la 4^e édition de la *Semaine*, communiquer avec Carolle Bhérier par téléphone au (514) 948-2044, poste 225 ou sans frais composer le 1-877-948-2044, poste 225. On peut aussi en faire la demande par courriel à l'adresse suivante : cbherer@icea.qc.ca.

L'atteinte de ces objectifs s'est traduite par de nombreuses réalisations. Citons quelques-unes de ces réalisations :

- Un porte-parole du comité des adultes a représenté le point de vue des apprenants lors d'événements comme la rencontre annuelle de la table des partenaires nationaux, la rencontre annuelle des représentants et représentantes des tables régionales de coordination, le lancement national de la *Semaine*.
- Un cahier de présentation conçu par les membres du comité des adultes a été distribué à 1300 exemplaires. Ce cahier avait pour but de faire connaître le rôle et le mandat du comité et ses membres.
- Une attestation de reconnaissance au partenaire a été développée et utilisée par la coordination nationale et par les tables régionales de coordination pour remercier leurs partenaires.
- Des invitations particulières accompagnées d'une trousse d'outils spécifiques à chacun des milieux (formation liée au travail, communautaire et associatif et des ordres d'enseignement) ont été envoyées aux organisations concernées.
- La création du comité « ancrage et décentralisation » a été déterminante en particulier dans la décentralisation du budget national réservé à la publicité régionale et l'augmentation du financement des régions.
- La création du comité « communication » a aussi été marquante dans les avancées de la 4^e édition. Grâce à la collaboration de personnes en provenance des tables régionales de coordination avec la responsable des communications au plan national, les communications de façon générale, et les outils de communication en particulier ont mieux reflété les besoins et les attentes des partenaires.
- La reconnaissance des tables régionales de coordination agissant comme cerveau de l'animation régionale a aussi eu son importance. En ce sens, le déploiement régional de la *Semaine* a concilié l'originalité nationale avec les particularités régionales sur la base d'une plus grande synergie entre les deux. Par exemple, la synergie entre les régions et la coordination nationale dans le processus de création des outils de communication a permis à tout le monde de bénéficier d'outils adéquats livrés au bon moment. À leur tour, les tables régionales de coordination ont pu, à partir des outils fournis, développer d'autres outils répondants aux spécificités régionales et mieux rejoindre leur clientèle cible.

La 4^e édition s'est démarquée de façon évidente. Elle fut mieux organisée et mieux coordonnée. Le mot clé de cette édition fut synergie. En effet, pour la première fois on a pu compter sur une réelle synergie entre les campagnes d'animation et de communication. On le sait, la *Semaine québécoise des adultes en formation* constitue une expérience unique basée sur l'imbrication de ces deux campagnes. Une meilleure synergie entre les deux campagnes devait avoir un impact positif sur les activités organisées en régions et les activités planifiées par la coordination nationale. Voici quelques données qui en témoignent :

Campagne d'animation :

- Pas moins de 527 activités ont été recensées au 30 mai 2006, comparativement à 422 activités en 2005.

- La plupart des régions ont connu une augmentation du nombre d'activités, ce qui permet de penser à une réelle implantation de la *Semaine*.
- La diversité des activités organisées demeure notoire.
- Le nombre d'activités organisées en partenariat a augmenté encore cette année (40 % en 2006, 35 % en 2005 et 15 % en 2003). Les activités organisées en partenariat sont généralement de plus grande envergure et de plus grande portée, ce qui est un autre indice d'implantation accrue de la *Semaine*.
- La participation des milieux : institutions publiques et privées d'enseignement ont organisé 62 % (les pourcentages tiennent compte des activités organisées en partenariat) des 366 activités inscrites sur le site Web; organisations et entreprises concernées par la formation liée au travail sont responsables de 27 % des activités alors que les organisations communautaires, les groupes d'éducation populaires et d'alphabétisation ainsi que les associations ont contribué à 30 % des activités.

Campagne de communication :

- Le thème *Mille et une façons d'apprendre* ainsi que le slogan « *Apprendre ça vaut le coup!* », tous deux associés à la *Semaine* depuis la première édition, ont été conservés.
- Parmi les outils promotionnels distribués on compte : le guide de participation à 3 900 exemplaires, l'affiche (12 500), la carte postale (47 050), le signet (45 000) et l'autocollant (45 000). Sur le site Web de la *Semaine* des outils en version électronique étaient aussi disponibles : un bandeau, des en-têtes, une signature, une attestation de participation, une attestation au partenaire et une carte virtuelle.
- Plus de 100 copies de la chanson thème *Apprendre les uns des autres*, réalisée à l'occasion du lancement national de la *Semaine* à la fin mars, ont été distribuées.
- De façon générale, les outils de communication, d'animation et de travail ont été très appréciés et largement utilisés. On note une augmentation de 5 % par rapport à l'an dernier.
- Les organisateurs d'activités connaissent le site Web de la *Semaine* dans une proportion de 90,48 % et 92,98 % d'entre eux l'utilisent. D'ailleurs le nombre d'activités inscrites sur le Web a crû de 130 % cette année (350 activités inscrites en 2006 contre 150 en 2005).
- La fréquentation du site de la *Semaine* par les internautes a continué d'augmenter avec 48 683 visites dénombrées en 2006. La galerie virtuelle, véritable mémoire des éditions de la *Semaine*, est passée de la 6^e à la 4^e page d'entrée la plus fréquentée du site. Cela confirme l'intérêt de la galerie virtuelle.
- Il y a eu 341 occasions répertoriées de diffusion des capsules promotionnelles de la *Semaine* représentant 238,78 minutes de temps de diffusion. Ce qui permet de conclure à une légère hausse par rapport à l'an dernier. Toutefois, il est important de retenir que le temps de diffusion dans les médias nationaux a connu une diminution alors que le temps de diffusion dans les médias régionaux a augmenté.

Après avoir recensé et analysé les retombées de la 4^e édition, certains défis sont apparus. Dans le but de poursuivre le développement en synergie de la *Semaine*, ces défis orienteront la planification et l'organisation de la 5^e édition (24 au 30 mars 2007) aux

plans national et régional. De façon succincte voici ces 4 défis : faire reconnaître la *Semaine* auprès des décideurs publics comme un événement prioritaire; pénétrer davantage les médias nationaux afin de faire progresser auprès de la population une culture de l'apprentissage; favoriser l'expression de la demande auprès des adultes en formation du Québec; accroître les liens avec les partenaires et autres organismes nationaux, régionaux et locaux afin de soutenir les efforts des acteurs qui promeuvent l'éducation et la formation des adultes dans la *Semaine* et tout au long de l'année et ce, autour d'un objectif commun.

Après quatre éditions, le sentiment exprimé par les membres des tables régionales de coordination c'est que la *Semaine* est celle de toutes les formations d'adultes, autant celles du communautaire, des associations, des milieux de travail et de l'emploi de l'éducation, comme le préconise l'ICÉA. Dans la foulée de ce constat positif, la *Semaine québécoise des adultes en formation* doit se poursuivre au-delà des cinq premières éditions projetées et ce, sous l'impulsion du leadership dynamique et ouvert de l'ICÉA.



Annexe 1

Comité organisateur de la *Semaine* :

- Daniel Campeau,
président du comité, membre du comité exécutif, ICÉA
- Nicole Allard,
conseil exécutif provincial des Cercles de Fermières du Québec
- Carole Dodier,
représentante du Comité des adultes en formation
- Chantal Dubeau
membre du conseil d'administration, ICÉA (arrivée mai 2006)
- Rita Georgy Fala,
membre du conseil d'administration, ICÉA
- Carolle Bhérier,
adjoindte administrative, ICÉA
- Jean-Marie Ladouceur,
représentant des employés, ICÉA
- Bernard Normand
directeur général, ICÉA
- Christine Tarpin,
directrice adjoindte, ICÉA (départ mai 2006)

Comité d'honneur :

- Paul Bélanger,
directeur, Centre interdisciplinaire de recherche/développement sur l'éducation
et professeur, UQAM
- Diane Bellemare,
vice-présidente, recherche au Conseil du patronat du Québec
- Pierre Bruneau,
chef d'antenne au réseau, TVA
- François Charron,
chroniqueur-animateur, TVA
- Claudette T. Cloutier,
Mouvement québécois des adultes en formation
- Léonie Couture,
présidente-directrice générale de La rue des femmes
- Hélène Desperrier,
cofondatrice, Théâtre Parminou
- Claude Préfontaine,
acteur et membre de la caisse d'économie Desjardins de la Culture