



PLANIFICATION STRATÉGIQUE TRIENNALE DE PLASTICOMPÉTENCES – 2019-2022

- MISSION** Promouvoir et coordonner la formation et le développement des ressources humaines dans l'industrie des plastiques et des composites en favorisant et en consolidant le partenariat dans les domaines reliés à l'emploi.
- VISION** Être un acteur essentiel reconnu pour ses actions favorisant l'avancement et le développement de la main-d'œuvre dans l'industrie des plastiques et des composites.
- AXES D'INTERVENTION** Développement des compétences, gestion des ressources humaines, informations sur le marché du travail
- VALEURS:** Travail d'équipe, respect, innovation

Enjeu	1 : NOTORIÉTÉ DES PRODUITS ET SERVICES DE PLASTICOMPÉTENCES									
	1.1 Définir et mettre en œuvre une stratégie de communication afin de faire connaître davantage les services de PlastiCompétences			1.2 Initier et renforcer les partenariats pour le développement de la main-d'œuvre			1.3 Accroître la collaboration avec des CSMO ayant des réalités similaires			
Axes Stratégiques	Action	Orien.	Année	Action	Orien.	Année	Action	Orien.	Année	
	1.1.1 Développer et faire connaître le répertoire des formations	3, 5	1,2,3	1.2.1 Organiser les tables régionales avec S-Q	4	1,2,3,	1.3.1 Partager des ressources avec d'autres CSMO	2	2,3	
	1.1.2 Effectuer une mise à jour périodique des contacts des différentes entreprises	5	2	1.2.2 Participer activement à la table des partenaires de la plasturgie	2	1,2,3	1.3.2 Effectuer un recensement des partenariats des dernières années avec les autres CSMO et en faire l'analyse et réaliser un nouveau plan d'action en partenariat	2 et autres	1	
	1.1.3 Développer un plan de communication pour chaque cible visée	5	1	1.2.3 Développer le réseau avec S-Q, des chambres de commerce, conseillers en orientation et autres acteurs importants pouvant constituer un réseau de partenaires	2	1,2,3				
	1.1.4 Fournir aux entreprises des outils à utiliser sur leurs écrans en usine afin de faire la promotion des formations	3,5	2							
	1.1.5 Utiliser davantage les réseaux sociaux	5	1,2,3							
	1.1.6 Bonifier notre liste de contacts de travailleurs	5	1							
	1.1.7 Améliorer et mettre à jour le site web	5	1,2,3							
	Indicateurs				Cibles					
	Augmentation des abonnements à diverses sources d'informations				5% d'augmentation par année					
	Ajouts de nouveaux partenaires dans nos projets				2 nouveaux partenaires par année					
	Nombre de projets réalisés en partenariat				Maintenir un minimum de 5 par année					

Enjeu	2 : ADÉQUATION DE L'OFFRE, DES COMPÉTENCES REQUISES ET DES BESOINS ÉVOLUTIFS DE L'INDUSTRIE														
Axes Stratégiques	2.1 Recenser les besoins de formation pour chaque sous-secteurs de l'industrie et y adapter l'offre de services			2.2 Développer et diffuser des formations qui répondent aux besoins de l'industrie, en collaboration avec les acteurs du milieu			2.3 Développer une offre adaptée aux enjeux de disponibilité des travailleurs			2.4 Exercer une influence sur les politiques, stratégies et orientations gouvern. ayant des incidences sur la MO, l'emploi et le dével. des compétences			2.5 Devenir le centre d'expertise et de référence en formation et en dével. de la MO de l'industrie du plastique et des composites		
	Action	Orien.	Année	Action	Orien.	Année	Action	Orien.	Année	Action	Orien.	Année	Action	Orien.	Année
	2.1.1 Sonder les besoins des sous-secteurs, via différentes approches 2.1.2 Colliger les résultats de participation aux formations données afin d'identifier les formations les plus en demande et vérifier si l'offre est suffisante 2.1.3 Identifier les besoins communs et viser la mise en place de formations récurrentes 2.1.4 Réaliser un portrait actuel de la relève des postes critiques afin d'identifier les besoins	5 3 3,5 5	2,3 1,2,3 2,3 2	2.2.1 Offrir des cursus complets et complémentaires (cégep-école secondaire-PlastiCompétences) 2.2.2 Proposer des cheminements/parcours de carrière pour développer les compétences des travailleurs et leur permettre de se développer 2.2.3 Identifier les possibilités de développement de programmes d'alternance travail/études en entreprises (stages accrus) 2.2.4 Identifier les compétences du futur de notre industrie 2.2.5 Coordonner les activités de formation 2.2.6 Réaliser une analyse de professions (monteur-régleur) 2.2.7 Développer des capsules pour tronc commun plastiques/ composites PAMT (Plasturgie 101) 2.2.8 Conduire une ABF thermo et roto 2.2.9 Diffuser les formations de notre offre 2.2.10 Développer des formations axées sur la polyvalence et le développement de l'autonomie 2.2.11 Développer des formations pour compétences critiques 2.2.12 Offrir une formation de très courte durée sur les procédés	3 3 3 5 3 3 3 3	2,3 2,3 1 2,3 1 1,2,2,3 2,3 1,2,3 2,3 2	2.3.1 Offrir des modes de diffusion adaptés à la capacité des entreprises à libérer le personnel et simplifier l'accès aux programmes disponibles 2.3.2 Développer une capsule savoir-être pour l'accueil et l'intégration 2.3.3 Promouvoir les PAMT Hybrides 2.3.4 Valoriser la formation par le compagnonnage, en fonction des besoins des entreprises	3 4 3 3	1,2,3 2 2,3 1,2,3	2.4.1 Participer à différents comités de travail au sein de la CPMT et du MEES et des établissements scolaires pour assurer une plus grande adéquation entre l'offre et la demande 2.4.2 Explorer le secteur universitaire en partenariat avec d'autres CSMO (ex. : caoutchouc)	2 2 2	1,2,3 2	2.5.1 Mettre en œuvre les stratégies diverses de promotion issue du plan de communications 2.5.2 Développer et enrichir le répertoire des formations (boutique)	5 3, 5	1,2,3 1,2,3
	Indicateurs						Cibles								
	Nombres de participants Taux de satisfaction Taux d'assiduité Nombre d'experts dans le développement Constance des analyses de besoins et de moyens						Selon les ententes spécifiques Maintenir au moins 80% 80% Selon l'ampleur de chaque projet Au moins une par année								

Enjeu	4 : ATTRACTION, RÉTENTION ET RELÈVE DE LA MAIN-D'ŒUVRE									
Axes Stratégiques	4.1 Accompagner les employeurs dans le développement, l'actualisation et la reconnaissance des compétences de leurs employés			4.2 Contribuer au renforcement et à l'amélioration des pratiques en gestion des ressources humaines dans les entreprises			4.3 Outiller les employeurs dans leur démarche d'attraction de la main-d'œuvre			
	Action	Orien.	Année	Action	Orien.	Année	Action	Orien.	Année	
	4.1.1 Développer la polyvalence des travailleurs 4.1.2 Poursuivre le développement d'outils simples, concrets et accessibles pour aider les gestionnaires dans le développement de leurs ressources humaines 4.1.3 Appuyer les entreprises dans leurs efforts pour maintenir les savoirs et savoir-faire critique au sein de leur organisation 4.1.4 Sensibiliser les hautes directions des entreprises à la nécessité de mettre en place une culture de la formation	3 4 3 4	2 1,2,3 2,3 2,3	4.2.1 Partager des bonnes expériences d'entreprises en matière de développement des compétences 4.2.2 Répertorier et diffuser les meilleures pratiques de recrutement 4.2.3 Valoriser la mise en place de comité de formation au sein des entreprises 4.2.4 Bonifier le coffre à outils RH 4.2.5 Développer une formation ou un outil sur la relève 4.2.6 Développer une trousse d'embauche (tests, autres) 4.2.7 Organiser les Grands déjeuners CSMO 4.2.8 Organiser le Grand rendez-vous RH manufacturier 4.2.9 Bonifier (au besoin) le manuel d'employé	4, 5 4 4 4 3,4 4 4 4 4	1,2,3 2,3 2,3 1,2,3 3 1,2,3 1,2,3 1,2,3 2	4.3.1 Exploiter les données du diagnostic sectoriel afin de mieux guider les entreprises 4.3.2 Outiller les entreprises dans l'accueil des nouvelles générations de travailleurs 4.3.3 Outiller les entreprises dans l'accueil de travailleurs immigrants 4.3.4 Faire mieux connaître le babillard d'emploi comme plate-forme de recrutement de la main-d'œuvre tant au niveau des entreprises que des conseillers en orientation 4.3.5 Soutenir les clientèles cibles 4.3.6 Bonifier la boîte à outils (marque/employeur, recrutement international) 4.3.7 Documenter les raisons qui font que nos entreprises n'arrivent pas à embaucher 4.3.8 Sensibiliser au virage numérique (oui pour la productivité, mais aussi pour l'attractivité)	5 4 4 5 4 4 5 4	1,2,3 1 2,3 1,3 2,3 1,2,3 3 2,3	
	Indicateurs			Cibles						
	Nombre d'entreprises qui participent aux initiatives en la matière Nombre de consultations de la boîte à outils Nombre de participants aux différentes conférences dans une année			Selon les projets spécifiques Au moins 3 clics par mois 180 participants (grands déjeuners, Grand rendez-vous, tables, AGA)						