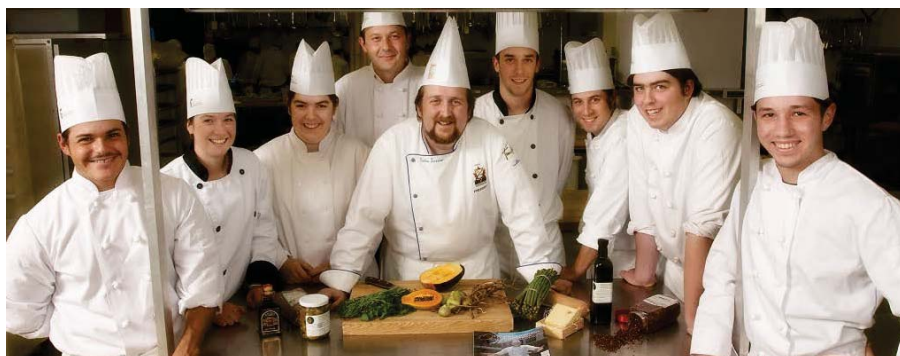




# Plan stratégique 2017-2020

## ASSOCIATION QUÉBÉCOISE DE LA FORMATION EN RESTAURATION, TOURISME ET HÔTELLERIE





## INTRODUCTION

Les défis que doit relever l'AQFORTH sont nombreux et stimulants :

- Valoriser auprès de l'industrie les formations offertes par les établissements de formation spécialisée.
- Entretenir des relations étroites avec l'industrie en vue d'adapter et d'enrichir l'offre de formation spécialisée.
- Accroître la complémentarité entre les formations spécialisées des trois ordres d'enseignement et favoriser le continuum de formation.
- Constituer un forum d'échanges et de mise en commun pour les établissements d'enseignement et les enseignants des domaines d'intérêt.
- Travailler à la revalorisation des professions dans les domaines du tourisme, de l'hôtellerie et de la restauration dans le but de contrer la baisse soutenue des clientèles.

## VISION

Que l'AQFORTH devienne un intervenant actif, crédible, représentatif des établissements d'enseignement, et qui contribue à la valorisation des professions et des carrières des secteurs de la restauration, du tourisme et de l'hôtellerie.

## MISSION

L'AQFORTH a pour mission de regrouper, consulter et agir en concertation afin de faire reconnaître et promouvoir la qualité des programmes de formation initiale et continue offerts par ses membres auprès de l'industrie du tourisme. En collaboration avec ses partenaires, l'AQFORTH travaille également à la reconnaissance et à la valorisation de la relève et des carrières dans l'industrie du tourisme.

## QUELQUES ÉLÉMENTS DE CONTEXTE

### FACTEURS EXTERNES

- Le secteur du tourisme au Québec a un potentiel de croissance significatif pour les prochaines décennies, ce qui pourra contribuer à l'économie et à la création d'emplois.
- Les défis de la main-d'œuvre présentent une menace importante au développement du secteur : des milliers d'emplois pourraient ne pas être comblés au cours des 20 prochaines années.
- La restauration est le secteur d'activité qui connaît la plus grande croissance de la demande et qui est le plus touché par le manque de main-d'œuvre.
- L'industrie touristique connaît de plus en plus de problèmes de recrutement pour le travail saisonnier ou à temps partiel.
- L'industrie touristique est un employeur majeur pour les jeunes de 15 à 24 ans et les étudiants, durant l'été mais aussi durant l'année scolaire.

### FACTEURS INTERNES

- À peine le tiers des établissements d'enseignement offrant des formations spécialisées sont membres de l'AQFORTH.
- Les moyens limités de l'AQFORTH, en termes de ressources humaines et financières, limitent sa capacité d'action.
- L'AQFORTH doit se centrer sur sa mission essentielle, affirmer plus clairement son rôle et s'ouvrir aux partenariats.



# LES CHOIX STRATÉGIQUES

## 1. L'ATTRACTIVITÉ DES PROFESSIONS ET DES PROGRAMMES D'ÉTUDES

Comme l'ensemble de l'industrie connaît une problématique de recrutement et que les établissements d'enseignement ont également du mal à recruter des étudiants dans certains programmes d'études, il faut nécessairement que l'AQFORTH travaille de concert avec l'industrie touristique, les ministères et le réseau de l'éducation à valoriser le secteur auprès des jeunes et des étudiants. Il ne faut pas prendre pour acquis l'intérêt des jeunes pour la restauration, le tourisme et l'hôtellerie. Il faudra identifier des exemples de réussite et les communiquer plus efficacement aux clientèles visées.

### Enjeu : La valorisation des professions et des carrières en restauration, tourisme et hôtellerie

Orientation 1 : Identifier et diffuser des exemples de réussite auprès des jeunes et des étudiants

Axe d'intervention : Poursuite de l'organisation des Grands Prix de la relève

Objectif	Indicateur de résultats
D'ici le 1 <sup>er</sup> avril 2017, avoir organisé le 13 <sup>e</sup> édition des Grands Prix et avoir redéfini son modèle d'affaires afin d'en assurer sa pérennité.	Tenue et bilan de l'événement.

Axe d'intervention : Développement d'une stratégie de promotion des exemples de réussite

Objectif	Indicateur de résultats
D'ici le 1 <sup>er</sup> juillet 2018, avoir développé des outils promotionnels permettant de mettre en valeur des exemples de réussite d'étudiants dans l'industrie touristique.	Production et validation des outils promotionnels.
D'ici le 1 <sup>er</sup> décembre 2018, avoir mis en œuvre la stratégie de diffusion des exemples de réussite.	Diffusion des outils promotionnels au sein des différents réseaux de communication.

## 2. LA PERTINENCE DES PROGRAMMES D'ÉTUDES

Bien que les programmes d'études soient développés et offerts afin de répondre adéquatement aux besoins de main-d'œuvre de l'industrie touristique, la pertinence des programmes d'études et des diplômes d'État est contestée par certains acteurs de l'industrie touristique, alors que de plus en plus d'organisations embauchent des travailleurs sans diplôme spécialisé et ont recours à la formation en milieu de travail.

### Enjeu : La reconnaissance de la pertinence des programmes d'études

Orientation 2 : Mettre en place des mécanismes de liaison entre les établissements d'enseignement et l'industrie touristique

Axe d'intervention : Identification des besoins de l'industrie touristique

Objectif	Indicateur de résultats
D'ici le 1 <sup>er</sup> juillet 2019, avoir adhéré aux principales associations sectorielles afin de réaliser une veille permettant d'anticiper les évolutions des secteurs et les besoins de formation.	Bilan des activités.
D'ici le 1 <sup>er</sup> juillet 2020, avoir constitué une banque de documentation, à l'intention des membres, sur les évolutions des secteurs et les besoins de formation.	Nombre de documents mis à la disposition des membres.

Axe d'intervention : Représentation des intérêts des établissements d'enseignement

Objectif	Indicateur de résultats
D'ici le 1 <sup>er</sup> juillet 2019, avoir constitué une banque de documentation sur les programmes d'études et la réalité des établissements d'enseignement qui offrent ces programmes.	Bilan des activités
D'ici le 1 <sup>er</sup> juillet 2020, avoir participé à des consultations, formulé des avis et émis des communiqués de presse sur des sujets qui préoccupent les établissements d'enseignement.	Bilan des activités.

### 3. LA FORCE DE L'ASSOCIATION

À l'aube du quinzième anniversaire de sa fondation, l'AQFORTH doit avoir le souci d'être plus représentatif de son secteur et de favoriser la concertation entre les établissements des trois ordres d'enseignement. Nous devons démontrer l'importance de son rôle et les avantages d'adhérer à cette association.

#### Enjeu : La consolidation de l'AQFORTH

##### Orientation 3 : Augmenter le nombre de membres de l'AQFORTH

##### Axe d'intervention : Révision des catégories de membres et de la composition du conseil d'administration

Objectif	Indicateur de résultats
D'ici le 1 <sup>er</sup> décembre 2017, avoir adopté une modification des règlements généraux afin de créer de nouvelles catégories de membres et avoir comblé tous les postes vacants au conseil d'administration.	Modifications aux règlements généraux adoptées. Élection de membres à tous les postes vacants du conseil d'administration.

##### Axe d'intervention : Diffusion des réalisations de l'AQFORTH

Objectif	Indicateur de résultats
En novembre de chaque année, avoir rédigé et publié sur le site Web un rapport annuel des activités de l'AQFORTH.	Rapports rédigés et publiés.
D'ici le 1 <sup>er</sup> juin 2017, avoir rédigé et publié sur le site Web une liste des avantages à être membre de l'AQFORTH.	Liste rédigée et publiée.

##### Axe d'intervention : Recrutement de nouveaux membres

Objectif	Indicateur de résultats
D'ici le 1 <sup>er</sup> juin 2019, avoir augmenté de 60 % le nombre de membres.	Nombre de membres de l'AQFORTH.

La planification stratégique a été produite par  
**Association québécoise de la formation en  
restauration, tourisme et hôtellerie**

235, rue Saint-Jacques, C.P. 7000

Granby (Québec) J2G 9H7



(450) 531-4063



info@aqforth.qc.ca