



Plan stratégique 2023-2026

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

I. 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 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 I : 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

D'ici le 1^{er} avril 2024, avoir organisé la 20^e édition des Grands Prix de la relève et avoir redéfini le modèle d'affaires afin d'en assurer la pérennité.

Indicateur de résultats

Tenue et bilan des événements.

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

Objectif

D'ici le 1^{er} juillet 2025, avoir développé des outils promotionnels permettant de mettre en valeur des exemples de réussite d'étudiants dans l'industrie touristique.

Indicateur de résultats

Production et validation des outils promotionnels.

D'ici le 1^{er} décembre 2025, 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

D'ici le 1^{er} juillet 2025, avoir adhéré aux principales associations sectorielles afin de réaliser une veille permettant d'anticiper les évolutions des secteurs et les besoins de formation.

Indicateur de résultats

Bilan des activités.

D'ici le 1^{er} juillet 2026, 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

D'ici le 1^{er} juillet 2025, avoir constitué une banque de documentation sur les programmes d'études et la réalité des établissements d'enseignement qui offrent ces programmes.

Indicateur de résultats

Bilan des activités.

D'ici le 1^{er} juillet 2026, 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. L'AQFORTH

À l'aube du vingtième 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. Il doit 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

D'ici le 1^{er} décembre 2024, 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.

Indicateur de résultats

Modifications aux règlements généraux adoptées et élection de membres à tous les postes vacants du conseil d'administration.

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

Objectif

En novembre de chaque année, avoir rédigé et publié sur le site Web un rapport annuel des activités de l'AQFORTH.

Indicateur de résultats

Rapports rédigés et publiés.

D'ici le 1^{er} juillet 2024, 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

D'ici le 1^{er} juillet 2024, avoir augmenté de 60 % le nombre de membres.

Indicateur de résultats

Nombre de membres de l'AQFORTH.

La planification stratégique a été reconduite le 28 septembre 2023 en Assemblée générale annuelle par
l'Association québécoise de la formation en restauration, tourisme et hôtellerie

1-5855 rue Bocage

Montréal, Québec H4J 1A9

514 980-6155

info@aqforth.qc.ca

SCHÉMA DE PLANIFICATION STRATÉGIQUE 2023-2026 DE L'AQFORTH

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.		
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.		
Enjeux	La valorisation des professions et des carrières en restauration, tourisme et hôtellerie	La reconnaissance de la pertinence des programmes d'études	La consolidation de l'AQFORTH
Orientations	1. Identifier et diffuser des exemples de réussite auprès des jeunes et des étudiants	2. Mettre en place des mécanismes de liaison entre les établissements d'enseignement et l'industrie touristique	3. Augmenter le nombre de membres de l'AQFORTH
Axes d'intervention et objectifs	<p>Poursuite de l'organisation des Grands Prix de la relève</p> <ul style="list-style-type: none"> D'ici le 1^{er} avril 2024, avoir organisé la 20^e édition des Grands Prix de la relève et avoir redéfini le modèle d'affaires afin d'en assurer la pérennité. 	<p>Identification des besoins de l'industrie touristique</p> <ul style="list-style-type: none"> D'ici le 1^{er} juillet 2025, avoir adhéré aux principales associations sectorielles afin de réaliser une veille permettant d'anticiper les évolutions des secteurs et les besoins de formation. D'ici le 1^{er} juillet 2026, avoir constitué une banque de documentation, à l'intention des membres, sur les évolutions des secteurs et les besoins de formation. 	<p>Révision des catégories de membres et de la composition du conseil d'administration</p> <ul style="list-style-type: none"> D'ici le 1^{er} décembre 2024, 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.

	<p>Développement d'une stratégie de promotion des exemples de réussite</p> <ul style="list-style-type: none"> • D'ici le 1^{er} juillet 2025, avoir développé des outils promotionnels permettant de mettre en valeur des exemples de réussite d'étudiants dans l'industrie touristique. • D'ici le 1^{er} décembre 2025, avoir mis en œuvre la stratégie de diffusion des exemples de réussite. 	<p>Représentation des établissements d'enseignement</p> <ul style="list-style-type: none"> • D'ici le 1^{er} juillet 2025, avoir constitué une banque de documentation sur les programmes d'études et la réalité des établissements d'enseignement qui offrent ces programmes. • D'ici le 1^{er} juillet 2026, avoir participé à des consultations, formulé des avis et émis des communiqués de presse sur des sujets qui préoccupent les établissements d'enseignement. 	<p>Diffusion des réalisations de l'AQFORTH</p> <ul style="list-style-type: none"> • D'ici le 1^{er} juillet 2024, avoir rédigé et publié sur le site Web un rapport annuel des activités de l'AQFORTH. • D'ici le 1^{er} juin 2026, avoir rédigé et publié sur le site Web une liste des avantages à être membre de l'AQFORTH. <p>Recrutement de nouveaux membres</p> <ul style="list-style-type: none"> • D'ici le 1^{er} juillet 2026, avoir augmenté de 60 % le nombre de membres.
--	---	---	--