

Former des techniciens écoresponsables

35^e Colloque de l'AQPC

5 juin 2015

Erick Wenzel

Jessika Fortin

Patricia Ngopya



SAISIR
L'AVENIR



Contexte

- Coopération Québec-France
 - Collège de Rosemont
 - IUT Belfort-Montbéliard
 - IUT Marne-La-Vallée
 - Centre d'étude en responsabilité sociale et écocitoyenneté (CÉRSÉ)
 - Centre d'initiation à la recherche et d'aide au développement durable (CIRADD)





Contexte

- Soutenu par la 64^e Commission permanente de coopération franco-québécoise
 - Ministère des relations internationales (50% du budget québécois)
 - Ministère des affaires étrangères et européennes (50% du budget français)



MINISTÈRE
DES
AFFAIRES ÉTRANGÈRES
ET EUROPÉENNES

Relations
internationales
Québec 

COOPÉRATION FRANCE-QUÉBEC



Objectif

PRITECO

Concevoir le Profil international du technicien écoresponsable

- Enrichir les programmes proposés en France et au Québec
 - Connaissances
 - Compétences
- Contribuer à la formation de praticiens socialement et écologiquement responsables
- Répondre aux objectifs de l'organisation dans laquelle ils évoluent



Missions

Année 1	Novembre 2013	Québec - Collège de Rosemont
	Janvier 2014	France - IUT Belfort Montbéliard
Année 2	Octobre 2014	Québec - Collège de Rosemont
	Janvier 2015	France - IUT Belfort Montbéliard



Missions

- Travail en commun équipes Québec – France
 - Mise à niveau des connaissances en développement durable
 - Définition et appropriation de vocabulaire du DD
 - Définition de la méthodologie du projet
 - Définition des fiches par domaine de gestion
 - Élaboration des profils par programme
 - Échanges sur les pratiques d'enseignement au Québec et en France
 - Compréhension des réalités respectives
 - Visites d'entreprises en France et au Québec
 - Conférences sur la mise en oeuvre du développement durable en gestion







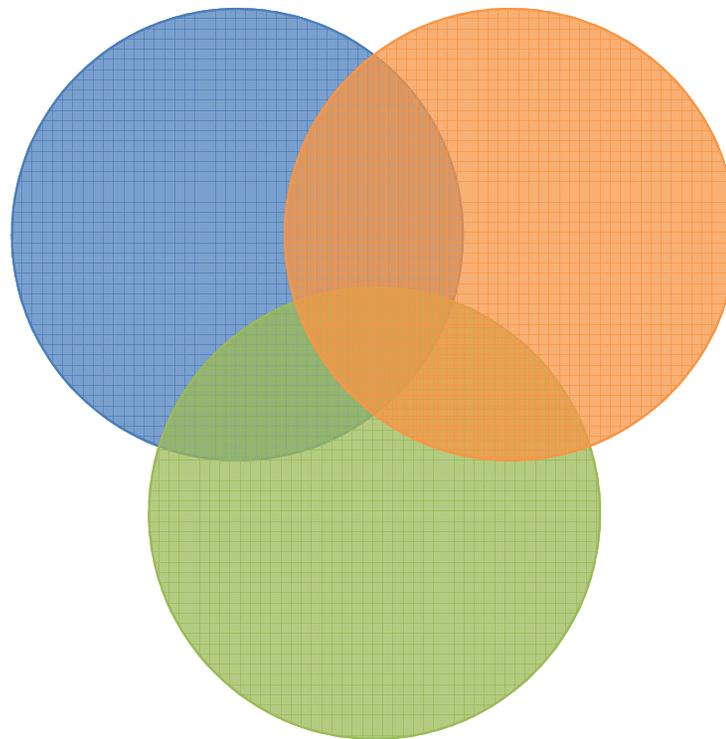


Étapes

1. Définition d'un **vocabulaire commun**
 - Vocabulaire du développement durable de l'OQLF
2. Identification des **principes** de référence
 - 16 principes de la LDD du Québec
3. Définition des **principes, compétences** et **concepts** clés par **domaine** de gestion
4. Liaison des **cours** aux domaines
5. Définitions **DES** profils
6. Création d'outils – fiches d'activité



1. Définition d'un vocabulaire commun





1. Définition d'un vocabulaire commun

- Définitions de base

- Développement durable : Bruntland + LDD

- Un développement qui répond aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures à répondre aux leurs. Le développement durable s'appuie sur une vision à long terme qui prend en compte le caractère indissociable des dimensions environnementale, sociale et économique des activités de développement.

Il repose sur ces trois pôles hiérarchisés où la qualité de l'environnement est une condition, l'économie un moyen et le développement individuel et social une fin. Lors de ce développement, l'équité pour les générations actuelles et futures est indispensable. Ce développement se fait à l'intérieur duquel une organisation prend et applique des décisions en incluant les parties prenantes dans le but d'atteindre ses objectifs tout en s'appuyant sur une éthique définie.



1. Définition d'un vocabulaire commun

- Définitions de base
 - Écocitoyenneté
 - *Se définit comme la façon dont un individu est et agit de manière responsable au sein de sa collectivité et de son écosystème dans une perspective de durabilité. L'écocitoyen participe, d'une manière volontaire, à un changement de paradigme en matière de développement durable, tout en aspirant à être un agent de changement.*



1. Définition d'un vocabulaire commun

- Définitions de base
 - Responsabilité sociale (sociétale)
 - *Responsabilité d'une organisation vis-à-vis des impacts de ses décisions et de ses activités sur la société et sur l'environnement, se traduisant par un comportement éthique et transparent qui contribue au développement durable, y compris à la santé et au bien-être de la société; prends en compte les attentes des parties prenantes; respecte les lois en vigueur tout en étant en cohérence avec les normes internationales de comportement; est intégré dans l'organisation et mis en œuvre dans ses relations.*

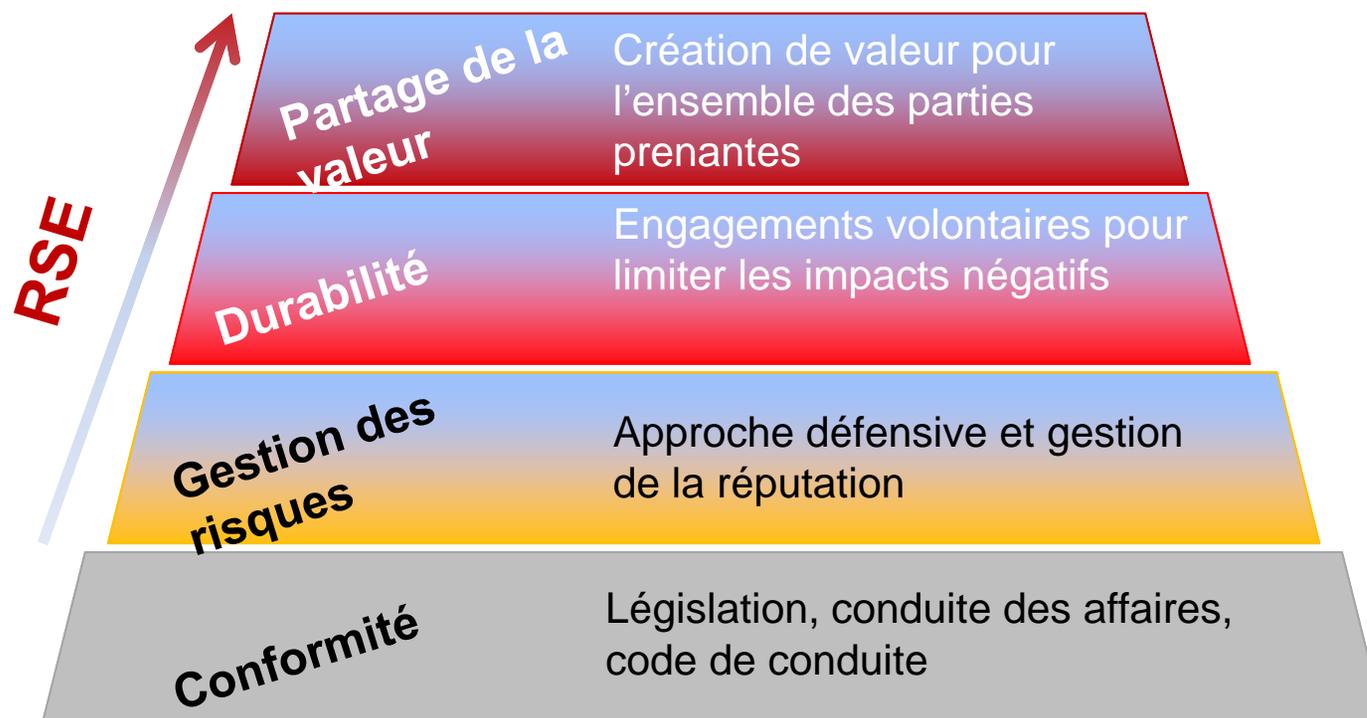


1. Définition d'un vocabulaire commun





1. Définition d'un vocabulaire commun





Étapes

1. Définition d'un **vocabulaire commun**
 - Vocabulaire du développement durable de l'OQLF
2. Identification des **principes** de référence
 - 16 principes de la LDD du Québec
3. Définition des **principes, compétences** et **concepts** clés par **domaine** de gestion
4. Liaison des **cours** aux domaines
5. Définitions **DES** profils
6. Création d'outils – fiches d'activité



Identification des principes de référence

Cadres de référence

- Pacte Mondial – ONU
- SD 21 000 – AFNOR
- ISO 26 000
- BNQ 21 000 – Québec

16 principes de la loi sur le développement durable (LDD)



Loi sur le développement durable – principes

Environnement

- protection de l'environnement
- préservation de la biodiversité
- respect de la capacité de support des écosystèmes

Économie

- efficacité économique
- pollueur payeur
- internalisation des coûts

Société

- santé et qualité de vie
- équité et solidarité sociales
- participation et engagement
- protection du patrimoine culturel

- accès au savoir
- prévention et précaution
- partenariat et coopération
- production et consommation responsable



Étapes

1. Définition d'un **vocabulaire commun**
 - Vocabulaire du développement durable de l'OQLF
2. Identification des **principes** de référence
 - 16 principes de la loi sur LDD du Québec
3. Définition des **principes, compétences et concepts** clés par **domaine** de gestion
4. Liaison des **cours** aux domaines
5. Définitions **DES** profils
6. Création d'outils – fiches d'activité



Domaines de gestion

- Commerce
- Comptabilité/ finance
- Droit
- Économie
- Expression - communication
- Gestion de projet
- Gestion des ressources humaines
- Logistique
- Management
- Marketing
- Technologies de l'information et des communications
- Stage / projet tutoré / projet personnel



Processus

Domaines de gestion

- commerce
- comptabilité/ finance
- droit
- économie
- expression - communication
- gestion de projet
- GRH
- Logistique
- management
- marketing
- TIC
- stage

16 Principes

- santé et qualité de vie
- équité et solidarité sociales
- protection de l'environnement
- efficacité économique
- participation et engagement
- accès au savoir
- subsidiarité
- partenariat et coopération intergouvernementale
- prévention
- précaution
- protection du patrimoine culturel
- préservation de la biodiversité
- respect de la capacité de support des écosystèmes
- production et consommation responsables
- pollueur payeur
- internalisation des coûts

Compétences

Concepts clés

Cours

- commerce
- ...



Étapes

1. Définition d'un **vocabulaire commun**
 - Vocabulaire du développement durable de l'OQLF
2. Identification des **principes** de référence
 - 16 principes de la loi sur LDD du Québec
3. Définition des **principes, compétences** et **concepts** clés par **domaine** de gestion
4. Liaison des **cours** aux domaines
5. Définitions **DES** profils
6. Création d'outils – fiches d'activité



Liaison des cours aux domaines

Domaines de gestion

- commerce
- comptabilité/ finance
- droit
- économie
- expression - communication
- gestion de projet
- GRH
- Logistique
- management
- marketing
- TIC
- Stage / projet

16 Principes

- santé et qualité de vie
- équité et solidarité sociales
- protection de l'environnement
- efficacité économique
- participation et engagement
- accès au savoir
- subsidiarité
- partenariat et coopération intergouvernementale
- prévention
- précaution
- protection du patrimoine culturel
- préservation de la biodiversité
- respect de la capacité de support des écosystèmes
- production et consommation responsables
- pollueur payeur
- internalisation des coûts

Compétences

Concepts clés

Cours

- Vision globale de l'entreprise
- Comptabilité^{1, 2, 3}
- Introduction au marketing
- L'approche client
- Stratégie marketing
- Budget et mesure de la performance
- Soutien au service à la clientèle
- Données et analyse économique
- Management
- Coût de revient
- ...

Domaine : Marketing	
Problématiques majeures	
<ul style="list-style-type: none"> • Comment intégrer les problématiques du dd dans les stratégies marketing des études de marché jusqu'aux décisions finales ? • Comment adapter les outils opérationnels pour permettre une performance marketing optimale dans un contexte social et environnemental ? 	
Principes prédominants	
<ul style="list-style-type: none"> • Efficacité économique • Participation et engagement • Production et consommation responsable 	<ul style="list-style-type: none"> • Santé et qualité de vie • Accès au savoir • Internalisation des coûts
Compétences en marketing et illustration	
<ul style="list-style-type: none"> • Utiliser à bon escient le vocabulaire de la démarche marketing : Connaître et utiliser le vocabulaire marketing associé à la notion de profit et de développement durable. • Savoir segmenter un marché en utilisant les critères les plus pertinents : appréhender les opportunités de développement dans les nouveaux types de consommation, les nouveaux comportements de consommateurs. • Maîtriser les éléments du marketing mix et analyser au moins un des quatre éléments au travers d'une stratégie de développement durable. Ex : études du mix d'une entreprise responsable, éco-conception. • Appréhender les règles légales, réglementaires et éthiques liées au e-marketing (transactions, données...), au marketing direct (démarchage à domicile). • Aménager et animer l'espace de vente en considérant la place des produits certifiés / labélisés. • Mener une étude d'implantation d'un point de vente en considérant l'impact social (création du lien social, emplois, redynamisation), économique et environnemental (déplacements). 	
Concepts clés	
<ul style="list-style-type: none"> • éco-labels • certification • éco-conception • comportements responsables • marketing social • marketing vert 	<ul style="list-style-type: none"> • marketing éthique • communication sociale • marketing circulaire • obsolescence programmée • marketing 3.0
Cours	
Implantation du service à la clientèle	410-363-RO
Promotion de produits par voie de communication de masse	410-344-RO
Soutien technique au service à la clientèle	410-213-RO
Système intégré de gestion et plan de marketing	401-033-RO



Étapes

1. Définition d'un **vocabulaire commun**
 - Vocabulaire du développement durable de l'OQLF
2. Identification des **principes** de référence
 - 16 principes de la loi sur LDD du Québec
3. Définition des **principes, compétences** et **concepts** clés par **domaine** de gestion
4. Liaison des **cours** aux domaines
5. Définitions **DES** profils
6. Création d'outils – fiches d'activité



Profil – Techniques de comptabilité et de gestion 410-B0

La diplômée ou le diplômé démontre une culture générale riche et variée, des capacités d'apprentissage, d'adaptation au changement, d'analyse et de synthèse, un sens des responsabilités **individuelles et collectives** et fait preuve d'ouverture d'esprit, d'autonomie, d'initiative, de jugement, de minutie et de créativité.

Elle ou il travaille avec méthode, maîtrise le processus de gestion (planification, organisation, direction et contrôle) ainsi que les logiciels d'application courante et les logiciels propres aux domaines de la comptabilité et de la gestion.

Elle ou il démontre des habiletés liées au travail en équipe et communique adéquatement avec les collègues ou la clientèle, tant oralement que par écrit, en français et en anglais, en utilisant le langage approprié et dans le respect des principes de l'approche client et des règles déontologiques.

Elle ou il maîtrise/connait les principes du développement durable et démontre l'habileté à les mettre en application dans les sphères sociale, économique et environnementale.

... Ce qui l'amène à collaborer activement et efficacement à l'amélioration des processus dans lesquels elle est impliquée ou il est impliqué au sein de l'entreprise ou à œuvrer à titre de travailleuse ou de travailleur autonome.

Plus particulièrement, elle ou il :

- comptabilise des transactions, prépare des budgets, effectue des mesures de performance pour des entreprises de services, commerciales ou de fabrication ou produit des déclarations d'impôt pour les particuliers;
- recherche, traite et transmet efficacement l'information utile à l'entreprise;
- participe à la gestion des approvisionnements, assure le service à la clientèle, supervise une équipe de travail, gère des projets, soutient les transactions internationales ou prépare des plans d'affaires;
- **tient compte des principes du développement durable dans son travail;**
- **conseille les gestionnaires dans la pratique sociale en entreprise.**



Profil – Gestion de commerce 410-D0

La diplômée ou le diplômé démontre une culture générale riche et variée, des capacités d'apprentissage, d'adaptation au changement, d'analyse et de synthèse, un sens des responsabilités **individuelles et collectives** et fait preuve d'ouverture d'esprit, d'autonomie, d'initiative, de jugement, de minutie et de créativité.

Elle ou il travaille avec méthode, maîtrise le processus de gestion (planification, organisation, direction et contrôle) ainsi que les logiciels d'application courante et les logiciels propres aux domaines de la gestion commerciale.

Elle ou il démontre des habiletés liées au travail en équipe et communique adéquatement avec les collègues ou la clientèle, tant oralement que par écrit, en français et en anglais, en utilisant le langage approprié et dans le respect des principes de l'approche client et des règles déontologiques.

Elle ou il maîtrise/connait les principes du développement durable et démontre l'habileté à les mettre en application dans les sphères sociale, économique et environnementale.

... Ce qui l'amène à collaborer activement et efficacement à l'amélioration des processus dans lesquels elle est impliquée ou il est impliqué au sein de l'entreprise ou à œuvrer à titre de travailleuse ou de travailleur autonome.

Plus particulièrement, elle ou il :

- participe à l'aménagement d'un commerce de détail, contribue à la mise en marché, à la promotion et à la vente de produits et de services ou participe au développement de marchés étrangers;
- recherche, traite et transmet efficacement l'information utile à l'entreprise ou effectue des études de marché;
- gère des stocks, assure le service à la clientèle, supervise une équipe de travail, gère des projets ou prépare des plans d'affaires;
- traite et analyse les données comptables ou financières d'une entreprise commerciale;
- **tient compte des principes du développement durable dans son travail;**
- **conseille les gestionnaires dans la pratique sociale en entreprise.**



Étapes

1. Définition d'un **vocabulaire commun**
 - Vocabulaire du développement durable de l'OQLF
2. Identification des **principes** de référence
 - 16 principes de la loi sur LDD du Québec
3. Définition des **principes, compétences** et **concepts** clés par **domaine** de gestion
4. Liaison des **cours** aux domaines
5. Définitions **DES** profils
6. Création d'outils – fiches d'activité



Activité

Activité: Identification des parties prenantes

Domaine: Management

Cours / module suggéré:

Vision globale de l'entreprise 410-013-RO

Activité : Identification des parties prenantes
Domaine : Management
Cours / module suggérés : Vision globale de l'entreprise 410-013-RO, Organisation de l'entreprise, Management des organisations
Description de l'activité pédagogique : En grand groupe, l'enseignant demande aux étudiants d'identifier les parties prenantes de Ford.
<i>Note 1</i> Si les étudiants demandent ce que sont les parties prenantes, leur retourner la question. Si les réponses ne sont pas satisfaisantes, donner la définition suivante : Individu ou groupe ayant un intérêt dans les décisions ou activités d'une organisation.
Réponses possibles Propriétaires, actionnaires, investisseurs, banques, etc. Employés, gestionnaires, cadres, employés d'usine, syndicats, etc. Clients, concessionnaires, distributeurs, importateurs, etc. Fournisseurs, fabricants de pièces, etc. Concurrents, Volvo, Chevrolet, Peugeot, Renault, etc. Pouvoirs publics, gouvernements, ministères des Transports, SAAQ, préfecture, municipalité, etc. Communautés locales, riverains, voisins, ceux qui peuvent subir des nuisances ou bénéfiques (bruits, fumée, pollution, odeur, transport, etc.) ou qui les représentent (groupes d'intérêt, CAA, Automobile club, associations contre l'alcool au volant, Greenpeace, Equiterre), etc.
<i>Note 2</i> S'assurer de faire la distinction entre parties prenantes internes et externes au cours de l'activité et d'en identifier les principaux types :
<ul style="list-style-type: none"> Propriétaires / actionnaires / investisseurs Employés / dirigeants / salariés Clients Fournisseurs Concurrents Pouvoirs publics / gouvernements Communautés locales / riverains / groupes d'intérêts
Objectifs de l'activité
<ul style="list-style-type: none"> Faire ressortir les parties prenantes moins traditionnelles telles que les communautés locales, les riverains et les groupes d'intérêts.

<ul style="list-style-type: none"> Introduire les notions de parties prenantes internes et externes. 	
Compétence ou élément d'une compétence	Étape du processus d'apprentissage
<ul style="list-style-type: none"> Se donner une vision globale de l'entreprise dans un contexte de mondialisation (01H6) <ul style="list-style-type: none"> Analyser l'influence de l'environnement sur l'entreprise (01H6-1) 	Découverte du concept
Durée suggérée	Matériel pédagogique
15 minutes	Tableau
Modifications possibles	
Si plus de temps est disponible, l'enseignant peut faire travailler les étudiants en petits groupes (ex. : 4 étudiants) pour 5 à 10 minutes et faire une mise en commun par la suite.	
Si moins de temps est disponible, demander aux étudiants de préparer leurs définitions pour le prochain cours. Lors du cours suivant.	
Et après ?	
Autres Liens possibles de la notion de <i>parties prenantes</i> dans le cours <ul style="list-style-type: none"> Département marketing (clients, communauté = lien vers des sources, articles, vidéo) 	
Bibliographie	



Phase 2

- 2015-2017
- Boîte à outils
 - Fiches activités
- Validation en classe
- Conférence pour étudiants
- Formation pour les enseignants
- Cours d'initiation
- Transferts à d'autres départements du Collège



Relations
internationales
Québec

COOPÉRATION FRANCE-QUÉBEC



Collaborateurs

- Denise Brodeur – Collège de Rosemont
- David Markezic – IUT Belfort Montbéliard
- Nadège Poinso-Laresche – IUT Belfort Montbéliard
- Élise Verlaine IUT Marne-la-Vallée
- Stéphane Laurent – IUT Belfort Montbéliard
- Éline Simard – Collège de Rosemont
- Jessika Fortin – Collège de Rosemont
- Patricia Ngopya – Collège de Rosemont
- Erick Wenzel – CÉRSÉ
- David Bourdage – CIRADD





Discussion

- Question ?
- Commentaires ?



Pour nous contacter

Erick Wenzel

Conseiller en développement durable
Centre d'étude en responsabilité sociale et écocitoyenneté
ewenzel@crosemont.qc.ca

Jessika Fortin

Enseignante
Département de techniques administratives
jessikafortin@crosemont.qc.ca

Patricia Ngopya

Enseignante
Département de techniques administratives
pngopya@crosemont.qc.ca