



ACTES
de la Conférence nationale
et
du 13^e colloque de l'AQPC

*Les collèges,
une voie essentielle de développement*

**Mission internationale et enseignement
professionnel : l'expérience du collège
LaSalle**

par

Denis SIROIS,
directeur de l'École de tourisme et d'hôtellerie
Collège LaSalle

Association québécoise
de pédagogie collégiale



Cégep de Chicoutimi



Fédération
des cégeps



Atelier JP2.15

MISSION INTERNATIONALE ET ENSEIGNEMENT PROFESSIONNEL: L'EXPÉRIENCE DU COLLÈGE LASALLE

par Denis Sirois, Directeur de l'École de tourisme et d'hôtellerie du Collège LaSalle

INTRODUCTION

Les marchés se mondialisent, les études aussi. Spécialisé dans la formation technique, le Collège LaSalle tente de s'adapter à cette nouvelle réalité.

Ce texte traitera de l'expérience du Collège LaSalle et de sa volonté d'inclure la dimension internationale dans ses programmes de formation technique.

Nous discuterons d'abord de l'impact de l'environnement mondial contemporain sur la formation technique. Nous présenterons notre organisation et l'approche pédagogique que nous préconisons. Enfin, nous conclurons en décrivant certaines situations liées à notre dimension internationale.

1. LE CONTEXTE ACTUEL DE LA FORMATION TECHNIQUE

1.1 Le processus de globalisation

De nos jours, les entrepreneurs et les médias se soucient abondamment de la globalisation des marchés. Ce terme ne fait pas que désigner l'économie, il englobe aussi l'évolution de la pensée. Partant, les formateurs des ressources humaines de demain doivent aussi se préoccuper de cette nouvelle mouvance mondiale.

Il y a en fait plusieurs globalisations. Ce terme est un générique qui désigne plusieurs mouvements de convergence. Globalisations écologique, médiatique, politique et économique composent la conjoncture moderne dans laquelle il importe maintenant de situer la formation technique. Par globalisation, nous entendons les mouvements suivants:

- **globalisation écologique:** nous savons maintenant que les émanations urbaines et industrielles affectent les couches atmosphériques, ce qui en retour modifie l'équilibre des écosystèmes terrestres et marins;
- **globalisation médiatique:** le village global prédit par Marshall McLuhan est arrivé - la transmission simultanée et en direct dans plusieurs pays de reportages télévisuels en est l'exemple le plus évident;
- **globalisation politique:** il n'y a qu'à songer à la disparition du mur de Berlin, au changement de cap en U.R.S.S. ou, encore, à l'ouverture de la Chine à l'Occident.
- **globalisation économique:** les marchés ne font plus que prendre de l'expansion nationale, ils entretiennent entre eux des relations internationales qui touchent toutes les étapes de la création de la production et de la distribution des biens et services. L'urgence exprimée dans le dossier de la fusion possible de Canadian Airlines et de American Airlines démontre bien l'ampleur de ce mouvement.

Notre société est une société en mouvance, qui tend vers une globalisation de plus en plus poussée. Une société globale émerge et constitue aujourd'hui le lieu et le temps où oeuvrent les étudiants et les éducateurs.

Faire face à la globalisation doit devenir l'un des axes privilégiés de la formation technique. La direction de cet axe peut se préciser comme suit:

- la vitesse et la fréquence des changements sont en croissance et affectent la faculté de réagir des individus et des organisations en exigeant d'eux une plus grande mobilité physique et intellectuelle;
- l'éclosion des technologies modernes et l'accès quasi instantané à l'information font place à une organisation du travail où le travail individuel prend de plus en plus de place; et,
- la diffusion du pouvoir de créer, de décider et de produire tant parmi les individus que parmi les organisations place aujourd'hui les relations entre les régions et les marchés sur le terrain d'action des individus.

Cela a deux conséquences importantes. La première: la plupart des services et produits offerts au moment présent ont probablement été conçus, produits et distribués selon des modes faisant appel à des composantes d'origines géographiques et culturelles très diversifiées. Aujourd'hui, les produits et services sont plus souvent qu'autrement redevables d'efforts et d'inspirations multi- et trans-culturelles.

La seconde, à la base de ce texte, est la suivante. Produire et consommer ces produits et ces services nous amènent forcément à développer et à utiliser des compétences qui nous fourniront la mobilité nécessaire pour manoeuvrer efficacement à l'intérieur de cette nouvelle réalité mondiale globale.

1.2 Le savoir comme avantage compétitif

Dans le contexte de globalisation où nous vivons présentement, le savoir s'érige désormais en avantage compétitif fondamental. Ainsi, pour que notre pays réussisse sur la nouvelle scène internationale, les maisons d'enseignement doivent se donner comme stratégie d'augmenter la compétence des ressources humaines et de donner aux diplômés une vision mondiale.

Par exemple, le domaine de la mode oeuvre déjà, dans sa grande majorité, sur le plan international. Le marché de la mode est donc mondial, de sorte que les gestionnaires, les créateurs et les travailleurs de la mode doivent atteindre ou, mieux encore, dépasser les résultats des entreprises étrangères rivales. En ce sens, il importe que la formation technique offerte ici puisse non seulement se comparer avantageusement à celle offerte ailleurs mais la dépasser. Par cela seulement, les entreprises canadiennes pourront disposer de compétences et de connaissances techniques qui leur permettront de réussir sur les marchés mondiaux.

1.3 Globalisation et formation technique

Le phénomène de globalisation a sûrement d'énormes impacts sur l'acte d'enseigner. Les connaissances technologiques et économiques deviennent rapidement obsolètes. Si bien que les éducateurs d'aujourd'hui doivent déployer de plus en plus d'efforts pour anticiper les exigences et les opportunités qui marqueront la vie professionnelle de leurs étudiants. Aucun programme de

formation ne peut maintenant présumer que les connaissances et les habiletés acquises au cours des études demeureront pertinentes et utiles toute une vie professionnelle.

La complexification des liens entre les problématiques économiques et sociales réduisent d'autant la possibilité qu'a un programme de formation technique de toutes les explorer en profondeur. Il importe donc de fournir aux étudiants des outils d'apprentissage qui leur permettront d'appréhender efficacement ces problématiques pour ensuite les intégrer dans leur pratique professionnelle.

Cette évolution exige que nous, éducateurs, développions de nouvelles stratégies d'enseignement. Des stratégies qui permettent aux étudiants d'apprendre à apprendre, durant leurs études et pendant leurs carrières.

2. PRÉSENTATION DU GROUPE COLLÈGE LASALLE

2.1 L'objectif international

Dans le contexte qui prévaut au Québec aujourd'hui - décroissance de la population, perte de vitesse de l'économie, ouverture des frontières commerciales - le Collège LaSalle doit, pour assurer sa croissance, développer d'autres marchés que le marché strictement local dans lequel la clientèle a tendance à plafonner et dans lequel la demande de diplômés tend vers la saturation.

C'est pourquoi le Collège LaSalle fait du développement international un élément essentiel de son développement. Cette volonté se manifeste par un triple objectif, soit:

- d'amener ses étudiants à privilégier l'ouverture sur la dimension internationale, que ce soit pendant leurs études, leurs stages ou l'élaboration de leurs plans de carrière;
- qu'une part de plus en plus importante de sa clientèle provienne de l'extérieur du Québec et du Canada; et,
- que le savoir-faire du Collège soit exporté, permettant ainsi au Groupe Collège LaSalle, sa maison-mère, de développer un réseau d'institutions d'enseignement à l'étranger, dans des régions du monde qui ont un fort besoin de formation technique.

2.2 Les filiales et écoles affiliées

Le Groupe Collège LaSalle est une société de gestion d'un portefeuille d'entreprises reconnues pour leurs compétences dans les domaines de la formation technique, de la formation en milieu de travail, de la recherche et du développement de logiciels, ainsi que de la consultation auprès de l'industrie de la mode.

Voici ce que font nos principales entreprises actives à l'international:

- Le Centre spécialisé de la mode du Québec propose aux entreprises du domaine de la mode et du vêtement un gamme complète de services-conseil en matières de design, de gestion de la production, de génie industriel appliqué au vêtement et de commercialisation de la mode. Ses services sont requis par des entreprises de nombreux pays, dont le Brésil et le Mexique;

- **Les Technologies PAD SYSTEM** développe des logiciels destinés à l'industrie de la mode et du vêtement. Ses logiciels sont vendus dans plus de vingt pays et son réseau de distribution s'étend des États-Unis aux Philippines;
- **Gested International** est une société de consultation et de gestion de projets oeuvrant au niveau international dans le domaine de l'éducation et de la formation professionnelles;
- enfin, **Collège LaSalle International** représente le bras de développement du Groupe à l'étranger. Cette entreprise exploite présentement plusieurs écoles fréquentées par plus de 1 500 étudiants, dont:
 - deux écoles de mode au Maroc, à Casablanca et à Rabat;
 - une école de bureautique également au Maroc, à Nador;
 - une école de mode à Singapour;
 - une école de mode au Malaysia, à Kuala Lumpur;
 - à compter de septembre 1993, une école de mode et de tourisme en Turquie, à Istanbul, et une école de tourisme au Malaysia, à Kuala Lumpur; et,

Du fait que leur expertise soit chaque jour investie dans son enseignement, le dynamisme des filiales et des écoles affiliées du Groupe participe au développement et au rayonnement du Collège LaSalle à l'échelle régionale et internationale.

Pour la direction du Groupe Collège LaSalle, l'expansion internationale de l'organisation se veut une réponse aux nouvelles réalités économiques et sociales. La période actuelle est placée sous les signes de la globalisation et d'une compétition d'une envergure encore jamais vue.

C'est dans cet esprit que la direction du Groupe Collège LaSalle vise deux objectifs principaux à l'égard du Collège LaSalle:

- en faire une école internationale à Montréal; et,
- assurer sa présence sur la scène internationale.

Le Collège LaSalle profite de cette évolution par de nombreuses retombées directes et indirectes, dont:

- le recrutement d'étudiants étrangers nombreux, ce qui représente une contribution importante au milieu déjà pluriculturel du Collège LaSalle;
- l'exportation du savoir faire québécois lorsque les étudiants étrangers retournent dans leurs pays et via notre réseau international d'écoles;
- les expériences étrangères pour les étudiants et les enseignants québécois en stage ou en mission hors du Québec;
- le réinvestissement du savoir faire étranger dans l'enseignement prodigué au Collège LaSalle de Montréal; et,
- la reconnaissance de nos industries locales à l'étranger.

3. PRÉSENTATION DU COLLÈGE LASALLE

3.1 Structure

Mais plus particulièrement, le Collège LaSalle est un collège privé d'enseignement professionnel qui offre des programmes techniques en français et en anglais. Depuis sa fondation en 1959, le Collège LaSalle est devenu, avec sa population de près de 3000 étudiants, le plus important collège d'enseignement professionnel bilingue au Canada.

Dans le cadre de sa mission le Collège LaSalle s'est doté d'une structure reposant sur trois écoles distinctes, soit:

- l'École de tourisme et d'hôtellerie qui est, avec ses mille (1000) étudiants, l'école la plus importante dans ce domaine au Québec et certainement l'une des plus actives au Canada. Elle offre les programmes Techniques de tourisme et Techniques de gestion hôtelière;
- l'École internationale de mode qui compte mille cinq cents (1500) étudiants et figure parmi les cinq premières écoles de mode au monde. Elle offre les programmes de Dessin, de Commercialisation et de Gestion de la production; et,
- enfin, l'École d'administration, qui offre le programme de Bureautique à trois cents (300) étudiants et qui offrira pour la première fois en septembre 1993 celui de Gestion internationale.

Aujourd'hui, le Collège LaSalle est de toute évidence un milieu d'enseignement pluriculturel. Il est bilingue, par principe. Il est multiethnique, ce qui reflète bien l'évolution de la société dans laquelle nous vivons. Et il est international, parce que c'est un objectif de développement que nous nous sommes donné.

Le Collège LaSalle étant bilingue, il propose à tous ses étudiants sans exception d'apprendre la langue seconde, française ou anglaise, qui n'est pas celle dans laquelle ils font leurs études. Le Collège offre même à l'étudiant de faire une partie de son cours dans la langue seconde s'ils le désirent.

3.2 Population

La population étudiante du Collège LaSalle se chiffre à près de trois mille (3000). Bien que la majorité de nos étudiants soient originaires de Montréal et des régions du Québec, un nombre important vient de l'étranger.

Cette année, plus de 60 % de nos étudiants inscrits à l'éducation régulière provenaient de l'extérieur de Montréal, en fait de quelque 250 municipalités différentes, les unes pas trop loin, les autres aussi loin que Wabush au Labrador ou encore Yellowknife dans les Territoires du Nord-Ouest.

Le Collège accueille aussi plus de deux cents (200) étudiants internationaux provenant d'une cinquantaine (50) de pays des cinq (5) continents. Ceci représente 10 % de la clientèle inscrite à l'éducation régulière.

Compte tenu du nombre élevé d'étudiants étrangers qui le fréquentent, le Collège permet aussi à ses étudiants de faire l'apprentissage d'un milieu multiculturel. Le Collège offre en outre à ses étudiants de poursuivre une partie de leurs études à l'étranger dans l'une ou l'autre des écoles de son réseau,

ce qui dans un contexte de mondialisation des marchés leur donne une perspective beaucoup plus internationale des choses.

4. L'APPROCHE PÉDAGOGIQUE DU COLLEGE LASALLE

4.1 Les principes de base

L'approche pédagogique du Collège LaSalle se caractérise à la base par l'application de deux grands principes:

- le développement d'écoles distinctes les unes des autres en fonction de domaines d'enseignement spécifiques; et,
- le maintien d'un lien intime avec les milieux industriels concernés.

Cette approche permet de continuellement refléter dans le contenu du programme d'enseignement ce qui s'y passe au jour le jour dans le milieu industriel. Ceci nous permet aussi d'offrir aux étudiants une expérience véritable du milieu par le biais d'ateliers pratiques, de stages en entreprise et de projets de fin d'études sanctionnés par des gens qui en sont issus. Par exemple, les étudiants de l'École internationale de mode doivent créer et concevoir en fonction des tendances actuelles du marché. Un autre exemple sont les cent quarante (140) mandats qui ont été confiés par des entreprises touristiques à nos étudiants du programme Techniques de tourisme au cours des six (6) dernières années.

4.2 Relations avec l'industrie

De toute évidence, la nature technique des programmes d'enseignement du Collège LaSalle commande des relations très étroites et continues avec les gens des secteurs industriels pour lesquels le Collège forme des diplômés.

Ainsi, le Collège LaSalle vise en tout temps à faire de l'innovation une préoccupation fondamentale chez ses étudiants et ses enseignants. Sur le plan pédagogique, il s'agit pour chacune de nos écoles de favoriser l'adéquation entre les apprentissages de ses étudiants et la pratique industrielle. Les relations qu'entretiennent nos écoles avec les milieux industriels se manifestent plus particulièrement par:

- l'identification avec les entreprises des compétences que doivent posséder les diplômés afin de participer à leur croissance;
- la participation des entreprises aux programmes de stage et à de nombreux mandats réalisés par les étudiants; et,
- l'élaboration de nouveaux produits et outils de formation, pour répondre à la fois aux besoins des étudiants et à ceux des secteurs industriels prêts à embaucher ces derniers.

De plus, dans tous les programmes d'enseignement du Collège, la plupart des enseignants proviennent du milieu de travail où ils sont toujours actifs. Nos deux cents (200) enseignants possèdent tous une solide expérience de leurs industries respectives, plusieurs y occupent toujours d'importantes fonctions ou, encore, y sont des leaders. Le grand designer de mode Michel Robichaud

en est un exemple. Ceux qui ont choisi de se consacrer à temps plein à l'enseignement sont incités à participer à des projets industriels requérant une mise à jour constante de leurs compétences professionnelles. A nouveau, quelques uns de nos enseignants de **Techniques de gestion hôtelière** ont leur propre compte assumé le service de traiteur V.I.P. lors du Grand prix de Formule 1 de Montréal. Toujours cet été, un enseignant de **Techniques de tourisme** exercera sa profession de guide dans des contrées aussi lointaines que le Népal, le Tibet et la Russie.

Les directeurs des écoles entretiennent aussi des relations étroites avec les représentants des secteurs industriels correspondants. Ils sont membres de la plupart des associations, participent aux travaux des organismes de représentation des secteurs industriels concernés et contribuent au rapprochement collège/industrie. Par exemple, la direction de l'École de tourisme et d'hôtellerie participe activement aux travaux des organisations suivantes:

- l'Organisation mondiale du tourisme (une agence officielle de l'Organisation des nations unies);
- le Comité d'orientation du Centre international de formation touristique de Montréal;
- le Comité d'orientation de la Grappe industrielle en tourisme du Québec; et,
- le Comité sur la formation des ressources humaines en tourisme du ministère du Tourisme du Québec.

4.3 Une dimension internationale

Nous utiliserons maintenant l'exemple de l'École de tourisme et d'hôtellerie pour souligner les efforts que notre institution déploie afin d'intégrer la dimension internationale à son enseignement.

Les enseignants et la direction de cette école considèrent que côtoyer des étudiants venus d'ailleurs est de nature à développer chez les étudiants locaux une préoccupation plus grande pour la nécessité d'être entreprenant, d'être productif et d'être visionnaire. Le choc culturel est parfois grand, des deux côtés.

Mais il y a beaucoup plus!

La globalisation de l'industrie touristique a été phénoménale dans la dernière décennie. La croissance économique mondiale ainsi que l'abolition des barrières tarifaires en matières de déplacements internationaux ont donné lieu à une globalisation des activités des entreprises impliquées dans les domaines des voyages, des sites touristiques et de l'hébergement.

Cette croissance rapide a créé une demande de la part de l'industrie touristique pour des gestionnaires et des techniciens capables d'oeuvrer dans un contexte global. Ceux-ci doivent maintenant comprendre plus que les simples marchés locaux afin de travailler efficacement avec des collègues et des employés de diverses origines culturelles, de même que servir avec intelligence des visiteurs et des clients venus de partout.

La formation de tels techniciens et gestionnaires suppose l'application d'une approche multidisciplinaire favorisant l'apprentissage des réalités internationales.

Les cours de géographie touristique sont en ce sens fondamentaux. Les étudiants y apprennent à identifier les pays émetteurs et les pays récepteurs. Ils évaluent les attractions naturelles et culturelles des destinations offertes aux touristes internationaux. Connaître les attractions naturelles d'une destination amène l'élève à en comprendre les caractéristiques physiques. Se familiariser avec les coutumes introduit l'élève à des réalités culturelles qui lui sont étrangères. Au niveau des opérations, ceci lui permettra d'élaborer des produits qui soient conformes aux réalités des

destinations. Au niveau de la gestion, cela lui permettra de mieux apprécier les jeux de la concurrence internationale et l'émergence des nouvelles tendances.

Sous un autre angle, l'étude du développement de grandes chaînes hôtelières - Sheraton par exemple, - s'avère un excellent moyen pour montrer à l'élève l'amplitude et l'intensité de la croissance transnationale des corporations actives dans ce domaine. Ceci lui permettra, entre autres, de mieux identifier son cheminement de carrière et ce, d'autant plus que les grandes chaînes exigent aujourd'hui que les jeunes gestionnaires fassent un long apprentissage dans des établissements situés dans plusieurs pays.

Un autre exemple est la participation de nos étudiants en Techniques de tourisme à de nombreux événements de rayonnement international tels la 6e Biennale des villes d'hiver, le Colloque fleuves et planète ou le congrès de l'American Bus Association à titre d'agents d'accueil. Par cette intervention, chaque élève peut prendre conscience des standards internationaux qui doivent être rencontrés pour réussir dans l'industrie touristique.

Nos étudiants sont aussi présents à l'international. Plusieurs choisissent en effet d'effectuer un stage ou une partie de leurs cours hors du Québec. C'est une pratique que nous encourageons et que nous valorisons. Par exemple, cet été seulement, quelque soixante-quinze (75) étudiants du programme de Techniques de gestion hôtelière effectuent leur stage dans une vingtaine (20) pays d'Amérique, d'Europe et d'Asie.

Par ailleurs, l'enseignement de systèmes globaux de communication s'avère un plus important. Ainsi, les étudiants en Techniques de tourisme ont l'opportunité d'apprendre les principes de systèmes informatisés de réservations utilisés de par le monde.

La présence d'un groupe d'étudiants internationaux est sans aucun doute un apport original à leur formation. Les situations d'apprentissage s'en trouvent enrichies et diversifiées. Prenons pour exemple les cours de production alimentaire où les étudiants internationaux côtoient la cuisine régionale québécoise et où, en retour, ils contribuent à l'aide de pratiques culinaires le plus souvent inconnues de nos étudiants locaux.

Enfin, ceci permet aussi à tous de devenir conscient des règles de la communication non-verbale. Cela permet aussi à tous de développer une grande capacité d'adaptation aux autres cultures et leur sera utile tant en matière de service à la clientèle qu'en matière de gestion des ressources humaines.

5. COLLABORATION AVEC LES ÉCOLES ÉTRANGÈRES

Un des éléments importants de la formation internationale est certainement la collaboration avec les écoles étrangères.

Le Collège LaSalle s'est taillé une place enviable parmi les institutions d'enseignement professionnel québécoises et canadiennes. Sa réputation repose sur la qualité de ses diplômés qui font rapidement leur marque dans l'industrie, grâce à l'excellence de leur préparation académique, mais aussi en raison de l'expérience du milieu industriel que le Collège leur a permis d'acquérir par les stages et par les projets de fin d'études. Un exemple probant est celui de la jeune designer de mode, Marie Saint-Pierre.

Cette réputation à l'étranger se manifeste notamment au travers des différentes ententes d'articulation que les Écoles du Collège ont mis en place avec plusieurs institutions d'enseignement universitaire à travers le monde. Ces ententes prévoient l'échange de savoir faire et la reconnaissance d'acquis scolaire afin que les diplômés puissent poursuivre leur formation.

Par exemple, l'École de tourisme et d'hôtellerie du Collège LaSalle a conclu des ententes de ce type avec les universités suivantes:

- Lasell College (Boston, États-Unis);
- Johnson and Wales University (Providence, États-Unis);
- Université du Québec à Montréal; et,
- Université de Bologne (Bologne, Italie).

De plus, sur le plan international, l'École de tourisme et d'hôtellerie a reçu le statut de centre de formation accrédité de l'Association internationale du transport aérien et de l'Organisation mondiale du tourisme.

C'est aussi cette réputation qui a permis à l'École internationale de mode d'étendre ses activités à l'étranger où l'on retrouve Collège LaSalle - École internationale de mode au Maroc, à Casablanca et à Rabat, de même que LaSalle International Fashion School, à Singapour et à Kuala Lumpur, en Malaysia.

C'est cette réputation qui fait en sorte que le Collège LaSalle compte cette année plus de deux cents (200) étudiants étrangers en provenance de plus de cinquante (50) pays différents, ce qui en fait de loin le collège québécois qui compte le plus grand nombre d'étudiants étrangers.

6. ACCUEILLIR UNE CLIENTÈLE INTERNATIONALE

L'accueil d'une clientèle internationale ne se fait pas sans difficultés. Depuis janvier 1993 un comité composé d'employés, d'enseignants et de directeurs a été mandaté afin d'identifier les moyens de rendre la vie de ces étudiants plus agréable et de veiller à la composition d'un milieu où la pluriculturalité est une préoccupation constante.

Tout d'abord, ce comité a fait le point sur les difficultés les plus fréquentes. Voici quelques unes des actions que nous avons identifiées et qui sont mises en application:

- des cours intensifs de langue française ou anglaise, selon la langue d'apprentissage choisie, pour tous ceux qui éprouvent des difficultés d'expression;
- un programme d'activités d'accueil complet, incluant la découverte des villes de Montréal et de Québec ainsi que des régions des Laurentides, de la Montérégie, de l'Estrie; des impératifs de la vie au Québec; de même que certains aspects de la culture québécoise;
- l'intensification des relations avec les organismes officiels représentant les pays d'origine;
- des services adaptés, assurés par un conseiller spécialisé; et,
- un programme de formation sur les modes d'apprentissage et les traits culturels des étudiants internationaux pour nos employés, enseignants et directeurs.

CONCLUSION

Pour le Collège LaSalle, le processus de globalisation qui marque le monde d'aujourd'hui est une préoccupation constante. C'est pourquoi nous avons intégré la dimension internationale à notre approche pédagogique et à notre développement.