

Introduction

Depuis de nombreuses années, les pourvoyeurs de services AFB tentent par tous les moyens d'attirer au sein de leur programme une clientèle peu alphabétisée afin de les desservir et de leur permettre de réintégrer à court ou moyen terme le marché du travail.

Le problème rencontré le plus souvent, à notre avis, est le faible pouvoir d'attraction que les produits de formation offerts par les milieux de l'AFB ont auprès de la clientèle convoitée et de leurs agences d'employabilité. La réalité étant que cette clientèle désire obtenir le plus rapidement possible une attestation scolaire, professionnelle ou collégiale qui lui ouvrira des portes sur le marché du travail.

Dans ce contexte, les efforts faits par les programmes AFB demeurent donc peu fructueux. Cette situation est d'autant plus dramatique que les agences susceptibles de référer cette clientèle vers les programmes AFB ont le même réflexe que la clientèle elle-même, c'est-à-dire d'aller vers des programmes de formation de courte durée menant à une forme ou une autre d'attestation afin d'aiguiller le plus rapidement possible leurs prestataires vers l'emploi.

Le CAP: Centre d'apprentissage et de perfectionnement vit cette situation depuis au moins une douzaine d'années. Dans son désir de mieux se positionner sur l'échiquier du monde de la formation des adultes sur son territoire, il a tenté de contourner les difficultés chroniques voire même congénitales de recrutement qu'il expérimentait année après année, session après session, dans son milieu d'intervention.

La création du CAFA: Centre d'aiguillage pour la formation des adultes fut une étape primordiale dans le repositionnement de sa capacité d'accéder à sa part du marché dans le monde de la formation des adultes. Cependant cette étape, bien que cruciale, ne fut pas suffisante pour retenir la clientèle AFB dépistée au sein du CAFA. Il ne suffit pas de les identifier, encore faut-il pouvoir leur offrir une formation AFB qui réponde à leurs besoins pressants d'insertion socio-professionnelle.

Notre besoin de retenir cette part du marché fut à la source de la création de programmes conjoints qui donnèrent lieu ensuite à la création de programmes «fast track», rebaptisés les «TGV de la formation».

Le succès de cette formule fut tel qu'il incita même les institutions récalcitrantes au départ à se joindre à la foulée des nouveaux partenariats engendrés par ce produit de formation novateur.

Ce succès nous amena à vouloir offrir les fruits de nos réflexions à la communauté alphabétisante et à tous les partenaires les entourant.

Nous vous présentons donc dans les pages qui suivent le modèle à implanter ainsi que les enjeux à analyser pour bien maîtriser les choix autant philosophiques, politiques, administratifs que pédagogiques qui doivent être faits de façon judicieuse pour exercer un leadership positif dans la création de «TGV de la formation».

