

Résumé

PERCEPTIONS DES EMPLOYEURS ET DES TRAVAILLEUSES ET TRAVAILLEURS SUR LES MICRO-CRÉDITS

La présente étude utilise la théorie ancrée pour élaborer et vérifier un cadre conceptuel afin de déterminer comment les employeurs et les travailleuses et travailleurs perçoivent les micro-crédits – surtout par rapport aux titres traditionnels – lorsqu’il est question d’embauche, de promotion, d’éducation et de formation.

Le Northern Alberta Institute of Technology (NAIT) mène l’enquête en collaboration avec le Bow Valley College (BVC) et le Southern Alberta Institute of Technology (SAIT). Un sondage est mené auprès d’employeurs (n = 222) et de travailleuses et travailleurs (n = 287), avec un sous-échantillon d’employeurs (n = 34) et de travailleuses et travailleurs (n = 23) qui participent à des entrevues de suivi. Les employeurs et les travailleuses et travailleurs qui ont participé à la recherche sont généralement capables de nommer les trois caractéristiques fondamentales des micro-crédits : i) courte durée; ii) authenticité en milieu de travail; iii) badges numériques pour reconnaître la formation. Néanmoins, les employeurs et les travailleuses et travailleurs qui ont participé à la recherche connaissent très peu les micro-crédits, surtout si on les compare aux titres traditionnels. L’acquisition de titres traditionnels de confiance et l’expérience de travail pertinente demeurent les principaux critères pour le recrutement ou les promotions. Dans les situations où la demande pour des compétences particulières ou des domaines de connaissances précis dépasse l’offre, les employeurs considéreront les candidates et les candidats qui ont suivi une microcertification.

Les travailleuses et travailleurs qui ont participé à la recherche et qui ont le plus de succès sur le marché du travail répondent à au moins une des conditions suivantes : i) ils possèdent les études et l’expérience nécessaires, mais ne sont pas nécessairement familiers avec les employeurs locaux ou les employeurs d’un autre domaine; ii) leurs micro-crédits ont été émis par un établissement de confiance et sont, de préférence, reconnus par un organisme de réglementation, une association professionnelle ou un fournisseur; iii) la microcertification est liée à une innovation dans un métier ou un secteur en émergence. Sur la base du cadre conceptuel élaboré pendant cette étude, voici les secteurs d’intervention privilégiés pour le développement des micro-crédits :

1. Des micro-crédits de niveau débutant à avancé dans les professions montantes où la demande dépasse largement le nombre de travailleuses et travailleurs qui possèdent les titres traditionnels. Ces micro-crédits pourraient être le fondement des programmes de formation traditionnels qui seront offerts quand les secteurs seront arrivés à maturité.
2. Des micro-crédits de niveau intermédiaire à avancé qui ciblent les travailleuses et travailleurs cherchant à faire valider une expérience de travail ou des études qui ne sont pas reconnues (p. ex. des compétences acquises à l’étranger) dans des métiers où la demande dépasse le nombre de travailleuses et travailleurs qui possèdent les titres traditionnels.
3. Des micro-crédits de niveau intermédiaire à avancé qui ciblent les travailleuses et travailleurs cherchant à faire valider leurs connaissances et leurs compétences après une longue absence

sur le marché du travail dans un métier où la demande dépasse le nombre de travailleuses et travailleurs qui possèdent les titres traditionnels.

4. Des micro-crédits de niveau intermédiaire à avancé qui ciblent les travailleuses et travailleurs cherchant à démontrer la transférabilité de leurs connaissances et compétences dans un métier ou un secteur où la demande dépasse le nombre de travailleuses et travailleurs qui possèdent les titres traditionnels.
5. Des micro-crédits de niveau intermédiaire à avancé que des organismes de réglementation ont défini comme des conditions d'accès à la profession ou que des associations professionnelles ont défini comme des exigences de formation continue.

Le cadre conceptuel de l'étude cible aussi deux façons de faire connaître les micro-crédits aux employeurs et aux travailleuses et travailleurs. Premièrement, l'approche de marketing des micro-crédits devrait mettre davantage l'accent sur la proposition de valeur. Les employeurs et les travailleuses et travailleurs comprendraient mieux les différences entre les micro-crédits et les titres traditionnels. Les micro-crédits ne doivent pas se substituer aux titres traditionnels; comme nous l'avons vu précédemment, ils doivent plutôt être considérés comme des outils pour exploiter les intérêts, les aptitudes, les études et l'expérience professionnelle des personnes qui travaillent dans des secteurs où le nombre de travailleuses et travailleurs détenant des titres traditionnels ne suffit pas à la demande. Deuxièmement, faire connaître les métadonnées intégrées aux badges numériques pourrait être favorable à l'augmentation du taux d'adoption des micro-crédits. Les métadonnées qui donnent des informations sur les évaluations sauront répondre aux inquiétudes des employeurs qui envisagent d'embaucher des candidates et candidats possédant des micro-crédits. *lacus vitae nunc pulvinar, et gravida mauris gravida. Interdum et malesuada fames ac ante ipsum primis in faucibus.*





DAVID HARVEY, EdD
CONSULTANT, NAIT



RUSS WILDE, EdD
CONSULTANT, NAIT



PARTHA ROY
MARKET RESEARCH
MANAGER, NAIT



Perceptions des employeurs et des travailleuses et travailleurs sur les micro-crédits est financé par le programme Compétences Futures du Gouvernement du Canada.

Les opinions et interprétations de cette publication sont celles de l'auteur et ne reflètent pas nécessairement celles du Gouvernement du Canada.