

in folio

Des communications graphiques à l'échelle humaine

Printemps 2012

La conciliation travail-famille

Optimisez le processus de recrutement

L'organisme PACT



Comité sectoriel de main-d'œuvre
des communications graphiques
du Québec



CHRISTINE GIRARD

MOT DE LA RÉDACTION

UN PRINTEMPS OCCUPÉ

SALON DUPRA ET DURABILITÉ

Qui dit printemps 2012, dans le secteur des communications graphiques, dit immédiatement grand salon international Dupra qui se tiendra dans la ville de Düsseldorf, en Allemagne, du 3 au 16 mai prochain.

Afin d'être à l'affût des toutes dernières tendances du domaine, deux représentants du Comité sectoriel se déplaceront et se joindront à la délégation québécoise. Il s'agit d'un événement qui permettra sans aucun doute de pouvoir vous informer par la suite sur plusieurs questions du développement international du secteur, des avancées technologiques, de la compétition étrangère, des questions environnementales, etc.



L'un des grands thèmes du Salon Dupra pour cette année 2012 concerne la durabilité, soit l'engagement responsable des entreprises au niveau environnementale. Nous l'entendons tous jour après jour, la question environnementale est également très chère aux Québécois. De plus en plus, une multitude d'entreprises optent pour le virage vert. Comment le secteur des communications graphiques peut-il tirer son épingle du jeu? Saviez-vous qu'un organisme a été spécifiquement créé pour vous informer et vous aider? Et bien oui, et ça s'appelle PACT. Afin de vous informer à ce sujet, le Infolio s'est offert une collaboration spéciale dans ce numéro avec cet organisme, qui est pour la communication graphique éco-responsable. À vous de découvrir l'article de Marie Reumont, directrice générale de l'entreprise, en vous rendant à la page 7.

CONCILIATION TRAVAIL-FAMILLE

Le mois de février 2012 fut également l'occasion pour votre Comité sectoriel de faire une vaste offensive auprès des entreprises du secteur afin de les sensibiliser à l'importance et les nombreux avantages de la conciliation travail-famille. Lorsque l'on constate que les employeurs y adhérant retirent non seulement de nombreux bénéfices, mais que ces derniers agissent directement sur le rendement et la productivité de leurs entreprises, le Comité se devait d'informer tous les gens de son secteur.

Vous souvenez-vous avoir reçu par la poste un petit carton noir, dans lequel était intégrée une clé USB représentant le logo du Comité sectoriel, vous demandant de l'insérer dans votre ordinateur? Il s'agissait bel et bien de la campagne d'information sur la conciliation travail-famille. Pour tous ceux et celles qui n'ont pas eu la chance d'avoir accès au contenu de cette clé USB, nous vous invitons à lire l'article de Frédéric Sirois, directeur de projets, qui se trouve sur la page suivante.

Finalement, puisque le recrutement et la relève demeurent toujours un sujet important et actuel dans l'industrie des communications graphiques, vous retrouverez en page 4 et 5 un article de Cathy Ward, conseillère à la formation, qui vous expliquera tout sur comment optimiser le processus de recrutement.

Je vous souhaite une agréable lecture et je vous donne rendez-vous au mois d'août pour la prochaine parution du magazine Infolio, édition été 2012!

D'ici là, profitez-bien du printemps et restez à l'affût de l'actualité du Comité sectoriel de main-d'oeuvre des communications graphiques du Québec via notre toute nouvelle page facebook qui est intitulée « CSMOCGQ ».



LA CLÉ POUR VOTRE ENTREPRISE

LA CONCILIATION EST PROFITABLE

Récemment, de nombreuses mesures ont été instaurées afin de favoriser l'implantation de la conciliation travail-famille en entreprise. Entre autres, soulignons récemment le lancement de la norme provinciale en matière de conciliation travail-famille qui s'applique à toute organisation, publique ou privée, une première mondiale.

Le Comité sectoriel n'est pas en reste, car au cours du mois de février, celui-ci a fait parvenir à toutes les entreprises de son secteur une clé USB (WEBKEY), que vous pouvez voir sur l'image ci-dessous. Cette dernière servait à diffuser une vidéo promotionnelle portant sur la conciliation travail-famille qui présentait les différentes pratiques que les entreprises peuvent désormais instaurer en matière de conciliation travail-famille ainsi que les multiples bénéfices, démontrés par plusieurs études, qui peuvent en être assez rapidement retirés.



La petite vidéo contenue sur la clé USB a également pour but de vous apprendre que votre entreprise pourrait bénéficier d'une subvention qui peut aller jusqu'à 10 000\$ pour l'implantation de ces mesures. Il s'agit là d'une somme extrêmement intéressante qui facilitera sans aucun doute la procédure.

IMPLANTATION DES MESURES

Si jamais vous êtes intéressés par l'implantation de telles mesures dans votre entreprise, mais que vous ne savez pas du tout par où commencer, nous vous invitons nous contactez. Votre Comité sectoriel est composé de nombreux professionnels en ressources humaines qui connaissent la réalité des entreprises du secteur des communications graphiques, et donc par le fait même, votre réalité! Nous saurons vous éclairer et nous pourrons prendre en charge en tout ou en partie l'implantation des mesures de conciliation travail-famille dans votre entreprise. Alors n'hésitez pas à nous contacter par téléphone au numéro sans frais 1-877-387-0788 ou encore par courriel à l'adresse info@communicationsgraphiques.org. Vous pouvez aussi vous rendre au <http://ctf.csmocgq.org/> afin de visionner le petit vidéo promotionnel.

PRATIQUES À INSTAURER

- L'accumulation des heures pour usage future
- Une semaine de travail comprimé
- Un horaire flexible
- Une banque de congés mobiles
- Une assurance collective familiale

BÉNÉFICES RETIRÉS

- Une réduction du taux de rotation du personnel
- Une réduction des absences
- Une réduction des retards
- Une productivité améliorée
- Une meilleure image de l'entreprise
- Une plus grande loyauté de la part des employés
- Une diminution du stress



CATHY WARD
RESSOURCES HUMAINES

LE PROCESSUS DE RECRUTEMENT

OPTIMISEZ LE PROCESSUS

Le manque de main-d'œuvre est sans doute un enjeu important auquel font face les entreprises du secteur des communications graphiques, ce qui amène des répercussions importantes au plan de la gestion des ressources humaines. Selon un rapport de Statistique Canada, la proportion de la population âgée de plus de 15 ans qui travaillera en 2031 sera réduite à 58 pour cent, par rapport à 67 pour cent à l'heure actuelle.

Sachant que la réussite future des entreprises dépend de leurs capacités à prévoir, déceler et gérer la main-d'œuvre, les entreprises devront se doter d'une main-d'œuvre compétente.

Certaines études ont démontré que le coût d'une mauvaise embauche pouvait être de 2 à 3 fois le salaire annuel de la personne, dépendant de son niveau de responsabilité. Le temps des personnes impliquées dans le processus, le temps d'intégration de la personne embauchée, le salaire, l'indemnité compensatoire et la productivité perdue font tous partie des coûts associés à une mauvaise sélection. Afin d'optimiser vos chances de réussite, il faut apprendre à respecter certains critères dans votre processus de recrutement.

1. DÉFINITION DU RÔLE, DES RESPONSABILITÉS ET DU POSTE

C'est à cette première étape que l'employeur doit définir un profil de poste. Le profil de poste inclut normalement le rôle, les tâches, les responsabilités et le contexte de travail. Par exemple, superviser 50 employés.

Par la suite, il y a détermination d'un profil des compétences. Le profil des compétences inclut les habiletés et les connaissances que doit posséder le candidat afin d'assumer son poste. Par exemple, esprit de synthèse.

Finalement, la création d'un profil d'exigences, qui inclut les qualifications de bases requises (formation, années d'expérience, etc.) pour le poste. À titre d'exemple, baccalauréat en marketing. Vous pouvez vous procurer le guide *Mon assistant RH*, disponible au CSMOCGQ, qui vous sera d'une très grande aide. Plusieurs outils sont déjà intégrés à l'intérieur du guide, tels que des profils reliés au secteur des communications graphiques.

En effectuant cette analyse de poste, vous optimisez la contribution du personnel à l'atteinte des objectifs de l'entreprise, car vous favorisez un meilleur arrimage entre le poste et les personnes.

2. RECHERCHE DE CANDIDATURES

Une fois votre profil de poste établi et que vous avez déterminé quel est le candidat recherché, il faudra cibler où est le candidat idéal. Vous pouvez vous poser quelques questions telles que : Où sont les candidats dont j'ai besoin ? Comment puis-je les rejoindre ? Que lisent-ils ? Comment je peux les inciter à venir chez nous ?

À cette étape, une analyse de la situation s'impose afin de vous questionner sur les avantages et les inconvénients de l'affichage à l'interne et à l'externe.

À l'interne, vos employés déjà en poste pourraient vous recommander des gens. Il serait aussi possible de rappeler des employés qui ne travaillent habituellement que durant l'été, ou bien de rappeler des employés retraités, pour des besoins ponctuels.

À l'externe, il est toujours bon de rechercher des stagiaires, d'être à l'affût de fermetures d'usines afin d'interpeller les employés qui se retrouvent donc sans emploi, d'afficher dans les écoles (universités), les journaux locaux (payant), sur les panneaux réclames (nous recrutons!) et sur de nombreux sites de placements.

3. SÉLECTION DES CANDIDATS

Une fois les CV reçus, il faut procéder à l'analyse des candidatures. C'est à ce moment, et non pendant l'entrevue, que l'on vérifie si le candidat possède les exigences demandées. Afin d'optimiser ses chances de succès, mieux vaut relire le profil d'exigences avant de commencer. Par la suite, on contacte les candidats qui possèdent les exigences du poste afin d'effectuer une entrevue téléphonique. Cette entrevue va surtout servir à éliminer ceux qui n'ont pas les compétences techniques essentielles. Par la suite, les candidats retenus seront contactés pour une entrevue afin de



valider l'arrimage entre les valeurs de la personne et celles de l'entreprise. L'entrevue doit être structurée. Des exemples de canevas d'entrevue sont aussi disponibles dans *Mon assistant RH*.

Lors d'entrevues, il faut faire très attention aux erreurs de perceptions (stéréotypes, etc.) et à la discrimination négative. De plus, il ne faut pas oublier que l'entrevue sert particulièrement à aller chercher de l'information sur le candidat. On suggère alors de laisser parler le candidat à environ 80% du temps. Il y a aussi des questions à ne pas poser en entrevue, par exemple l'âge de la personne. Il peut être pertinent par la suite d'utiliser des tests d'aptitudes techniques afin de mesurer les compétences ainsi que la capacité à apprendre du candidat. Cette étape peut être effectuée avant ou après l'entrevue. Par exemple, test de vitesse au clavier. Une enquête de sécurité peut être utile dans le cas où le poste à combler se situe à des niveaux de responsabilités financières ou autres. Par contre, il y a des aspects légaux à respecter et la signature du candidat est requise.

Différents tests psychométriques existent aussi sur le marché et sont réalisés par des psychologues industriels. Les exercices de gestion, les tests de personnalité ainsi que les tests de motivation sont trois bons exemples d'outils utilisés.

Une fois ce processus effectué, vous pouvez faire une vérification des références. Pour ce faire, le finaliste doit fournir les noms et vous devez obtenir son approbation. Par la suite, un examen médical sera effectué seulement si le poste requiert réellement des examens médicaux.

4. EMBAUCHE

Voici les quatre étapes classiques de la période d'embauche :

- Confirmation d'acceptation de la candidature et offre d'emploi
- Négociation des conditions d'entrée (date, salaire, etc.)
- Période de réflexion du candidat
- Confirmation de l'embauche par écrit et contrat de travail

Il ne faut surtout pas oublier de contacter les candidats non retenus lors de la première étape.

5. ACCUEIL ET INTÉGRATION

Afin de conserver un nouvel employé et de favoriser son intégration rapidement, l'employeur devra avoir planifié l'entrée de ce dernier. Pour ce faire, l'employeur choisira le rôle de chaque intervenant dans le processus d'accueil et d'intégration. Différents thèmes pourront être ciblés tels la mission, l'historique, les politiques générales de l'organisation, la description des produits et services offerts, la structure de l'organisation, la rémunération et programme d'avantages sociaux, règles de sécurité, cartes d'accès, outils, règlements, une visite de l'entreprise, etc.

Le programme d'apprentissage en milieu de travail (PAMT) offert par le CSMOCGQ est aussi un outil qui optimise l'accueil et l'intégration des nouveaux employés, car une personne sera alors attirée au nouvel arrivé et ce dernier pourra alors lui transférer ses apprentissages de façon structurés.

Suite à la période de probation de l'employé, il importe d'effectuer une évaluation du rendement structurée et concise. C'est à ce moment que l'employeur va déterminer s'il conserve l'employé chez lui. Il est aussi très important d'octroyer de la rétroaction tout au long de la période de probation de l'employé, afin de lui laisser la chance de s'adapter et de s'améliorer.

Si vous désirez plus d'informations sur le sujet, veuillez contacter Cathy Ward, conseillère à la formation à votre Comité sectoriel, par téléphone au numéro sans frais 1-877-387-0788 ou par courriel à l'adresse rh@communicationsgraphiques.org.



MARIE REUMONT
COLLABORATION SPÉCIALE

ÉCORESPONSABILITÉ DANS LE SECTEUR

POUR UNE COMMUNICATION GRAPHIQUE ÉCORESPONSABLE

Les professionnels de la communication doivent sans cesse composer avec les nouvelles exigences de leurs clients en matière de développement durable. La venue de la norme BNQ 21 000 sur la responsabilité sociétale des organisations et la Loi québécoise sur le développement durable influencent la sélection de prestataires de services, dont le secteur de l'imprimerie. Ainsi, les organisations incluent dorénavant des critères d'écoresponsabilité dans leurs appels d'offres. Il devient donc incontournable pour les fournisseurs de services d'impression de pouvoir répondre à ces toutes nouvelles exigences.

C'est pour répondre à ces nouveaux besoins que PACT réunit et accompagne les acteurs de la communication graphique dans leur cheminement écoresponsable. Fondé en 2009, PACT est un organisme à but non lucratif qui propose à ses membres des formations, de l'accompagnement personnalisé et des outils pratiques en ligne.

Le <http://www.projetpact.com/portail/accueil>, portail de la communication graphique écoresponsable, offre une variété d'outils pour les imprimeurs telles des fiches techniques sur le papier/carton et l'impression offset. De plus, la fiche d'autoévaluation des imprimeurs suggère aux imprimeurs de bonnes pratiques à implanter dans leur secteur.

Cet outil permet également aux designers graphiques de déterminer des critères d'écoresponsabilité à intégrer dans leurs cahiers des charges dans le but de trouver un fournisseur de service d'imprimerie qui saura être soucieux de l'environnement.

Offrir des services d'impression écoresponsables peut considérablement augmenter ses chances de remporter un appel d'offre et même de gagner de nouvelles parts de marché. Après l'argument économique, c'est souvent la plus-value environnementale qui fait la différence. De nos jours, il ne suffit plus d'offrir des papiers certifiés. Pour se démarquer dans un marché hautement compétitif, les imprimeurs doivent innover en offrant un service complet d'impression écoresponsable.



Entreprendre une démarche globale de développement durable offre plusieurs avantages pour un imprimeur et est le gage d'une amélioration continue. Elle permet entre autres d'optimiser ses procédés, son équipement et son espace, pouvant mener à des économies substantielles. Une meilleure gestion diminue l'emploi de substances dangereuses, la production de matières résiduelles et l'émission de rejets toxiques. Par conséquent, la sécurité et la santé de ses travailleurs s'en trouvent améliorées.

Seul à offrir des services en français dédiés spécifiquement à la communication graphique, l'organisme PACT est la référence au Québec en matière de communication graphique écoresponsable. Devenir membre, c'est faire partie d'un réseau de professionnels, profiter de la veille technologique par le biais du site web et de l'infolettre !MPACT, et tout savoir sur les meilleures techniques disponibles. PACT dispose de plusieurs ressources pour soutenir et aider les imprimeurs à réaliser et à communiquer leurs objectifs écoresponsables.

Vous voulez entreprendre une démarche d'écoresponsabilité, mais ne savez pas par où commencer? Communiquez avec nous par courriel à l'adresse info@projetpact.com ou par téléphone au numéro 514-525-7228. PACT est là pour vous conseiller!

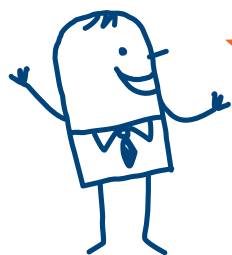
Former pour performer!

Il est maintenant possible d'accroître l'efficacité, la productivité ainsi que la compétitivité de votre entreprise et ce, à moindre coût!



ADHÉREZ À GRAFI'COM FORMATION & BÉNÉFICIEZ

- de TOUS les séminaires de l'ICGQ pour seulement 60\$ par jour de formation.
- du remboursement du salaire, frais de déplacement et hébergement de vos employés.
- de l'identification de vos besoins en matière de formation.
- de bien plus encore !



COMMENT DEVENIR MEMBRE

Il vous suffit tout simplement de remplir le formulaire d'adhésion et d'acquitter votre cotisation annuelle minimale qui représente le 1/20 du 1% de la masse salariale de votre entreprise. Pour obtenir le formulaire d'adhésion, la brochure des séminaires de formation 2012 ou pour d'autres informations, vous pouvez consulter le www.communicationsgraphiques.org/mutuelle ou contactez Frédéric Sirois, soit par courriel à l'adresse graficom@communicationsgraphiques.org ou par téléphone au numéro sans frais 1-877-387-0788.

Séminaires de Formation (Mi-session 2012)	Durée	ICGQ	Grafi'Com
Vendre l'impression à données variables	1 jour	440\$	60\$
Fonctions avancées dans Adobe InDesign CS5.5	4 jours	1260\$	240\$
Les nouveautés de QuarkXPress 9	2 jours	735\$	120\$
Retouches commerciales: des images sous leur meilleur	3 jours	960\$	180\$
PDF sans problème!	3 jours	960\$	180\$
Création de sites Web personnalisés avec Wordpress	2 jours	735\$	120\$
Introduction à la couleur et à la spectrophotométrie	2 jours	735\$	120\$
Perfectionnement technique en flexographie	4 jours	1260\$	240\$
Contrôle de la qualité en flexographie	2 jours	735\$	120\$
L'estimation efficace: d'abord une bonne analyse des coûts	1 jour	440\$	60\$
Mélange des couleurs	3 jours	960\$	180\$
Réussir son métier de contremaître	2 jours	735\$	120\$
Le vendeur PRO-actif	4 jours	1260\$	240\$

LA FORMATION DE FORMATEUR EN MILIEU DE TRAVAIL, SOYEZ-Y LE 17.

OBJECTIF Préparer & réaliser des activités de formation en entraînement à la tâche.

DATE ET HEURE 17 avril 2012 de 8h00 à 17h00.

LIEU Drummondville.

PRIX 75\$ taxes incluses (d'une valeur de 300\$).

RABAIS 20% pour entreprise inscrivant + de 4 participants et 30% pour + de 9.

OFFRE SPÉCIALE Gratuit pour les membres de Grafi'com.

REMBOURSEMENT du salaire des participants jusqu'à 20\$/h.

PERSONNE RESSOURCE Cathy Ward, 1-877-387-0788, rh@communicationsgraphiques.org



Comité sectoriel de main-d'œuvre
des communications graphiques
du Québec



LE 15 JUIN ON SE MET SUR NOTRE 31.

RENDEZ-VOUS POUR L'AGA 2012, HÔTEL LE ST-MARTIN, LAVAL

Pour toutes questions ou commentaires ou encore pour afficher une publicité dans l'InFolio, communiquez avec la rédaction au 514-387-0788 poste 428 ou au info@communicationsgraphiques.org.

Éditeur: Comité sectoriel de main-d'œuvre des communications graphiques
Rédactrice en chef: Christine Girard
Graphisme: Christine Girard

Dépôt légal: Bibliothèque nationale du Québec, 2006
Dépôt légal: Bibliothèque nationale du Canada, 2006

Pour nous joindre:
8150 Boul. Métropolitain Est (Bur. 350)
Anjou, Québec, H1K 1A1
Téléphone: 514-387-0788 / 1-877-387-0788
Télécopieur: 514-387-9456
info@communicationsgraphiques.org
www.communicationsgraphiques.org

Cette publication est réalisée grâce au soutien financier de:

Commission
des partenaires
du marché du travail
Québec