

Convention Collective Nationale des commerces de gros (CCN 3044)

L'illettrisme

L'illettrisme

Convention Collective Nationale des commerces de gros
(CCN n° 3044)

Sommaire

L'illettrisme en France..... Se mettre d'accord sur les mots	P. 3
L'illettrisme en France..... Quelques chiffres pour en finir avec les idées reçues	P. 4
Le schéma d'intervention au niveau d'une branche	P. 6
Les clés du succès lorsque l'entreprise est volontaire	P. 8
Les témoignages de branche	P. 10

L'illettrisme en France..... Se mettre d'accord sur les mots

La réponse à un problème d'illettrisme relève de la gestion des compétences au sein de l'entreprise et de la formation et n'est pas une « aide sociale/un coup de main/ pour aider le salarié/pour faire plaisir »

ANCLI – forum permanent des pratiques – région Pays de la Loire

Etre illettré c'est :

Ne pas disposer, **après avoir été scolarisé**, des compétences de base (lecture, écriture, calcul) suffisantes pour faire face de manière autonome à des situations courantes de la vie quotidienne (faire une liste de course, lire une notice de médicaments ou une consigne de sécurité, rédiger un chèque, entrer dans la lecture d'un livre....)

Il s'agit de réapprendre, de renouer avec la culture de l'écrit, et avec les formations de base dans le cadre de la politique de lutte contre l'illettrisme.

Etre analphabète c'est :

N'avoir jamais été scolarisé.

Il s'agit d'entrer dans un premier apprentissage. Ce phénomène est pratiquement éradiqué en France.

On parle du « Français langue étrangère » : pour les nouveaux arrivants dans un pays dont ils ne parlent pas la langue, il s'agit de son apprentissage.

L'illettrisme en France..... Quelques chiffres pour en finir avec les idées reçues

3 100 000 personnes en situation d'illettrisme

Selon l'âge

Plus de la **moitié** des personnes en situation d'illettrisme, soit plus d'1,5 million, est **âgée de plus de 45 ans**. Elles représentent **13%** des personnes qui entrent dans la **tranche d'âge 46-55 ans** et **14%** des personnes qui entrent dans la **tranche d'âge 56-65 ans**.

Selon le sexe

Les **hommes** sont plus nombreux (**59%**) que les **femmes** (**41%**)

Selon le territoire

La **moitié** des personnes **vit dans les zones rurales** ou faiblement peuplées; l'autre moitié vit en zone urbaine. Cela signifie que la politique de lutte contre l'illettrisme ne peut se confondre et se résumer à la seule politique de la ville, mais doit s'organiser sur tous les territoires.

Cependant, dans les **zones urbaines sensibles**, le taux d'illettrisme est de **18%** de l'ensemble de la population, soit le double de la moyenne nationale.

L'illettrisme en France..... Quelques chiffres pour en finir avec les idées reçues

3 100 000 personnes en situation d'illettrisme

Selon la situation professionnelle

Plus de la moitié des personnes en situation d'illettrisme **a un emploi (57%)**.

Cela signifie que **8%** de la population qui **travaille est illettrée**.

Selon la situation familiale

A l'âge de 5 ans, à la maison :

- **74%** des personnes en situation d'illettrisme **parlaient uniquement le français**
- **7%** parlaient une **langue étrangère uniquement**
- **10%** parlaient une **langue régionale uniquement**.

Le schéma d'intervention au niveau d'une branche

1. Un engagement paritaire étayé par un diagnostic partagé

A partir :

- Des Données des bilans de l'emploi et de la formation
- Des Enquêtes réalisées au niveau de la branche
- Des témoignages convergents d'entreprises
- Des statistiques nationales qui ne permettent pas de douter qu'une branche est concernée
- Du Contrat d'études prospectives

2. Définir la stratégie à mettre en place pour optimiser les conditions de faisabilité de la formation de lutte contre l'illettrisme dans les entreprises.

Grâce à :

- Un audit auprès des professionnels de la branche pour identifier les besoins, freins, blocages, conditions de succès, les populations concernées.
- Un partenariat avec les organisations expertes dans le domaine
- Une politique de communication et de sensibilisation validée paritairement

Le schéma d'intervention au niveau d'une branche

3. La volonté de mettre les outils efficaces, appropriés au service des entreprises et des salariés en tenant compte des différents cas de figure

Au niveau :

- Des supports de sensibilisation et d'information émanant de la branche
- Une formation des conseillers de l'OPCA
- Des outils d'identification et de repérage des populations à former adaptables aux différents cas de figure rencontrés dans les entreprises.
- Des matrices de formation ou d'information à destination de l'encadrement intermédiaire
- Des matrices de formation professionnelle « métier » pour les personnes en situation d'illettrisme
- Des dispositions favorables pour le financement de la formation
- Un recensement des organismes de formation aptes à répondre au cahier des charges de la branche

Le schéma d'intervention au niveau d'une branche

4. Les typologies des entreprises

- Des entreprises qui sont dans le déni, elles estiment qu'elles ne sont pas concernées.
- Des entreprises conscientes qu'elles ont des salariés qui ont des problèmes, sans que cela ait jamais été évoqué.
- Des entreprises qui sont susceptibles de s'inscrire dans un tel projet

5. Les profils des salariés

- Des salariés prêts à s'engager dans une démarche de remédiation, même s'ils peuvent avoir peur de se faire connaître.
- Des salariés qui n'ont pas l'intention de s'engager dans la démarche

Les clés du succès lorsque l'entreprise est volontaire

Créer un contexte qui incite à se former

- Il faut banaliser les actions de formation aux savoirs de base pour qu'elles soient perçues comme toute autre action de formation continue. Il faut en faire des formations comme les autres et les rattacher par exemple à la formation sécurité, qualité, gestes et postures.....
- Les expressions et les mots employés sont essentiels pour communiquer avec les salariés concernés et les chefs d'entreprise ou hiérarchiques impliqués. On préférera les termes « formation aux écrits professionnels », « remise à niveau »...
- Il faut communiquer sur une offre de formation ciblée apte à construire les modules de formation en lien avec les situations professionnelles des salariés et tenir compte des orientations des partenaires sociaux.

Identifier les personnes

L'absence de données sur les volumes de salariés relevant de cette problématique est un frein.

Il convient de prendre en compte les différentes situation dans laquelle se trouve l'entreprise. Elle a pu ou non identifier les salariés concernés. Elle peut vouloir limiter la démarche aux seuls salariés pour qui les savoirs élémentaires de base sont immédiatement nécessaires, ou ouvrir la démarche à tous les salariés.

Il est possible de formaliser les méthodes pour identifier les personnes en situation d'illettrisme en s'appuyant par exemple sur des situations de la vie d'entreprise (lutte contre les accidents du travail, démarche qualité, application de nouvelles normes...).

Les clés du succès lorsque l'entreprise est volontaire

Inciter les salariés à se former

- Il faut développer des actions de communication vers les salariés. Des actions incitatives peuvent être menées pour qu'ils s'engagent volontairement dans la formation et se l'approprient.
- Elaborer une offre de formation qui s'appuie sur les situations réelles de travail

Les témoignages de branche

FAF propreté

- Formation sur les écrits professionnels

OPCAM

- Un accord avec l'ANCLI – campagne de sensibilisation auprès des chefs d'entreprises
- Formation des conseillers de l'OPCA – Supports d'information – Capitalisation des résultats des démarches mises en place dans l'entreprise

Habitat Formation

- Engagement paritaire depuis 2003 relancé par une enquête auprès des entreprises en 2005
- Communication sur le site et élaboration d'une plaquette – Partenariat avec l'ANCLI
- Journées de conseil et d'accompagnement financées

OPCA GFC AREF

- Communication sur le site et élaboration d'une plaquette (30 000 exemplaires)
- Campagne en 3 axes :
 - Sensibilisation des chefs d'entreprises
 - Parcours de formation

Les témoignages de branche

OPCA GFC AREF

- Communication sur le site et élaboration d'une plaquette (30 000 exemplaires)
- Campagne en 3 axes :
 - Sensibilisation des chefs d'entreprises
 - Parcours de formation
 - Accompagnement dans les entreprises

FORMAPAP

- Une plaquette, un outil d'apprentissage en e-Learning et avec médiateurs dans l'entreprise, journées d'accompagnement et d'information