

**RÉSULTATS DE L'ENQUÊTE SUR LA PRÉSENCE DU PRIVÉ
DANS LES ÉTABLISSEMENTS D'ENSEIGNEMENT**

Comité école et société

**Présenté au Conseil fédéral
30 novembre, 1^{er} et 2 décembre 2011**

TABLE DES MATIÈRES

1. INTRODUCTION	5
2. LES FONDATIONS.....	10
a) Cégeps.....	11
b) Écoles privées.....	20
c) Universités	25
3. LA FORMATION SUR MESURE	36
a) Cégeps.....	37
4. SERVICES EN SOUS-TRAITANCE	41
5. PUBLICITÉ DANS LES ÉTABLISSEMENTS	49
a) Cégeps.....	49
b) Écoles privées.....	52
c) Universités	55
6. RECHERCHE ET DÉVELOPPEMENT	61
a) Les centres de transfert technologiques.....	61
7. CONCLUSION	71

1. INTRODUCTION

La FNEEQ est depuis longtemps préoccupée par la place grandissante que prend le secteur privé dans l'éducation. Selon les principes de l'économie néolibérale, l'éducation est un domaine comme les autres qui doit être soumis aux lois du marché : voilà qui ne correspond certainement pas aux valeurs que nous défendons!

De nombreuses expériences à l'étranger ont montré jusqu'où cette vision pouvait mener. Des plans d'ajustements structurels dans les pays du Sud et des plans d'austérité dans les pays du Nord ont réduit considérablement les budgets publics de l'éducation et accordé une plus grande place au privé. Des cours et des programmes de formation s'intègrent dans une économie basée sur l'importation et l'exportation et s'échangent comme des marchandises. Des chaînes d'universités privées, offrant souvent des cours de qualité réduite, se sont développées. Dans un monde de l'éducation désormais ouvert à la concurrence, de nombreux établissements luttent pour aller chercher une même clientèle lucrative, notamment dans les pays en développement. Dans certains pays, comme aux États-Unis, on évalue les enseignants à la performance et on cherche à se débarrasser de ceux dont les résultats ne seraient pas à la hauteur. Les grandes entreprises s'infiltrèrent dans les écoles, tant par la publicité, par du matériel pédagogique qu'elles conçoivent, par la mise en marché de tests standardisés ainsi que par leur administration, ou par des dons de puissantes fondations. D'autres genres de liens avec le milieu de l'éducation sont aussi possibles, témoin cette récente saga entre le cégep Marie-Victorin et l'Impact de Montréal, concernant la cession de l'usage de terrains appartenant au collège en retour d'investissements immobiliers.

De nombreux problèmes sont liés à la place grandissante de l'entreprise privée en éducation. Outre l'évidente marchandisation du savoir qui en découle, la privatisation de l'éducation s'accompagne d'une dérive du rôle de l'État, dont la responsabilité devient peu à peu supplétive. Écoles et établissements d'enseignement supérieur sont conviés à la course

au financement parallèle, avec ce que cela comporte d'instabilité, d'injustices potentielles et de perversion de la reddition de comptes.

Pour des raisons diverses, dont une syndicalisation très importante des enseignantes et enseignants, le Québec échappe pour le moment à de trop flagrantes offensives. Mais nous ne sommes pas à l'abri de semblables mesures ; de nombreux précédents à l'étranger, malgré leurs conséquences déplorables, nous sont souvent montrés comme des exemples à suivre.

Lors du dernier congrès de la FNEEQ, plusieurs membres se sont inquiétés de cette vision mercantile de l'éducation. Dans un atelier intitulé *Pour une éducation publique de qualité*, un débat animé sur le sujet a permis de constater que plusieurs participantes et participants jugeaient que la privatisation de notre système d'éducation était un problème important, mais qu'il demeurerait difficile d'en évaluer l'ampleur. Plusieurs ont apporté des témoignages inquiétants, qui montraient une intrusion réelle de l'entreprise privée dans les écoles. Cette part du privé était vue à la fois comme *exogène*, c'est-à-dire que l'entreprise privée s'introduit bel et bien dans les écoles, et comme *endogène*, c'est-à-dire que les écoles en viennent à adopter le fonctionnement des entreprises privées.

Mais ces constatations partielles ne donnent pas un véritable portrait de la situation et peuvent parfois même être trompeuses. Si bien qu'il semblait nécessaire d'obtenir un portrait plus précis de la situation. Le comité école et société a donc été mandaté « *pour procéder à un état des lieux relativement aux intrusions endogènes et exogènes déjà effectives dans nos institutions d'éducation* », première partie d'un mandat qui visait aussi à « *dégager un plan d'action afin de les contrer.* »

Cette tâche était considérable. Les intrusions du privé dans nos établissements d'éducation sont multiples, complexes et souvent difficiles à saisir, étant d'ailleurs la plupart du temps présentées comme allant de soi. Ce travail impliquait non seulement le comité – qui devait trouver l'angle d'approche, cerner les problématiques, concevoir une enquête et une

méthodologie, compiler les données et les analyser – mais aussi l'ensemble des syndicats de la FNEEQ qui, eux seuls, pouvaient fournir l'information et les données recherchées.

Nous avons conçu une enquête qui ciblait quatre aspects de la question : les fondations, la formation sur mesure, les services en sous-traitance et la publicité. En cours de route, nous avons aussi recueilli quelques informations sur les centres de transfert technologique, qui nous sont apparus comme un aspect important à aborder. Devant la privatisation, les trois regroupements de la FNEEQ vivent des réalités souvent semblables, mais certaines différences sont aussi importantes. Nous avons ainsi adapté nos questionnaires en conséquence. Ces derniers étaient volumineux et demandaient un travail considérable pour y répondre. Nous remercions chaleureusement les syndicats qui l'ont accompli.

Le portrait qui suit de la présence du privé dans les établissements collégiaux, universitaires et privés se fonde donc sur une enquête faite à l'automne 2010 parmi les syndicats de la Fédération. Vingt-huit des 47 syndicats du regroupement collégial ont répondu à notre enquête ; il s'agit d'un taux de réponse d'environ 60 %. Pour le secteur privé, 15 des 34 syndicats ont répondu au questionnaire (44 %). Dans le regroupement des universités, 4 syndicats sur 9 ont rempli le questionnaire.

La compilation des données a été une tâche exigeante. Notre questionnaire très précis sur certains aspects — par exemple en ce qui concerne la sous-traitance — nous obligeait à gérer un nombre important de chiffres et d'informations. Une façon peu uniforme de répondre aux questions — causée par la difficulté des répondeurs à aller chercher certaines données — a compliqué le cumul des informations.

Malgré ces difficultés, nous considérons que le résultat de l'enquête, sans déboucher sur la vision exhaustive qui avait été notre objectif initial, permet d'obtenir un portrait significatif de la place du privé dans nos établissements. Si notre étude révèle que le privé s'est bel et bien incrusté dans la plupart de nos établissements scolaires. Les résultats ne sont pas aussi tranchés que nous l'avions imaginé. La privatisation de l'éducation fait face à de solides

résistances, si bien que le portrait est mitigé, ce qui nous donne aussi de bonnes raisons d'espérer. Notre résistance à la privatisation n'est pas que théorique, elle a aussi donné des résultats qui nous permettent de constater que la privatisation est aujourd'hui, à certains égards, relativement balisée.

Le présent document présente en détail les résultats de notre enquête. Ils figurent dans chaque section dans des tableaux, dont l'organisation peut différer un peu de celle de l'enquête initiale pour faciliter la lecture des résultats. Nous avons commenté brièvement les résultats après chaque section.

L'enquête nous a permis de constater l'importance des fondations et les montants élevés que plusieurs d'entre elles réussissent à amasser. En ce qui concerne la formation sur mesure, elle est surtout donnée à des organismes gouvernementaux, ce qui ne nous apparaît pas particulièrement préoccupant. Sans être absolument systématique, la sous-traitance est pratiquée dans les établissements et ce dans plusieurs secteurs, particulièrement dans celui des cafétérias, qui ouvrent leurs portes à des entreprises multinationales. Pour ces deux derniers domaines, un pourcentage élevé de « pas de réponse » ou de « ne s'applique pas » nous a cependant empêché d'arriver à un résultat plus concluant. La publicité quant à elle, bien que souvent présente, semble sous contrôle, surtout dans les écoles secondaires où elle est interdite par la *Loi sur la protection des consommateurs*.

Trois autres formes de présence du secteur privé dans l'éducation ont été ensuite évoquées : celle des grandes fondations (différentes des fondations institutionnelles), celle des centres de transfert technologique dans les cégeps et celle des liens entre la recherche et l'entreprise privée, dans les universités. Le lecteur comprendra que ces sujets sont très brièvement esquissés aux seules fins de compléter le portrait d'ensemble de la situation, et que nous n'en avons absolument pas fait une analyse exhaustive, ce qui aurait largement débordé le cadre du mandat. Il importe également de signaler, par souci de transparence, les limites de cette enquête, limites dont nous sommes conscients. Nous n'avons pas pu, par

exemple, valider l'ensemble des réponses reçues. Également nous avons fait le choix de ne pas recourir à une firme externe ; l'économie générale de l'exercice que nous avons fait nous indique cependant que, si la Fédération voulait se servir de semblables résultats à d'autres fins qu'à celles de débats internes, le recours à une expertise externe serait sans doute approprié.

La seconde partie de la recommandation du Congrès de 2009, soit de « *dégager un plan d'action afin de les contrer* », nous apparaît s'être concrétisée, au cours de l'actuel mandat, dans l'engagement fédéral dans les campagnes de la *Coalition opposée à la tarification et à la privatisation des services publics* (particulièrement contre la hausse des droits de scolarité) et dans la participation de la FNEEQ à la *Semaine pour l'école publique*. Il reste bien sûr beaucoup de travail à faire et cette tâche importante, aux nombreux aspects politiques, sera certainement partie des discussions du prochain congrès. Le présent rapport, nous l'espérons, pourra constituer un apport utile qui permettra de réfléchir aux meilleures stratégies à adopter. Nous espérons qu'il puisse déclencher un riche débat.

2. LES FONDATIONS

Voici les questions qui ont été utilisées dans l'enquête. Notons que certaines d'entre elles ont pu être ajustées selon les regroupements.

- Q.1. Y-A-T-IL UNE FONDATION DANS VOTRE ÉTABLISSEMENT ?**
- Q.2 CETTE FONDATION A ÉTÉ CRÉÉE EN QUELLE ANNÉE ?**
- Q.3 QUELLE EST SA MISSION OFFICIELLE ?**
- Q.4 QUELS SONT LES PRINCIPAUX PROGRAMMES DE VOTRE FONDATION ?
QUELLE PROPORTION DES SOMMES EST ALLOUÉE À CHACUN DE CES PROGRAMMES ?**
- Q.5 COMBIEN Y A-T-IL D'EMPLOYÉS PERMANENTS QUI Y TRAVAILLENT ?**
- Q.6 COMBIEN D'ARGENT VOTRE FONDATION A-T-ELLE RECUEILLI AU COURS DE LA DERNIÈRE ANNÉE (2008-2009) ?**
- Q.7 D'OÙ PROVIENNENT LES CONTRIBUTIONS ET DANS QUELLE PROPORTION ?**
- Q.8 À COMBIEN S'ÉLÈVE LE FONDS ACTUEL (AUTOMNE 2010) DE VOTRE FONDATION ?**
- Q.9. EST-CE QUE LE SYNDICAT DES PROFESSEURS CONTRIBUE À LA FONDATION ?**
- Q.10 QUELLE EST LA COMPOSITION DU CONSEIL D'ADMINISTRATION DE VOTRE FONDATION ET LE NOMBRE DE REPRÉSENTANTS DES DIFFÉRENTS SECTEURS ?**
- Q.11 QUELLE EST LA COMPOSITION DU COMITÉ DE SÉLECTION DES PROJETS SOUMIS À LA FONDATION ET LE NOMBRE DE REPRÉSENTANTS DES DIFFÉRENTS SECTEURS ?**

ABRÉVIATIONS :

NAP Ne s'applique pas

PDR Pas de réponse

a) Cégeps (28 répondants)

Présences des fondations

TOTAL	28	100 %
Oui	26	94 %
Non	2	6 %

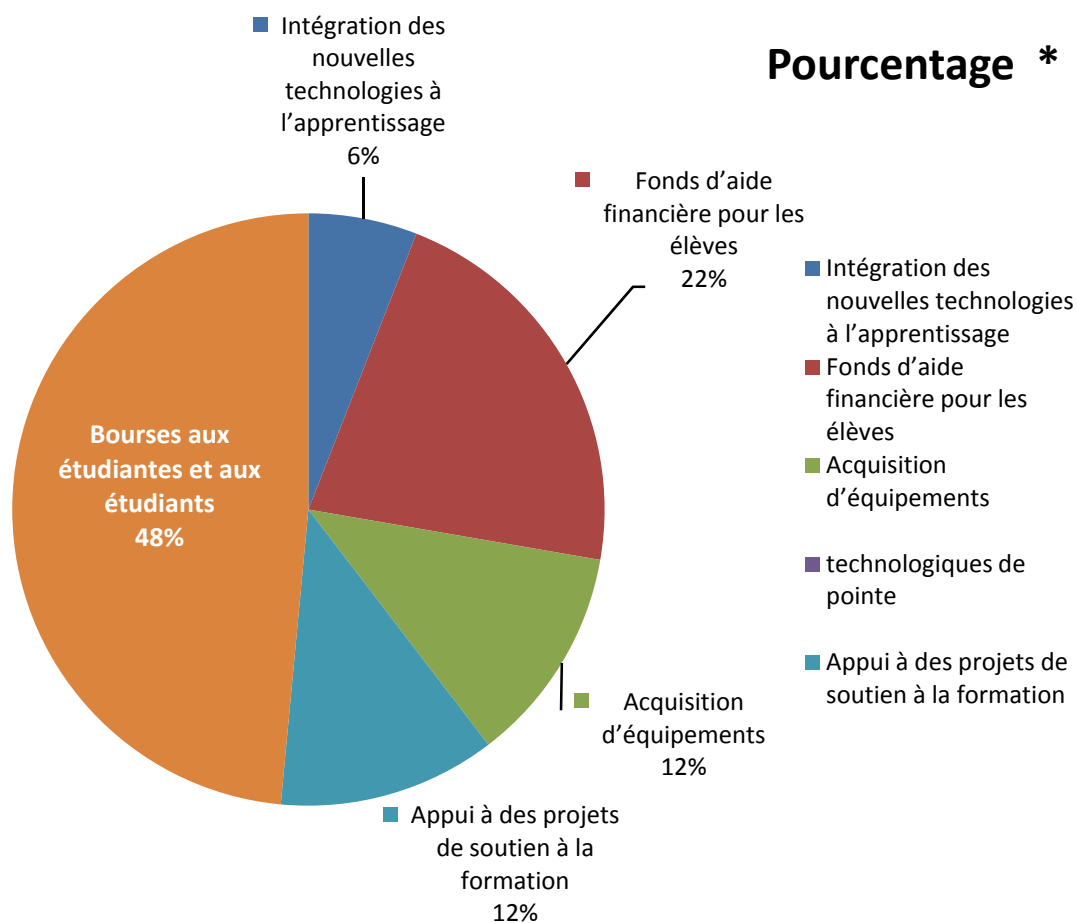
Année de fondation et mission officielle

CÉGEP	NOMBRE D'ÉTUDIANTS	ANNÉE	MISSION
ABITIBI-TÉMISCAMINGUE	2 700	2009	▪ raffermir sa présence dans le milieu
AHUNTSIC	7 400	1991	▪ appui aux étudiants
ALMA	1 300	1975	▪ développement et promotion des intérêts du collège
ANDRÉ-LAURENDEAU	2 300	1995	▪ soutien aux élèves
BAIE-DES-CHALEURS	250	2002	▪ promouvoir l'éducation des jeunes ▪ aider ▪ sensibiliser ▪ favoriser l'accès ▪ soutenir la mission du collège
CHAMPLAIN-ST-LAMBERT	4 500	1986	▪ soutien à la réussite, développement citoyen informé et responsable
CHICOUTIMI	2 700	1997	▪ soutenir des projets éducatifs
DAWSON	7 000	2006	▪ soutenir la mission du collège
HERITAGE	1 100	1985	▪ promouvoir ▪ développer ▪ améliorer les opportunités d'études
JOHN-ABBOTT	5 600	1999	▪ soutenir la mission du collège + <i>statement of purpose</i>
JOLIETTE	2 900	1993	▪ soutien aux étudiants-bourses ▪ TIC
JONQUIÈRE	3 200	1992	▪ contribuer aux projets d'études et de recherche des gens de la région (Asselin) ▪ favoriser la création et le maintien d'emplois ▪ soutenir financièrement les diplômés qui désirent créer ou développer leur entreprise (JFP)
LÉVIS-LAUZON	3 000	1991	▪ soutenir l'éducation, les arts et les sports ▪ promouvoir la mission du collège
LIMOILLOU	6 500	2002	▪ soutenir et aider les étudiants
LIONEL-GROULX	5 000	1989	▪ soutenir les initiatives académiques et parascolaires des étudiants
MARIE-VICTORIN	3 800	1982	▪ soutenir les projets privilégiant la créativité et l'innovation

Enquête sur la présence du privé dans les établissements d'enseignement

CÉGEP	NOMBRE D'ÉTUDIANTS	ANNÉE	MISSION
MONTMORENCY	6 300	1985	<ul style="list-style-type: none"> ▪ soutenir la mission éducative du collège ▪ offrir une formation de pointe
OUTAOUAIS	5 000	2006	<ul style="list-style-type: none"> ▪ soutenir les étudiants ▪ développement du collège
ROSEMONT	3 500	PDR	<ul style="list-style-type: none"> ▪ soutenir des activités de recherche et d'expérimentation pédagogiques ▪ développer la collaboration et le partenariat avec le milieu ▪ favoriser les activités étudiantes ▪ faciliter l'accès aux études ▪ promouvoir et développer une éducation de qualité
SAINT-FÉLICIEN	900	1996	<ul style="list-style-type: none"> ▪ soutenir les étudiants dans leurs études
SHAWINIGAN	1 200	1993	<ul style="list-style-type: none"> ▪ subventionner les initiatives de développement du collège
SHERBROOKE	6 500	1990	<ul style="list-style-type: none"> ▪ promouvoir l'avancement de l'éducation ▪ soutenir les initiatives novatrices ▪ encourager la réussite scolaire
ST-LAURENT	3 300	1995	<ul style="list-style-type: none"> ▪ soutenir financièrement les étudiants ▪ soutenir des projets parascolaires
TROIS-RIVIÈRES	4 400	1979	<ul style="list-style-type: none"> ▪ promouvoir l'avancement de l'éducation ▪ soutenir les activités de développement du collège ▪ soutenir financièrement les étudiants
VANIER	6 300	1982	<ul style="list-style-type: none"> ▪ soutient la mission du collège d'innover en enrichissant l'expérience éducative et la diversité de la communauté

Répartition des sommes allouées aux principaux programmes*

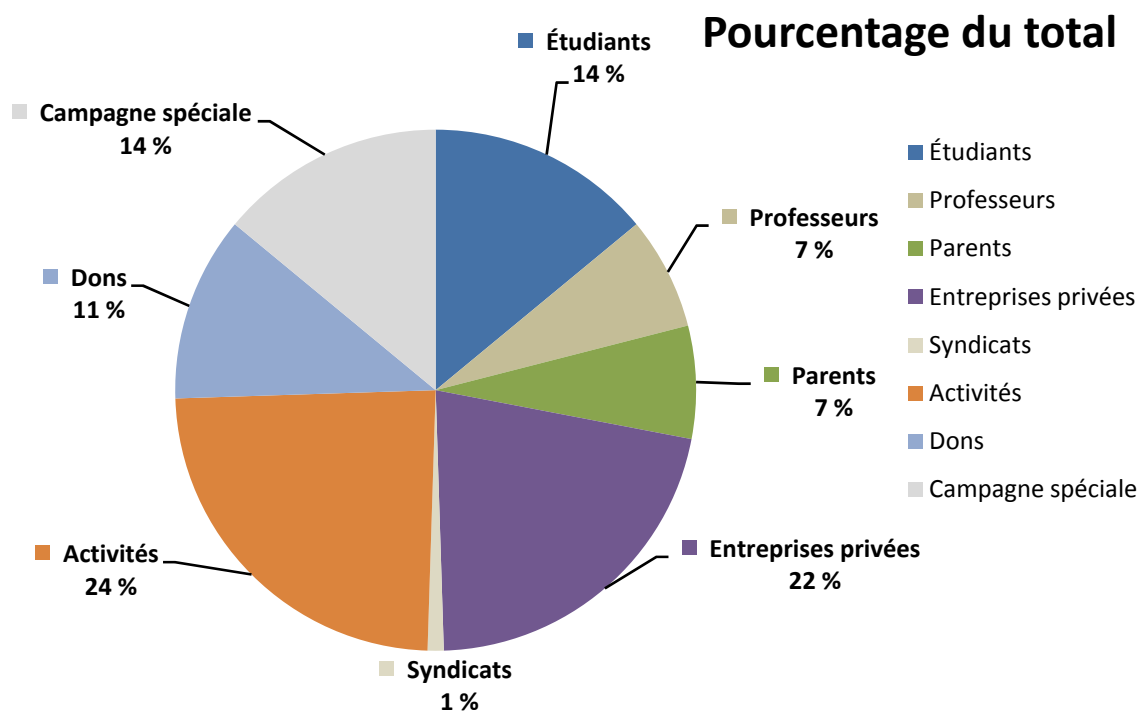


* Un répondant sur deux n'a pas pu nous renseigner sur cette répartition.

Taille des fondations

CÉGEP	NOMBRE D'EMPLOYÉS PERMANENTS	SOMMES RECUEILLIES EN 2008	FONDS ACTUEL
Abitibi-Témiscamingue	1	PDR	725 000 \$
Ahuntsic	2	160 000 \$	182 000 \$
Alma	0	intérêts	900 000 \$
André-Laurendeau	1	180 000 \$	0
Baie-Des-Chaleurs	0	150 000 \$	500 000 \$
Champlain-St-Lambert	0	70 000 \$	PDR
Chicoutimi	1	35 000 \$	PDR
Dawson	0	PDR	PDR
Heritage	0	1 200 \$	110 000 \$
John-Abbott	2	390 000 \$	0
Joliette	1	100 000 \$	1 600 000 \$
Jonquière	1	185 000 \$	600 000 \$
Lévis-Lauzon	0,5	130 000 \$	1 000 \$ 000 \$
Limoilou	1	575 000 \$	1 250 000 \$
Lionel-Groulx	1	240 000 \$	PDR
Marie-Victorin	0	140 000 \$	PDR
Montmorency	2	410 000 \$	1 500 000 \$
Outaouais	1	4 700 \$	0
Rosemont	PDR	16 000 \$	PDR
Saint-Félicien	0	70 000 \$	1 100 000 \$
Shawinigan	1	90 000 \$	125 000 \$
Sherbrooke	2	PDR	2 500 000 \$
St-Laurent	1	75 000 \$	100 000 \$
Trois-Rivières	2	300 000 \$	550 000 \$
Vanier	0	142 000 \$	230 000 \$

Provenance des contributions



Contribution du syndicat

TOTAL	28	100 %
Oui	3	11 %
Non	22	85 %
PDR	1	4 %
NAP	2	0 %

Composition du conseil d'administration du comité de sélection

CÉGEP	Nombre total		Professeurs		Étudiants		Cadres		Fondation		Communauté		Entreprise privée		Autres	
	CA	Sélection														
Abitibi-Témiscamingue	12	5	0	0	0	1	1	0	0	1	0	2	9	0	2	1
Ahuntsic	10	5	3	1	0	1	0	1	0	1	4	0	0	1	3	0
Alma																
André-Laurendeau	10	2	1	1	0	0	2	1	1	1	6	2	0	0	0	0
Baie-Des-Chaleurs	15	13	0	0	2	2	1	8	0	1	1	0	4	0	7	2
Champlain-St-Lambert	2		1		0		6		0		3		2		1	
Chicoutimi	16	8	1	1	1	1	1	1	1	1	6	1	4	1	2	2
Dawson	3	1	0	0	0	0	2	1	0	0	1	0	0	0	0	0
Heritage	6	4	2	1	1	0	1	1	0	0	2	1	0	0	0	1
John-Abbott	14	1	0	0	1	0	2	1	1	0	1	0	8	0	1	0
Joliette	3	2	2	4	1	1	1	0	1	0	8	0	2	0	0	0
Jonquière	12	8	0	1	0	0	1	0	2	1	1	0	5	3	3	3
Lévis-Lauzon	12	11	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	5	5	0
Limoilou	13	5	0	0	0	0	3	1	2	1	0	1	8	2	0	0
Lionel-Groulx	12	5	0	1	0	1	2	1	0	1	1	0	9	1	0	0
Marie-Victorin	3	7	0	1	0	1	1	4	0	1	0	0	0	0	2	0
Montmorency	22	7	0		0		2		1		1		18		0	
Outaouais	14	5	1	0	0	1	2	1	1	0	1	2	5	0	4	1
Rosemont	12	4	1	1	1	0	2	6	0	0	3	3	5	2	0	1
Saint-Félicien	15	4	1	1	1	0	1	2	0	0	8	0	3	0	1	1
Shawinigan	15	7	1	2	1	1	2	1	0	1	2	0	5	0	4	2
Sherbrooke	18		2		1		2		1		0		9		3	
St-Laurent	12		1		0		2		0		0		3		6	
Trois-Rivières	13		0		1		3		0		0		9		0	
Vanier	3		2		1		2		0		2		1		0	
MOYENNE	11	5,3	0,8	0,8	0,5	0,5	1,8	1,7	0,5	0,5	2,2	0,7	4,6	0,7	1,8	0,7

Quelques constats

Force est de constater que, dorénavant, la quasi-totalité des cégeps dispose d'une fondation. La valeur des fonds capitalisés ou consolidés varie beaucoup (de 100 000 \$ à 2,5 M \$), tout comme celle des sommes recueillies annuellement (de 1 200 \$ à 575 000 \$).

Il est difficile d'expliquer ces écarts importants entre les différentes fondations. Le fonds capitalisé ne semble aucunement proportionnel à la taille des cégeps : le cégep d'Alma, de taille modeste, possède un fonds de 900 000 \$, alors que celui de la fondation du cégep Ahuntsic, six ou sept fois plus gros, s'élève à 182 000 \$. Certains facteurs pourraient expliquer ces différences : les ressources investies pour recueillir des dons, le potentiel « financier » du milieu environnant et le fait d'utiliser ou non une partie du fonds capitalisé.

Il est difficile d'identifier clairement la provenance d'une grande proportion des contributions, surtout si les sommes recueillies le sont à la faveur de campagnes spéciales ou d'activités-bénéfices. En moyenne, les campagnes spéciales rapportent 14 % de l'ensemble, les dons 11,5 % et les activités de financement, 24 %. Environ 21,5 % des contributions proviennent des entreprises privées, 21 % proviennent des étudiants et des professeurs. La différence proviendrait de la contribution des parents (environ 7 %).

Si l'énoncé des missions varie aussi beaucoup d'un collège à l'autre, il s'agit le plus souvent de soutenir financièrement le collège dans l'accomplissement de sa mission. Officiellement, la moitié (environ 49 %) des sommes sont distribuées pour des bourses aux étudiantes et aux étudiants, alors qu'environ 18 % des sommes recueillies est utilisé pour l'achat d'équipement.

Il faut cependant être très prudent à ce chapitre. Certaines fondations redistribuent annuellement la majeure partie, ou même la totalité, des sommes recueillies. Lorsqu'on compare, pour certaines fondations, les sommes recueillies annuellement avec la valeur du fonds, on peut se demander pourquoi ce dernier n'est pas plus élevé. Tout porte à croire qu'une bonne partie des souscriptions annuelles est dédiée à un objectif particulier (un

achat d'équipement ou la complétion d'un investissement immobilier, par exemple) et que le cas échéant, la proportion représentée par les bourses distribuées pourrait être plus petite.

Le conseil d'administration de la fondation est composé en moyenne de 11 personnes. Le secteur de l'entreprise privée est le plus fortement représenté (4,6 sur 11) ; 10 fondations sur 26 n'ont aucun professeur et 12 fondations n'ont aucun étudiant sur leur conseil d'administration.

En moyenne, il y a 5,3 personnes siégeant au comité de sélection des projets (de 1 à 13 personnes) ; les cadres du collège y sont les mieux représentés. Sept comités sur 24 n'ont aucun professeur en leur sein ; l'entreprise privée est peu présente à ce niveau.

Un exemple concret : La Fondation Asselin du Cégep de Jonquière Inc.

Créée en 1969 et nommée en l'honneur du père Pierre-Paul Asselin dernier recteur du Collège classique, la mission initiale de cette Fondation a toujours été de contribuer aux projets d'études et de recherche de gens de la région du Saguenay/Lac St-Jean par l'octroi de bourses d'études et de recherche. Toutefois, en 2002, sa mission s'élargit et son nom est changé. Devenue la *Fondation Asselin du Cégep de Jonquière Inc.*, elle octroie désormais, grâce à sa campagne spéciale de financement, des subventions directes aux activités du Cégep de Jonquière. Au 31 août 2009, ses soldes de fonds¹ s'élevaient à tout près de 3 000 000 \$.

Le fonds perpétuel

Le fonds initial de 1 million de \$ a été légué par les pères Oblats lorsque ceux-ci ont vendu au Gouvernement du Québec la bâtisse du Collège classique qui deviendrait le Cégep de Jonquière. Au 31 août 2009, ce fonds était de 1 885 589 \$ dont 900 000 \$ est inaliénable. Une proportion de 20 % est destinée à l'attribution de bourses étudiantes et de subventions à des organismes régionaux dont la vocation est orientée vers l'avancement de l'éducation. De la sorte, en 2008-2009 la Fondation a distribué un peu moins de 23 000 \$ à 12 étudiants et 6 organismes. Depuis 2008, elle accepte les formes de dons planifiés suivantes: don de titres cotés en bourse, don d'une police d'assurance-vie et don d'un REER.

La campagne de financement 2004-2009

En 2002, suite à son changement de nom et à l'élargissement de sa mission, la Fondation embauche une directrice générale à temps plein et prépare, sous la présidence d'honneur de Lucien Bouchard, une campagne de financement sur 5 ans dont l'objectif est d'amasser 1,5 million \$. Cet objectif sera largement dépassé puisque l'exercice a permis d'amasser 5 millions \$, dont 2,5 M \$ en argent et 2,5 M \$ en services et en équipements.

Le but de cette campagne majeure est : « d'apporter une valeur ajoutée à la gamme des programmes, des activités et des services destinés d'abord et avant tout aux élèves du Cégep, mais elle appuiera aussi l'engagement et le développement professionnel du personnel de l'institution. », ² lequel personnel a contribué monétairement à cette campagne pour 40 %, les étudiantes et étudiants à 10 % alors que les entreprises privées ont contribué à 50 %.

Grâce à ce fonds, la Fondation a versé 926 703 \$ au Cégep de Jonquière en 2008-2009, soit 750 000 \$ pour la construction du nouveau pavillon en Art et technologie des médias (ATM) ³ et 176 703 \$ en subventions à des projets liés à l'un ou l'autre des trois autres secteurs identifiés prioritaires : la recherche (\pm 55 000 \$), les technologies éducatives (\pm 59 000 \$), l'internationalisation de la formation (\pm 45 000 \$). En tout, ce seront une douzaine d'enseignantes et d'enseignants qui bénéficieront de libérations (\pm 3 ETC) et des départements qui recevront de l'équipement pour des projets de stages, de recherche ou d'aide à la réussite. La Fondation a distribué des montants similaires tout au long de la campagne de financement. Toutefois, elle a épuisé son budget pour le secteur des communications en 2008-2009, alors que les travaux de construction et de renouvellement des équipements pour le programme ATM étaient pleinement réalisés.

¹ (Fonds d'administration, fonds perpétuel et le fonds de la campagne de financement).

² À la rencontre du savoir et de l'innovation, Campagne de financement, Cégep de Jonquière, p.6.

³ Le reste des coûts de ce bâtiment provenait d'une subvention du MELS.

b) Écoles privées (15 répondants)

Présence des fondations

TOTAL	15	100 %
Oui	13	87 %
Non	2	13 %

Année de fondation et mission officielle

ÉCOLE	NOMBRE D'ÉTUDIANTS	ANNÉE	MISSION
ANDRÉ-GRASSET	1 150	1983	▪ soutien financier aux élèves
CENTRE D'INTÉGRATION SCOLAIRE	225	PDR	▪ PDR
CHAMPAGNEUR	350	1984	▪ soutenir le développement du collège
CHICOUTIMI	760	NAP	▪ NAP
ESTHER-BLONDIN	1 200	1998	▪ soutien financier aux élèves
JEAN-DE-BRÉBEUF	1 600	PDR	▪ recevoir, maintenir et utiliser des fonds qui permettront au Collège de poursuivre son œuvre
LÉVIS	940	1977	▪ supporter le développement du collège, soutenir financièrement les élèves
MONT ST-LOUIS	1 400	PDR	▪ achat d'équipement scolaire
MONT-ROYAL	530	NAP	▪ NAP
NOTRE-DAME-DE-LOURDES	950	PDR	▪ infrastructures du collège
REGINA ASSUMPTA	2 200	PDR	▪ soutien financier aux élèves- aide aux enfants handicapés -amélioration des services aux élèves
SAINTE-JOSEPH DE SAINT-HYACINTHE	1 400	1995	▪ soutien financier aux élèves
SAINTE-SACREMENT	700	2001	▪ aider financièrement les élèves
SALÉSIE	700	1989	▪ soutien financier aux élèves, infrastructures du collège
TRÈS-SAINTE-TRINITÉ	835	2000	▪ soutenir financièrement des projets étudiants

Types de programmes soutenus par les fondations

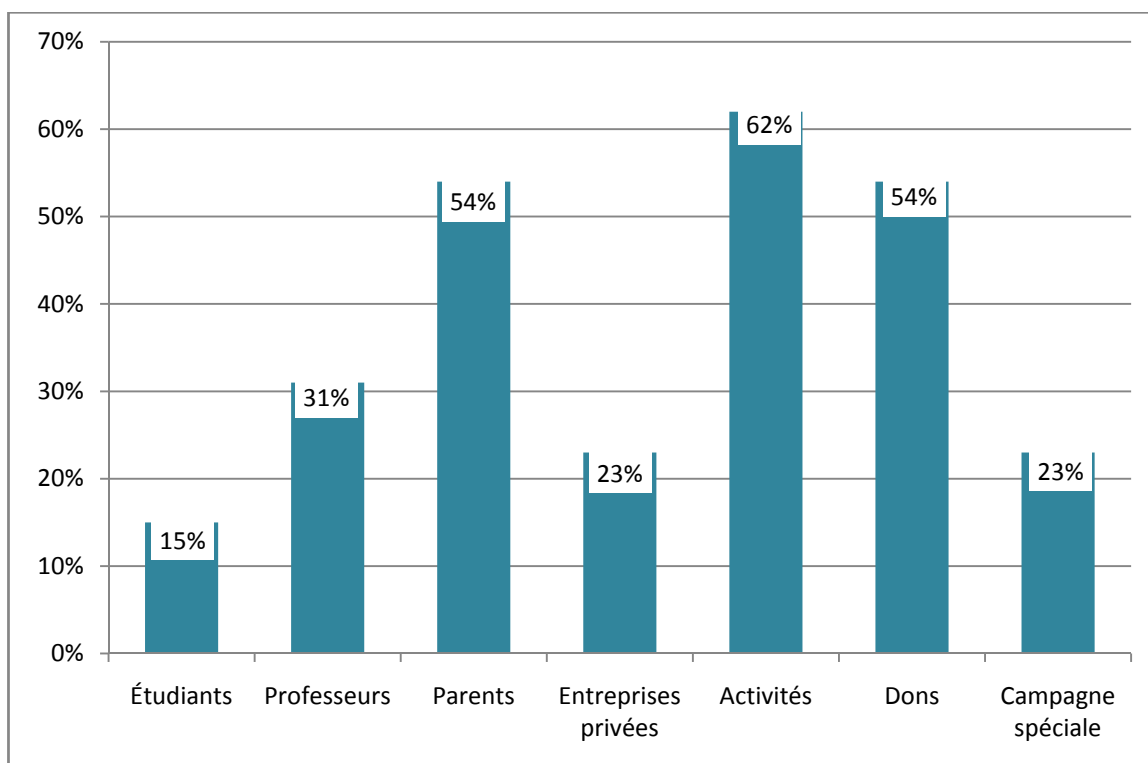
Programme	OUI	NON	PDR
Intégration des nouvelles technologies à l'apprentissage	4	9	0
Fonds d'aide financière pour les élèves	10	3	0
Acquisition d'équipements technologiques de pointe	8	5	0
Appui à des projets de soutien à la formation	1	12	0
Bourses pour la promotion des études	2	11	0
Bourses de mérite et d'excellence	7	6	0
Autres : infrastructure (bibliothèque, équipement sportif, auditorium, etc.)	5	6	2

Taille des fondations

ÉCOLE	NOMBRE D'EMPLOYÉS PERMANENTS	SOMMES RECUEILLIES EN 2008	FONDS ACTUEL
ANDRÉ-GRASSET	2	108 000 \$	685 000 \$
CENTRE D'INTÉGRATION SCOLAIRE	0	PDR	PDR
CHAMPAGNEUR	0	15 000 \$	0 \$
CHICOUTIMI	NAP	NAP	NAP
ESTHER-BLONDIN	0	15 000 \$	500 000 \$
JEAN-DE-BRÉBEUF	2	PDR	PDR
LÉVIS	1	PDR	PDR
MONT ST-LOUIS	0	100 000 \$	PDR
MONT-ROYAL	NAP	NAP	NAP
NOTRE-DAME-DE-LOURDES	PDR	50 000 \$	0 \$
REGINA ASSUMPTA	0	PDR	PDR
SAINT-JOSEPH DE SAINT-HYACINTHE	1	300 000 \$	PDR
SAINT-SACREMENT	0	30 000 \$	PDR
SALÉSIEEN	1	117 000 \$	PDR
TRÈS-SAINTE-TRINITÉ	0	50 000 \$	0 \$

Provenance des contributions

Pourcentage des répondants signalant des contributions pour chaque catégorie



Composition du conseil d'administration du comité de sélection

ÉCOLE	Nombre total		Professeurs		Étudiants		Cadres		Fondation		Communauté		Entreprise privée		Autres	
	CA	Sélection														
	15	15														
ANDRÉ-GRASSET	8	8	0	0	0	0	1	1	1	1	0	0	0	0	6	6
CENTRE D'INTÉGRATION SCOLAIRE	PDR	PDR	0	PDR	0	PDR	1	PDR	0	PDR	0	PDR	1	PDR	0	PDR
CHAMPAGNEUR	9	9	4	4	0	0	1	1	0	0	0	0	2	2	2	2
CHICOUTIMI	NAP	NAP	NAP	NAP	NAP	NAP	NAP	NAP	NA P	NAP	NA P	NAP	NA P	NAP	NAP	NAP
ESTHER-BLONDIN	6	6	1	1	0	0	1	1	0	0	1	1	3	3	0	0
JEAN-DE-BRÉBEUF	9	PDR	0	PDR	0	PDR	1	PDR	1	PDR	0	PDR	7	PDR	0	PDR
LÉVIS	9	9	1	1	0	0	1	1	1	1	3	3	3	3	0	0
MONT ST-LOUIS	7	PDR	1	PDR	0	PDR	2	PDR	0	PDR	0	PDR	0	PDR	4	PDR
MONT-ROYAL	NAP	NAP	NAP	NAP	NAP	NAP	NAP	NAP	NA P	NAP	NA P	NAP	NA P	NAP	NAP	NAP
NOTRE-DAME-DE-LOURDES	PDR	PDR	0	0	0	0	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1
REGINA ASSUMPTA	PDR	PDR	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1
SAINTE-JOSEPH DE SAINT-HYACINTHE	12	4	2	0	0	0	2	1	0	3	3	0	5	0	0	0
SAINTE-SACREMENT	PDR	PDR	PDR	PDR	PDR	PDR	PDR	PDR	PDR	PDR	PDR	PDR	PDR	PDR	PDR	PDR
SALÉSIEEN	9	PDR	0	PDR	0	PDR	1	PDR	2	PDR	0	PDR	2	PDR	4	PDR
TRÈS-SAINTE-TRINITÉ	10	10	0	0	0	0	2	2	0	0	0	0	0	0	8	8

Quelques constats

La grande majorité des établissements du secteur privé ont également une fondation. Le seul établissement qui n'aurait pas de fondation est le Séminaire de Chicoutimi (760 élèves).

Conformément à leur mission, le programme le plus important est celui de l'aide financière aux élèves et le second, celui des infrastructures. Plusieurs fondations investissent dans l'achat d'équipement informatique et audiovisuel, mais nous ne disposons pas des données pour établir la proportion des fonds accordés à ce type de programme.

Comme pour le secteur collégial, il ne nous est pas possible d'identifier clairement la provenance d'une grande partie des contributions (dons, activités-bénéfices et campagne spéciale) ; 23 % des contributions proviennent des entreprises privées. Contrairement au niveau collégial, une grande proportion des sommes recueillies provient des professeurs et des parents. Cependant, ici aussi, plusieurs fondations ont dépensé davantage que les sommes recueillies et ont probablement dû puiser dans leur fonds capitalisé.

Le conseil d'administration de la fondation est composé en moyenne de 9 personnes. Le secteur de l'entreprise privée est le plus fortement présent (32 %). Le tiers des membres du conseil d'administration sont d'une provenance « autre », qui souvent n'est pas précisée. Il s'agirait principalement d'anciens élèves de l'établissement, qui pourraient dans plusieurs cas être associés à l'entreprise privée ; 10 % des membres du conseil sont des professeurs.

En moyenne, il y a sept personnes siégeant au comité de sélection des projets (de 4 à 10 personnes). Quarante pour cent des membres de comités de sélection proviennent de la catégorie « autres ». Il s'agirait principalement d'anciens diplômés de l'établissement. Les professeurs représentent 13 % des membres et les personnes en provenance de l'entreprise privée, 22 %.

c) Universités (4 répondants)

Note : La cueillette de données dans les universités, compte tenu de la complexité des structures, présente des difficultés particulières. Cependant, les informations obtenues nous apparaissent intéressantes.

Présence des fondations

Selon nos informations, toutes les universités disposent d'une fondation.

Année de fondation et mission principale

UNIVERSITÉ	NOMBRE D'ÉTUDIANTS	ANNÉE	MISSION
Université du Québec à Chicoutimi	6 200	1969	▪ Soutenir le développement de l'UQAC
Université du Québec en Outaouais	5 600	1987	▪ Promotion de l'UQO, philanthropie
Université Laval	38 700	1966	▪ Soutenir les études et la recherche
Université de Montréal	41 800	1991	▪ Soutien aux programmes liés à l'enseignement, aux services aux étudiants et à la recherche

Programmes

Les programmes les plus souvent mentionnés sont l'intégration des nouvelles technologies à l'apprentissage, les bourses de mérite et d'excellence, ainsi que l'amélioration des infrastructures. Nous ne pouvons préciser les proportions des sommes allouées destinées à ces différents programmes.

Sommes recueillies et valeur actuelle du fonds

UNIVERSITÉ	En 2008 \$	FONDS ACTUEL
Université du Québec à Chicoutimi	2 000 000 \$	15 000 000 \$
Université du Québec en Outaouais	2 036 150 \$	3 713 539 \$
Université Laval	15 334 738 \$	112 692 944 \$
Université de Montréal	Ne sait pas	143 000 000 \$

Provenance des contributions

Selon nos informations, 15 % des contributions proviennent des étudiants à l'Université Laval. Les contributions de l'entreprise privée sont de 80 % à l'UQAC et de 66 % à l'Université de Montréal.

Politique syndicale

SYNDICAT	
SCCCUQAC	OUI
SCCCUQO	Pour les dons provenant de leurs membres
SCCCUL	NON
SCCCUM	NON

Composition du conseil d'administration et du comité de sélection

UNIVERSITÉ	Nombre total		Professeurs	Étudiants	Cadres	Fondation	Communauté	Entreprise privée	Chargés de cours			
	CA	Sélection										
UQ Chicoutimi	63	8	3	5	1	6	1	23	1	31		
UQ Outaouais	1	Variable		1								
Laval	18	Comité de placement			8			10				
Montréal	8	30		15		3	9			5	5	1

La composition et le nombre de membres des conseils d'administration des fondations universitaires semblent varier passablement. Deux aspects méritent d'être soulignés : le nombre de membres au CA est parfois très élevé (63 à l'UQAC) et les représentants de l'entreprise privée sont habituellement majoritaires.

Quelques donateurs récents à la fondation de l'université McGill

À titre d'exemple, nous avons recensé quelques donateurs de la plus vieille et de la plus importante des fondations universitaires, celle de McGill.

DONATEUR	PRINCIPAL SECTEUR D'ACTIVITÉ	MONTANT	MISSION
Fondation Macdonald Stewart	Tabac	1,5 M\$	Faculté des sciences de l'agriculture et de l'environnement pour soutenir les études en gestion des ressources hydriques.
Lucien Rémillard Famille Rémillard	RCI Environnement RCI Trust Les Investissements Historia Remstar (cinéma) Canal V	1 M\$	Création de la Chaire Yosh Taguchi en urologie.
Lawrence Bloomberg Financière Manuvie	First Marathon inc assurance	1 M\$	Le Prix Bloomberg Manuvie pour la promotion d'une santé active.
Banque Nationale	Groupe financier	1 M\$	Soutenir l'entrepreneuriat, mais également pour l'octroi de bourses doctorales ainsi que la recherche et l'enseignement dans le domaine de la finance.
Ian C. Munro	Cantox Health Sciences International	1,5 M\$	La Chaire Ian et Jayne Munro sur la salubrité des aliments.
Mouvement Desjardins	Groupe financier	1 M\$	Créer une salle des marchés à la fine pointe de la technologie.
Stephen T. Molson Fondation Molson	Brasserie Club hockey Canadien	Environ 2 M\$	L'équipe masculine de hockey de l'Université McGill.
Pfizer Canada	Pharmaceutique	2 M\$	Chaire professorale sur la démence et la maladie d'Alzheimer.
Herbert Black Deirdre Stevenson (Famille Molson) Robert Stevenson	Industrie minière		Chaire en éducation médicale.
H. Arnold Steinberg	Alimentation	2,4 M\$	<i>Vaste recherche interdisciplinaire visant à créer un nouveau guide d'intervention en matière de prestation de soins de santé.</i>
Société minière Osisko Robert Wares	Mines	1 M\$	Financement du Département des sciences de la terre et des planètes de McGill.
Fonds J.W. McConnell	St-Lawrence Sugar Montreal Star	21 M\$	Financement du Département des sciences de la terre et des planètes de McGill ; soutenir les étudiants McGilllois.
Ogilvy Renault	Cabinet d'avocats	1 M\$	Soutenir la Faculté de droit de l'Université McGill.
Rio Tinto Alcan	Aluminerie	3 M\$	Chaire L. Yves Fortier pour l'arbitrage international et le droit commercial international.

Enquête sur la présence du privé dans les établissements d'enseignement

DONATEUR	PRINCIPAL SECTEUR D'ACTIVITÉ	MONTANT	MISSION
Marc Bieler	Canneberges Atoka inc.	1 M\$	Aider les étudiants en sciences de l'agriculture et de l'environnement à préparer leur avenir professionnel.
Christine et Hersche Victor	Jack Victor (vêtement)	3 M\$	Chaire de recherche en oncologie psychosociale.
Les Vadasz	Intel Corporation (microprocesseurs)	8 M\$	Créer 15 bourses qui seront remises à des étudiants exceptionnels au doctorat de la Faculté de génie de McGill.
Rosalind et Morris Goodman	Pharmaceutique	10 M\$	Centre de recherche sur le cancer Morris et Rosalind Goodman soutenir la recherche sur le cancer à McGill
Seymour Schulich	Industrie minière	5 M\$	Création de bourses de recherche à l'intention d'étudiants de troisième cycle dans diverses disciplines, y compris dans les sciences de l'agriculture.
Fondation Andrew W. Mellon (New York)	Groupe financier	1,5 M\$	Créer des bourses de recherche postdoctorale en sciences humaines.
Richard et Carolina Walls	Fairborne Energy ltd	1 M\$	Création d'un programme de bourses d'études – Le meilleur de l'Ouest – destiné à aider des étudiants de 1 ^{er} cycle de l'Ouest canadien à faire des études à McGill.

Quelques constats

La FNEEQ regroupe 11 syndicats de chargés-es de cours du secteur universitaire. Quatre syndicats ont répondu à l'enquête parmi les sept sollicités. Les deux syndicats des établissements anglophones n'ont pas répondu à l'enquête, mais nous avons ajouté quelques informations générales sur les fondations d'autres universités comme : HEC, École Polytechnique, Concordia et McGill.

Les quatre répondants ont indiqué que leurs établissements avaient une fondation. Selon nos recherches complémentaires, il semble que toutes les universités ont une fondation, à l'exception de l'université Bishop. Plusieurs des composantes de l'Université du Québec ont leur propre fondation, mais il existe aussi une fondation « générale » pour l'ensemble du réseau, la *Fondation de l'Université du Québec*. Mentionnons au passage que la fondation de McGill date de la création même de l'université en 1821 !

Une grande partie des sommes distribuées est allouée à l'achat d'équipement et pour les bourses aux étudiants (entre 15 et 20 % par année). Les bourses varient d'une année à l'autre. Les plus importantes sont allouées pour des projets de deuxième et troisième cycles : le questionnaire ne mentionne pas spécifiquement la recherche, mais d'après nos informations, plusieurs fondations privilégieraient ce programme.

En 2008-2009, les petites universités recueillaient environ 2 M\$ pour leur fondation alors que les grandes universités pouvaient y engranger 15 M\$ et plus. L'École Polytechnique de Montréal et les HEC ont récolté respectivement 3 M\$ et 2,3 M\$ lors de leur campagne de 2009-2010. La fondation de l'université McGill aurait recueilli quant à elle plus de 500 M\$ lors de sa campagne de 2008-2009.

Les dons pour les universités proviennent très largement de l'entreprise privée ou d'autres fondations privées. Par exemple, l'université Concordia (qui a amassé 17,4 M\$ en 2009) a reçu 5 M\$ de la Fondation Azrieli pour la mise sur pied du *Azrieli Institute of Israel Studies*. Il

est fréquent que la même entreprise privée contribue à plusieurs fondations universitaires la même année.

Le fonds capitalisé des fondations varie énormément selon l'établissement. Il est d'un peu moins de 4 M\$ pour l'Université du Québec en Outaouais et de 143 M\$ pour l'Université de Montréal. Ajoutons que la fondation de l'École Polytechnique de Montréal détient un fonds de près de 16 M\$ et que celui de Concordia est d'environ 111 M\$. Sans pouvoir établir précisément le montant, nous pouvons affirmer que la fondation la plus riche est, de loin, celle de McGill.

Les conseils d'administration des fondations universitaires sont composés principalement de représentants du milieu des affaires. Le nombre de membres varie considérablement d'une université à l'autre et ils sont le plus souvent composés majoritairement de représentants de l'entreprise privée. Il semble qu'aucun étudiant ou professeur ne siège sur les conseils d'administration des fondations de McGill et de Concordia.

Commentaires

L'existence généralisée de fondations, dans les établissements d'enseignement, pose la question plus large du financement public de l'éducation. Comme nous le verrons plus loin, les fondations ne constituent pas la seule source de financement extérieure pour les cégeps, les universités et les écoles privées.

Ce qui inquiète ici, c'est de constater que plusieurs établissements d'enseignement doivent recourir à leur fondation pour financer des projets ou des achats d'équipements dont on pourrait arguer qu'ils sont nécessaires à l'accomplissement de leur mission. Au secteur collégial, l'achat d'équipement représente 18 % des sommes allouées par les fondations. Cet équipement est-il nécessaire ou doit-il être considéré comme une simple « plus value » que le ministère n'aurait pas à financer ? En période de coupures budgétaires dans le monde de l'éducation, l'État ne serait-il pas tenté de tenir compte des récoltes des fondations pour ajuster ce qu'il envoie aux institutions ?

Les choses peuvent aller plus loin : l'enquête démontre que 22 % des fondations incluent dans leur programme un appui à des projets de soutien à la formation. Si un tel appui s'incarne dans des projets proches de l'enseignement direct, la même question se pose. Par ailleurs, nous savons que certaines fondations attribuent une partie des sommes à des projets de recherche. La recherche collégiale, comparée à celle à l'université, fait figure de parent pauvre du point de vue du financement. Est-il légitime que la recherche, dans un réseau collégial, dépende en partie des sommes recueillies par des fondations, dans un contexte où les ressources enseignantes du volet 3 de la convention collective (perfectionnement, stages, recherche) sont nettement insuffisantes et doivent être utilisées aux fins du volet 1 lorsque celui-ci est déficitaire ?

La création des fondations et l'utilisation des fonds dans les secteurs privé et collégial coïncident avec les réductions des budgets en immobilisation dans les années 90 et les difficultés financières des étudiants. Les sommes allouées par le ministère pour l'intégration

des nouvelles technologies étant insuffisantes, les établissements doivent trouver d'autres sources de financement. Dans plusieurs collèges, certaines demandes des départements en immobilisations (équipements spécialisés) sont directement soumises à la fondation.

Les écoles privées, comme les cégeps, ont recours de plus en plus aux fondations et aux campagnes de financement pour affronter les dépenses les plus urgentes. Depuis le milieu des années 1990, les directions d'établissement (et les fondations) doivent mettre une énergie considérable à chercher de « généreux bailleurs de fonds » pour faire face à la concurrence et répondre aux besoins des élèves, soit en vendant des produits de toute sorte fournis par des entreprises, en organisant des soupers spaghetti ou d'autres activités de financement.

Le recours au privé pour compléter ou bonifier le financement d'un établissement d'enseignement – surtout s'il est indirectement imposé par un manque de subventions étatiques – constitue de plus la source potentielle d'une plus grande inégalité entre les établissements. Quand des écoles publiques doivent compter sur un mécénat corporatif bien publicisé pour, par exemple, obtenir une cour d'école décente, on est en droit de se poser des questions. Les capacités des établissements à obtenir des subsides du privé varient beaucoup et la concurrence qui en résulte n'est pas nécessairement saine. Cégeps et établissements privés, principalement dans la région de Montréal, rivalisent pour attirer les meilleurs élèves. Pour y arriver, les établissements doivent pouvoir offrir plus de services, plus d'équipements spécialisés que les écoles publiques et que l'établissement privé voisin...

La réalité actuelle des fondations semble donc bien éloignée de la logique d'action de bienfaisance auprès d'élèves ou d'étudiants plus démunis. Comme nous l'avons indiqué plus haut, il est possible que la part des sommes destinées aux élèves (souvent des bourses au mérite) soit plus faible que celle qu'indiquent nos résultats, si on tient compte des levées de fonds dédiées à des projets particuliers, reliés à des infrastructures ou à de l'achat d'équipement. Par ailleurs, dans le réseau des écoles privées, les frais directs et indirects que doivent assumer les parents des élèves augmentent régulièrement et plusieurs

établissements ont dû, pour maintenir ou augmenter leur nombre d'élèves, offrir un soutien financier additionnel. Comme des frais trop élevés risqueraient de réduire les demandes d'admission, les établissements optent parfois pour un financement par le biais de leur fondation. Il va sans dire que dans l'hypothèse d'un retrait du soutien de l'État aux établissements privés, il est à prévoir que les fondations joueraient un rôle encore plus important dans le financement de ce réseau.

Contributions des étudiantes, des étudiants et du personnel

Nous n'avons pas sondé directement la question des incitations faites aux employés-es pour qu'elles et ils contribuent à la fondation de leur établissement. Notons cependant que seulement trois syndicats, sur les 26 répondants des cégeps ayant une fondation, contribuent formellement à la fondation de leur collège. Certains syndicats considèrent qu'ils n'ont pas à contribuer comme organisation et les enseignantes et enseignants sont la plupart du temps sollicités sur une base individuelle. On ne nous a pas rapporté de cas de pressions indues à cet égard.

Il en va autrement de la contribution étudiante. Il appert que certaines fondations utilisent des pratiques pour le moins questionnables. En effet, dans certains cégeps, les étudiantes et les étudiants qui ne souhaitent pas contribuer à la fondation doivent cocher une case – presque cachée – sur un formulaire qui leur est envoyé en même temps que la facture d'inscription. Les effectifs étudiants nouvellement arrivés au collège ne sont pas nécessairement en mesure de faire la différence entre cette contribution et les frais de scolarité. S'ils ne cochent pas cette case, ils sont d'emblée considérés comme des contributeurs volontaires! D'autre part, on peut s'étonner du peu de place réservée aux étudiantes et aux étudiants dans les conseils d'administration des fondations.

Au secteur universitaire

Toutes les universités ont des fondations et mènent des campagnes de souscription. Les sommes accumulées par les fondations universitaires sont beaucoup plus élevées que celles

des cégeps. Leur rôle est en conséquence assez particulier, d'autant qu'il semble plus étroitement lié au secteur de la recherche. Ces fondations reçoivent des donations de citoyens, de diplômés et d'entreprises. Les sommes sont administrées par un conseil d'administration selon une politique établie ; certaines fondations utilisent seulement les intérêts annuels de placements, d'autres le capital. Les syndicats encouragent parfois leurs membres à souscrire aux campagnes de donations (UQAC, UQO). Les associations de diplômés font de même.

Il nous semble important de rappeler que les dons faits à une fondation sont en grande partie déductibles d'impôt. Les premiers 200 \$ de dons à une fondation permettent d'obtenir une diminution des impôts de 35 % (soit 20 % au provincial et 15 % au fédéral), ce qui correspond au taux appliqué à tous les autres crédits remboursables. Par contre, cette déduction passe à 53 % (24 % au provincial et 29 % au fédéral) pour tout don excédant 200 \$; cette déduction correspond alors aux taux marginaux d'imposition les plus élevés.

Compte tenu de ces déductions d'impôt accordées pour les dons à des fondations, les sommes recueillies par ces dernières constituent un manque à gagner pour l'État équivalant à plusieurs centaines de millions de dollars chaque année. Il est aussi possible de donner des actions, des parts de fonds communs de placement et autres valeurs mobilières... et ce, sans être imposé sur le gain en capital. Les généreux donateurs bénéficient évidemment des crédits d'impôt habituels pour dons de charité.

Les fondations universitaires (principalement celles des universités anglophones) reçoivent beaucoup d'argent des grandes entreprises privées. Leurs conseils d'administration sont largement composés de représentants de ces compagnies. Les dons sont souvent dédiés, c'est-à-dire qu'ils sont faits pour appuyer des projets précis d'infrastructures ou de recherche. On remarque, lorsqu'on examine la liste des contractants associés aux travaux d'infrastructures, que les entreprises privées qui contribuent sont parfois les mêmes qui obtiennent ces contrats, principalement dans les domaines de l'ingénierie et de la construction.

La recherche constitue toujours un programme majeur, souvent le plus important. Là aussi, on remarque que les contributions sont souvent associées à des projets de recherche qui peuvent favoriser les entreprises donatrices (pharmaceutique, technologie de pointe).

Nous constatons une grande disparité entre les fondations des différentes universités. Les deux principales universités anglophones sont mieux pourvues que les universités francophones. La fondation de l'Université McGill (classée meilleure université au Canada et au 17^{ième} rang dans le monde) est de loin la plus importante avec un fonds capitalisé de plusieurs centaines de millions de dollars. Lors de sa dernière campagne annuelle, la fondation McGill s'est fixé comme objectif de recueillir 750 M\$. L'Université McGill est présentée par plusieurs comme un modèle à suivre pour les autres universités du Québec et du Canada, et sa fondation contribue grandement à la qualité et à la réputation de cette université. Les « super » universités peuvent difficilement se maintenir et se développer sans un soutien important de donateurs privés. Quelle autre université pourrait amasser autant d'argent ? Sûrement pas l'Université du Québec.

En conclusion, nous constatons que les fondations sont devenues une source importante, certains diraient même indispensable, de financement complémentaire pour la grande majorité des établissements et ce, à tous les ordres d'enseignement. Leur développement nous semble directement lié à l'insuffisance des investissements de l'État en éducation et reflète l'importance que prend la vision « néolibérale » de l'éducation conçue comme un secteur « économique » semblable aux autres.

Tous ces millions de dollars recueillis par les fondations correspondent, grâce aux déductions fiscales, à un manque à gagner très important pour les gouvernements.

Comme les fondations accentuent les inégalités de moyens et favorisent la compétition entre les différents établissements, nous devons demeurer vigilants pour suivre leur développement ainsi que leurs impacts sur nos établissements et sur le système public d'éducation.

3. LA FORMATION SUR MESURE

Voici les questions qui ont été utilisées dans l'enquête. Cette section était destinée aux Cégeps.

- Q.1. EST-CE QUE VOTRE COLLÈGE A DISPENSÉ OU DISPENSE ACTUELLEMENT DES FORMATIONS SUR MESURE AUX ENTREPRISES OU AUX INSTITUTIONS GOUVERNEMENTALES ? SI OUI, LESQUELLES ?**
- Q.2 À QUELLES ENTREPRISES OU INSTITUTIONS CES FORMATIONS SONT-ELLES ASSOCIÉES ?**
- Q.3 EST-CE QUE VOTRE COLLÈGE A DISPENSÉ OU DISPENSE ACTUELLEMENT DES FORMATIONS NON CRÉDITÉES (Y COMPRIS LA FORMATION SUR MESURE) AUTRES QUE CELLES OFFERTES AUX ENTREPRISES (PAR EXEMPLE, COURS DE LANGUES) ? SI OUI, QUELLES SONT CES FORMATIONS ?**
- Q.4 AU COURS DES ANS, EST-CE QU'ON NOTE UNE AUGMENTATION DE CE TYPE DE FORMATION ? (SI DISPONIBLE)**

a) Cégeps (28 répondants)

La présence de formation sur mesure

TOTAL	28	100 %
Oui	25	90 %
Non	1	3 %
PDR	2	7 %
NAP	0	0 %

Secteurs couverts par la formation sur mesure

CÉGEP	FORMATION SUR MESURE	ENTREPRISES	AUTRES FORMATIONS SUR MESURE
ABITIBI-TÉMISCAMINGUE	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Électronique industrielle ▪ Maintenance industrielle ▪ Réseautique ▪ Informatique ▪ Secourisme ▪ Suite Office 2007 ▪ Anglais ▪ Personnel de laboratoire ▪ Retraite 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 7 établissements gouvernementaux ▪ 6 entreprises privées 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Langues ▪ Secourisme ▪ Photoshop ▪ Tenue de livres ▪ Habilités de gestion
AHUNTSIC	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Techniques policières ▪ SPU (armée) ▪ Techniques physiques ▪ Techniques de la santé 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Emploi Québec ▪ Provigo ▪ Armée canadienne 	PDR
ALMA	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Production apicole ▪ Sûreté industrielle et commerciale 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Hydro-Québec 	PDR
ANDRÉ-LAURENDEAU	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Logiciel de gestion ▪ MS Office 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Hôpital Douglas ▪ Emploi Québec 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ MS Project
BAIE-DES-CHALEURS	NAP	NAP	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gestion équipe de travail ▪ Signaleur de chantier routier ▪ Évaluation du personnel ▪ Logiciels ▪ Planification ressources humaines ▪ Techniques d'entrevues
CHAMPLAIN-ST-LAMBERT	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Langue seconde ▪ Transport et logistiques ▪ Services à la clientèle ▪ Informatique et bureautique 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ CLSC ▪ Hôpitaux 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Langue seconde ▪ Activités sportives et récréatives

Enquête sur la présence du privé dans les établissements d'enseignement

CÉGEP	FORMATION SUR MESURE	ENTREPRISES	AUTRES FORMATIONS SUR MESURE
CHIBOUGAMAU	PDR	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 2 entreprises privées 	NAP
CHICOUTIMI	PDR	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Hydro-Québec ▪ CSSS 	PDR
HERITAGE	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Langue 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ gouvernement 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Langue
JOHN-ABBOTT	PDR	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ministères ▪ Entreprise privée 	PDR
JOLIETTE	PDR	PDR	PDR
JONQUIÈRE	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Caissiers (institutions financières) ▪ Assurances de dommages 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Desjardins ▪ Industrielle assurance 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Comptabilité ▪ Langues ▪ Communication écrite
L'ASSOMPTION	PDR	PDR	PDR
LÉVIS-LAUZON	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Logiciels 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Desjardins ▪ Hydro-Québec ▪ CCQ (construction) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bureautique ▪ Logiciels
LIMOILOU	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gestion des ressources humaines ▪ Gestion de la production et de la qualité ▪ Gestion des systèmes d'information ▪ Gestion administrative ▪ Innovation et développement durable ▪ Concept dessin par ordinateur CDAO 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Entreprise privée 	PDR
MARIE-VICTORIN	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Vente automobile ▪ Retraite ▪ bureautique et comptabilité 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Corporation des concessionnaires auto CCAQ ▪ Hydro-Québec ▪ SAQ 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Langue
MONTMORENCY	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bureautique ▪ Francisation ▪ Supervision des équipes de travail ▪ Gestion du temps 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Entreprises privées 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Langue ▪ Logiciels
OUTAOUAIS	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Francisation ▪ Secourisme 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ministère de l'Immigration ▪ CSST 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Langue ▪ Bureautique ▪ Gestion financière ▪ Gestion des ressources humaines ▪ Développement durable

Enquête sur la présence du privé dans les établissements d'enseignement

CÉGEP	FORMATION SUR MESURE	ENTREPRISES	AUTRES FORMATIONS SUR MESURE
ROSEMONT	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Centre d'appels ▪ Gestion environnementale ▪ Informatique et bureautique 	PDR	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Francisation
SAINT-FÉLICIEN	PDR	<ul style="list-style-type: none"> ▪ AbitibiBowater ▪ Emploi-Québec ▪ Association touristique régionale ▪ Centre local de développement + gouvernement 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Langue
SHAWINIGAN	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gestion des eaux ▪ Informatique 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Municipalité 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Langue
ST-LAURENT	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gestion et supervision ▪ Loisirs culturels ▪ Stérilisation ▪ Traitement de l'eau et environnement ▪ Travaux publics 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Municipalités ▪ Hôpitaux ▪ Entreprises privées 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Francisation
THETFORD	PDR	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Entreprises privées ▪ Ministère de la Santé ▪ Promutuel assurances 	PDR
TROIS-RIVIÈRES	PDR	PDR	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Langue
VANIER	NAP	NAP	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Langue

Augmentation du volume de l'offre

TOTAL DES RÉPONDANTS	28	100 %
OUI	12	40 %
NON	8	30 %
PDR	8	30 %
NAP	0	30 %

Quelques constats

La formation sur mesure concerne principalement les cégeps et n'est pas offerte dans les écoles du secteur privé. Ce type de formation n'a pas été investigué dans les universités, compte tenu de la complexité organisationnelle qui aurait rendu fort difficile la cueillette de donnée.

Les formations sur mesure offertes varient beaucoup en fonction des cégeps et des régions, mais elles se retrouvent surtout dans le domaine de l'informatique, de la comptabilité et des langues (anglais et francisation). Elles s'adressent principalement à des organismes publics : CLSC, hôpitaux, municipalités, ministères, Emploi-Québec, Hydro-Québec, SAQ, etc. Les formations offertes aux établissements gouvernementaux correspondent environ à 65 % de l'ensemble.

Cette section de notre enquête n'est cependant pas la plus fiable : plusieurs de nos répondants n'ont pas pu répondre à nos questions, ce qui nuit à la précision de notre recensement.

Les cégeps offrent depuis longtemps ce type de formation. Il s'agit pour eux de revenus autonomes difficiles à générer si l'établissement n'est pas directement sollicité. Autrement, pour développer ce secteur, il aurait fallu aux cégeps une connaissance beaucoup plus précise des besoins et des clients potentiels, ce qui représente un investissement énorme à l'extérieur du champ d'expertise des cégeps. On peut penser que, pour la grande majorité d'entre eux, le jeu n'en valait pas la chandelle.

Parce qu'elle peut constituer pour les cégeps un revenu d'appoint non négligeable, et parce que les conditions de travail en formation sur mesure peuvent parfois s'apparenter à de la sous-traitance, il peut être utile de continuer à s'intéresser à ce secteur, mais il nous apparaît peu significatif pour l'instant, sous l'angle de la présence du privé dans l'éducation publique.

Signalons par contre que les besoins actuels de formation des travailleurs déjà en emploi, ou qui l'ont perdu, risquent fort d'augmenter, ce qui pourrait amener des changements importants dans ce secteur. Comment les cégeps seront-ils mis au jeu ? Comment le ministère va-t-il gérer l'inévitable concurrence entre les commissions scolaires et les cégeps pour l'offre de formation ? Quels seront les effets concrets des changements annoncés par la ministre Beauchamp sur l'interface entre le monde du travail et celui du réseau collégial ?

Autant de questions qui pourraient modifier l'approche des cégeps en formation sur mesure.

4. SERVICES EN SOUS-TRAITANCE

a) Résultats

Note : Nous avons demandé aux syndicats la liste des services offerts en sous-traitance, le nom des entreprises détenant de tels contrats et les avons questionnés sur la présence d'un syndicat dans les entreprises concernées.

Nous avons également cherché à savoir si les contrats de sous-traitance étaient octroyés par soumission, et depuis quelle année. Le fort pourcentage de PDR à ces dernières questions ne nous a pas permis une compilation significative de réponses.

Nous ne présentons donc qu'un tableau synthèse des informations relatives :

- aux deux premières questions dans les cégeps ;
- à la première, dans les écoles privées ;
- et une compilation des informations reçues dans les universités.

Dans les cégeps, pour la question principale « *Ce service est-il fourni par une entreprise privée?* », il nous a semblé que les PDR (pas de réponse) et les NAP (ne s'applique pas) étaient fort probablement des NON ; nous avons donc indiqué entre parenthèses, le *pourcentage* par rapport au *total* de questionnaires remis (28). Pour le nombre de contrats accordés à des entreprises privées dont les travailleurs sont syndiqués, nous avons calculé le nombre de répondants OUI par rapport au nombre de répondants OUI à la question précédente.

Services offerts en sous-traitance (Cégeps)

SERVICE	PAR UNE ENTREPRISE PRIVÉE	PRÉSENCE D'UN SYNDICAT
Entretien ménager	17 (61 %)	6 (35 %)
Travaux et améliorations	18 (64 %)	3 (17 %)
Sécurité	21 (75 %)	6 (29 %)
Restauration cafétéria	21 (75 %)	6 (29 %)
Restauration café	11 (39 %)	5 (45 %)
Restauration machines distributrices	20 (71 %)	5 (25 %)
Boutique	8 (29 %)	3 (38 %)
Entretien et installation du matériel informatique	6 (21 %)	3 (50 %)
Entretien et installation d'autres matériaux ou produits	10 (36 %)	2 (20 %)
Gestion des données	13 (46 %)	4 (31 %)
Imprimerie	7 (25 %)	5 (71 %)
Stationnement	9 (32 %)	7 (78 %)
Déneigement	20 (71 %)	2 (10 %)
Aménagement et entretien du terrain	14 (50 %)	2 (14 %)
Auditorium	0 (0 %)*	0
Transport scolaire (spécifique au collège)	5 (18 %)	3 (60 %)
Équipements sportifs	6 (21 %)	4 (66 %)
Service de la paie	0 (0 %)	0
Gestion des ressources humaines	7 (25 %)	3 (43 %)
Études comparatives, supervision des performances, évaluation ou révision de programmes	0 (0 %)	0
Matériel pédagogique, logiciels	5 (18 %)	3
Conception et organisation de programmes nationaux	0 (0 %)	0
Résidences étudiantes	3 (11 %)	0
Autres :	5 (18 %)	

Services offerts en sous-traitance (Écoles privées)

SERVICE	PAR UNE ENTREPRISE PRIVÉE
Entretien ménager	9 (60 %)
Travaux et améliorations	7 (47 %)
Sécurité	2 (15 %)
Restauration cafétéria	12 (80 %)
Restauration café	6 (40 %)
Restauration machines distributrices	10 (66 %)
Boutique	1 (6 %)
Entretien et installation du matériel informatique	3 (20 %)
Entretien et installation d'autres matériaux ou produits	5 (33 %)
Gestion des données	2 (15 %)
Imprimerie	3 (20 %)
Stationnement	4 (27 %)
Déneigement	4 (27 %)
Aménagement et entretien du terrain	1 (6 %)
Auditorium	4 (27 %)
Transport scolaire (spécifique au collège)	2 (15 %)
Équipements sportifs	2 (15 %)
Service de la paie	1 (6 %)
Gestion des ressources humaines	1 (6 %)
Études comparatives, supervision des performances, évaluation ou révision de programmes	2 (15 %)
Matériel pédagogique, logiciels	1 (6 %)
Conception et organisation de programmes nationaux	1 (6 %)
Résidences étudiantes	1 (6 %)
Autres :	0 (0 %)

Services offerts en sous-traitance (Universités)

SERVICE	PAR ENTREPRISE PRIVÉE	SOUSSION ANNÉE
ENTRETIEN MÉNAGER		
Oui	UQAC : Entreprise UMPRO UQO U Laval : Syndicat SEUL U de M : Interne	Oui
TRAVAUX ET AMÉLIORATIONS		
Oui	UQAC : Appel d'offres U Laval : Interne SEUL U de M : GPH maître d'œuvre	UQO
SÉCURITÉ		
Oui	UQAC : GARDA U Laval : SEUL U de M : Ne sait pas	2006
RESTAURATION CAFÉTÉRIA		
Oui	UQAC : Gestion étudiants UQO : COOPSCO non lucratif U Laval : Sodexo et Laliberté, Le PUB : CADEUL U de M : Service auxiliaire et Cantine Canada	Oui
RESTAURATION CAFÉ		
Oui	UQAC : Étudiants UQO : Étudiants U Laval : Sodexo, Laliberté et CADEUL U de M : Van Houtte, café équitable	
RESTAURATION MACHINES DISTRIBUTRICES		
Oui	UQAC : Étudiants UQO : Soumission U Laval : Étudiants U de M : Pepsi (1999)	
BOUTIQUE (excluant la coop)		
Oui		U de M : Services auxiliaires (librairies)
Non		
PDR	UQAC et UQO, U Laval	
ENTRETIEN ET INSTALLATION DU MATÉRIEL INFORMATIQUE		
Oui	U Laval : Interne (étudiants et employés) U de M : Interne DGTIC	UQAC : Interne
Non		
PDR		UQO

Enquête sur la présence du privé dans les établissements d'enseignement

SERVICE	PAR ENTREPRISE PRIVÉE	SOUMISSION ANNÉE
GESTION DES DONNÉES		
Oui	UQAC : Interne U Laval : Interne	U de M : IBM (2009)
Non		
PDR		
ENTRETIEN ET INSTALLATION D'AUTRES MATÉRIAUX OU PRODUITS		
Oui	U Laval: Interne U de M : Sous-traitance occasionnelle	UQAC : Interne, Kone pour ascenseurs
Non		
PDR		UQO
IMPRIMERIE		
Oui	U Laval : Presses de l'Université	UQAC : Interne U de M : Interne
Non		
PDR		UQO
STATIONNEMENT		
Oui		UQAC : Interne UQO : Ville de Gatineau U Laval : Ville de Québec U de M : Interne et Ville de Montréal
DÉNEIGEMENT		
Oui		UQAC : Intercité (2009) UQO : Soumission U Laval : UL et Ville de Québec U de M : Interne
AMÉNAGEMENT ET ENTRETIEN DU TERRAIN		
Oui		UQAC : Interne UQO : Soumission U Laval : SEUL U de M : Interne
AUDITORIUM		
Oui		UQAC : Interne
Non		
PDR		UQO, U Laval, U de M
ÉQUIPEMENTS SPORTIFS		
Oui	UQAC : Avec la CAPS	U Laval : Interne U de M : CEPSUM, interne
Non		
PDR		UQO
SERVICE DE LA PAIE		
Oui		UQAC : Interne U Laval : Interne U de M : Interne
Non		
PDR		UQO

Enquête sur la présence du privé dans les établissements d'enseignement

SERVICE	PAR ENTREPRISE PRIVÉE	SOUSSION ANNÉE
GESTION DES RESSOURCES HUMAINES		
Oui		UQAC : interne U Laval : interne U de M : interne
Non		
PDR		UQO
MATÉRIEL PÉDAGOGIQUE, LOGICIELS		
Oui		UQAC : interne et soumission U de M : DGTIC interne
Non		
PDR		UQO, U Laval
RÉSIDENCES ÉTUDIANTES		
Oui		UQAC : SIUQ, société immobilière UQ U Laval : SEUL et étudiants U de M : interne
Non		
PDR		UQO
AUTRES		
Oui		
Non		
PDR		UQO, U Laval, U de M

Commentaires

La sous-traitance est un moyen privilégié pour le privé de s'insérer dans les services publics. Par l'augmentation de ce type de contrats, le privé occupe une place toujours plus grande et ainsi, les services deviennent de moins en moins publics. Par contre, il va de soi que les établissements scolaires ne peuvent tout faire d'eux-mêmes et qu'ils ont besoin de certaines entreprises pour leur bon fonctionnement. L'important est de maintenir le bon équilibre et de conserver un contrôle sur les entreprises qui fournissent des services. Même si certains services sont donnés en sous-traitance, il nous semble qu'un établissement scolaire devrait avoir une forme de responsabilité à l'égard de la qualité de ces services (on pense à la nourriture dans les cafétérias, par exemple), voire à l'égard des conditions de travail des employé-es des sous-traitants.

Il est souvent difficile de savoir ce qui est fourni en sous-traitance et ce qui ne l'est pas : nous disposons maintenant d'un portrait. À la lumière des résultats, il semble clair que la sous-traitance est entrée dans les mœurs ; même si la majorité des services ne sont pas offerts en sous-traitance, de nombreux autres font appel à l'entreprise privée. Ce virage s'est pris naturellement, suivant une tendance internationale, sous la pression d'entreprises intéressées par les marchés et les clientèles du secteur de l'éducation, sans que l'on ne s'interroge sur ses conséquences.

Certains secteurs ont fait des avancées importantes, plus particulièrement celui de l'alimentation. Plusieurs institutions ont même choisi de faire affaire avec de grandes multinationales de l'alimentation, telles Sodexo (France), Chatwells/Compass (Royaume-Uni) et Aramark (États-Unis). Les machines distributrices sont aussi largement gérées par des compagnies privées. On peut alors se poser certaines questions : les écoles ont-elles un contrôle sur la qualité des produits offerts? Dans quelle mesure les contrats négociés sont-ils contraignants? Sur combien d'années sont-ils signés? Évidemment, répondre à ces questions supposerait une recherche toute différente... et pas toujours facile!

On peut aussi se demander si cette situation se maintiendra. Par l'accord commercial négocié avec l'Union européenne, le gouvernement canadien, avec l'approbation de celui du Québec, entend libéraliser les appels d'offres et cela, jusque dans le secteur de l'éducation. Pour honorer l'entente, les établissements subiront-ils des pressions pour multiplier les appels d'offres? Dans quelle mesure sera-t-il possible alors de choisir un fournisseur local qui donne des services de qualité, plutôt que la multinationale européenne qui soumissionne à bas prix? Il ne sera, par exemple, plus possible de choisir une petite coop locale en alimentation pour les services de cafétéria plutôt qu'une multinationale comme Sodexo, la première ne pouvant pas concurrencer une compagnie qui vend des produits agro-industriels à grande échelle et à bon marché.

Il est important aussi de remarquer le bas taux de syndicalisation dans les services offerts en sous-traitance. On note quelques exceptions, comme l'imprimerie (71 %) ou le stationnement (78 %), mais plusieurs autres secteurs offrent des taux nettement plus bas, dont certains qui nécessitent un personnel important, comme les cafétérias (29 %) ou l'entretien ménager (35 %). Puisque l'on sait que le recours à la sous-traitance est bien souvent un moyen de réduire la syndicalisation, il est important de voir à ce que celle-ci ne progresse pas.

D'après notre enquête, la sous-traitance ne semble donc pas un phénomène d'importante dimension dans nos établissements d'enseignement, bien qu'elle soit très présente dans certains secteurs importants, comme la restauration. Le phénomène pourrait être endigué plus nettement par des politiques claires qui viseraient à en restreindre la portée. Ce qui va à l'encontre de ce que défendent présentement nos gouvernements. Il nous faudra donc être particulièrement vigilants dans les prochaines années.

5. PUBLICITÉ DANS LES ÉTABLISSEMENTS

Note : Les questions utilisées sont reproduites telles quelles dans les tableaux.

a) Cégeps

À l'extérieur du collège

OUI	NON	PDR	NAP	
7	19	2	0	Le collège ou une partie quelconque du collège porte-t-il le nom d'une entreprise commanditaire ?
9	18	1	0	Y a-t-il de la publicité faite par une entreprise sur le collège ou sur le terrain du collège ?
3	23	1	1	Les autobus ou les véhicules scolaires (liés au collège) affichent-ils des logos publicitaires ?
10	18	0	0	Y a-t-il des panneaux d'affichage ciblant les étudiants qui soient visibles du collège ?

Dans le gymnase

OUI	NON	PDR	NAP	
2	24	1	1	Y a-t-il un logo d'entreprise sur le tableau indicateur ?
2	25	0	1	Y a-t-il un logo sur l'horloge ?
3	24	0	1	Les uniformes arborent-ils le nom d'une entreprise commanditaire ?
23	3	1	1	Le gymnase est-il loué à d'autres groupes ?

Dans les couloirs

OUI	NON	PDR	NAP	
0	28	0	0	La mascotte du collège reflète-t-elle une entreprise commanditaire ?
16	12	0	0	Y a-t-il des annonces sur les tableaux d'affichage ? Dans les toilettes ?
26	2	0	0	Y a-t-il des distributeurs d'aliments et de boissons identifiant des marques commerciales ?
1	26	1	0	Les activités de financement servent-elles à payer des services de surveillance dans les couloirs ?
18	10	0	0	Y a-t-il un guichet bancaire dans votre collège ?

Enquête sur la présence du privé dans les établissements d'enseignement

Dans la salle de classe

OUI	NON	PDR	NAP	
1	27	0	0	Y a-t-il de la publicité sur les fournitures de classe ?
19	9	0	0	Vos étudiants ont-ils vendu du chocolat, du papier d'emballage de Noël, des revues, etc., cette année ?
11	13	4	0	Disposez-vous de matériel pédagogique fourni par des entreprises ou des organismes gouvernementaux ?
6	17	5	0	Vous servez-vous en classe de séries de matériel éducatif parrainé par une entreprise ?
0	5	23	0	Autres indications :

Dans les toilettes

OUI	NON	PDR	NAP	
17	10	1	0	Y a-t-il de la publicité dans les toilettes ?
				Combien y a-t-il de panneaux publicitaires dans chacune des toilettes ?
11	1	6	10	Principalement publicité sociale
ZOOM	MÉDIA			Quelle est la compagnie qui gère ces publicités ?
		18	10	Combien rapportent ces publicités au collège ?
		18	10	Dans quel poste budgétaire sont versés ces revenus ?

Avez-vous identifié d'autres formes de publicité commerciale dans votre collège ?

OUI	NON	PDR	NAP	
5	21	2	0	À la cafétéria ?
4	22	2	0	Au café (étudiant) ?
4	21	3	0	Ailleurs dans le collège ?

Avez-vous noté une augmentation de la publicité commerciale dans votre collège ?

OUI	NON	PDR	NAP
5	11	11	1

Existe-t-il une politique générale du collège à cet égard ?

OUI	NON	PDR	NAP
5	6	15	2

Quelques constats

Selon les informations recueillies, il n'y aurait pas d'augmentation de la publicité commerciale dans les établissements collégiaux ; au contraire, elle serait plutôt en recul.

On note la présence de la publicité principalement aux endroits suivants :

- sur le terrain ou dans l'environnement immédiat ;
- dans les toilettes, même s'il est largement question de publicité sociétale ;
- dans les gymnases (et par les équipes sportives) ;
- dans les services alimentaires, surtout par le biais des machines distributrices de boissons.

Mentionnons que 68 % des répondants soulignent le recours occasionnel à la vente de différents produits pour financer certaines activités parascolaires.

b) Écoles privées

À l'extérieur de l'école

OUI	NON	PDR	NAP	
2	13	0	0	L'école ou une partie quelconque de l'école porte-t-elle le nom d'une entreprise commanditaire ?
2	13	0	0	Y a-t-il de la publicité faite par une entreprise sur l'école ou sur le terrain de l'école ?
2	12	0	1	Les autobus ou les véhicules scolaires (liés à l'école) affichent-ils des logos publicitaires ?
2	13	0	0	Y a-t-il des panneaux d'affichage ciblant les étudiants qui soient visibles de l'école ?

Dans le gymnase

OUI	NON	PDR	NAP	
2	11	2	0	Y a-t-il un logo d'entreprise sur le tableau indicateur ?
1	12	2	0	Y a-t-il un logo sur l'horloge ?
2	11	2	0	Les uniformes arborent-ils le nom d'une entreprise commanditaire ?
14	1	0	0	Le gymnase est-il loué à d'autres groupes ?

Dans les couloirs

OUI	NON	PDR	NAP	
1	13	0	1	La mascotte de l'école reflète-t-elle une entreprise commanditaire ?
2	13	0	0	Y a-t-il des annonces sur les tableaux d'affichage ? Dans les toilettes ?
8	7	0	0	Y a-t-il des distributeurs d'aliments et de boissons identifiant des marques commerciales ?
2	13	0	0	Les activités de financement servent-elles à payer des services de surveillance dans les couloirs ?
0	15	0	0	Y a-t-il un guichet bancaire dans votre école ?

Enquête sur la présence du privé dans les établissements d'enseignement

Dans la salle de classe

OUI	NON	PDR	NAP	
1	14	0	0	Y a-t-il de la publicité sur les fournitures de classe ?
3	12	0	0	Les activités de financement ont-elles servi à acheter des ordinateurs ou des logiciels ?
9	6	0	0	Vos étudiants ont-ils vendu du chocolat, du papier d'emballage de Noël, des revues, etc., cette année ?
3	11	1	0	Disposez-vous de matériel pédagogique fourni par des entreprises ou des organismes gouvernementaux ?
0	15	0	0	Vous servez-vous en classe de séries de matériel éducatif parrainé par une entreprise ?
0	3	12	0	Autres indications :

Dans les toilettes

OUI	NON	PDR	NAP	
3*	12	0	0	Y a-t-il de la publicité dans les toilettes ?
1 à 4		1	12	Combien y a-t-il de panneaux publicitaires dans chacune des toilettes ?
1	50 %	1	12	Principalement publicité sociale
Zm lifestyle		1	12	Quelle est la compagnie qui gère ces publicités ?
0 \$ 900 \$		1	12	Combien rapportent ces publicités à l'école ?
		3	12	Dans quel poste budgétaire sont versés ces revenus ?

*Grasset – Sherbrooke – Chicoutimi

Avez-vous identifié d'autres formes de publicité commerciale dans votre école ?

OUI	NON	PDR	NAP	
3	11	1	0	À la cafétéria ?
0	12	3	0	Au café (étudiant) ?
2	12	1	0	Ailleurs dans l'école ?

Augmentation de la publicité commerciale dans votre école ?

OUI	NON	PDR	NAP
0	9	6	0

Quelques constats

Notre enquête indique qu'il y a très peu de publicité dans les établissements du secteur privé.

En moyenne, 10 à 15 % des répondants ont noté la présence de publicité dans les différents secteurs examinés. Cependant quelques aspects méritent d'être soulignés :

- La publicité est davantage présente par les machines distributrices (53 % des répondants).
- les élèves ont dû vendre différents objets pour financer des activités qu'on suppose « spéciales » (60 % des répondants).
- il ne semble pas y avoir eu d'augmentation de la publicité depuis quelques années.

c) Universités

OUI	NON	PDR	NAP	
3	0	1	0	Y a-t-il des pavillons ou des locaux qui portent le nom d'une entreprise ?
2	2	0	0	Y a-t-il de la publicité faite par une entreprise sur les édifices ou les terrains de l'université ?
4	0	0	0	Y a-t-il des distributrices d'aliments ou de boissons identifiant des marques de commerce?
3	1	0	0	Y a-t-il des contrats d'exclusivité avec des compagnies pour des aliments ou des boissons?
3	0	1	0	Y a-t-il de la publicité sur les tableaux d'affichage ou dans les toilettes?
3	1	0	0	Y a-t-il un guichet bancaire?
1	2	0	1	Disposez-vous de matériel pédagogique fourni ou parrainé par des entreprises ou des organismes gouvernementaux?
1	2	1	0	Dans le centre sportif, y a-t-il des logos d'entreprise sur les équipements (tableau indicateur, horloge, etc.)?
2	1	1	0	Les uniformes des équipes sportives universitaires arborent-ils le nom d'entreprises commanditaires ?
0	2	1	1	Y a-t-il des équipements ou des espaces loués à l'entreprise?

Quelques constats

Le portrait de la publicité dans les universités se fonde sur 4 répondants, alors qu'on compte au Québec 14 établissements universitaires francophones et 3 établissements anglophones. Bien que le nombre de répondants ne nous offre pas la possibilité de dresser un portrait statistique, nous estimons que les réponses et les commentaires recueillis nous permettent toutefois de constater que la présence de la publicité dans les campus universitaires est plus étendue que dans les autres ordres d'enseignement et que son utilisation est davantage préoccupante.

Plusieurs pavillons et salles de cours affichent le nom de compagnies. À l'Université du Québec à Chicoutimi, un pavillon inauguré en 2008, où « la plupart des travaux de recherches sont réalisés en étroite collaboration avec l'industrie de l'aluminium »¹, porte le nom de son donateur principal, *Rio Tinto Alcan*. À l'Université de Montréal et à l'Université Laval, on a relevé la présence de *Reebok*, *Adidas*, *Mazda*, *H et R Block*, *Rogers*.

Comme dans les autres établissements, la publicité commerciale est très présente au niveau des services alimentaires. L'alimentation et les boissons gazeuses ont leur champ d'exclusivité : *Pepsi Cola* à Université de Montréal, *Coke* et *Molson* à l'UQAC. Ces services alimentaires sont en soumission à l'Université Laval, et en partie à l'Université de Montréal.

¹ http://www.ugac.ca/medias/communique/2008/20080502_alcan.pdf

Commentaires

Dans le secteur privé, comme 13 des 15 répondants proviennent d'établissements du primaire et du secondaire, il est utile de préciser qu'au Québec, la publicité s'adressant aux enfants de moins de 13 ans est interdite par les articles 248 et 249 de la *Loi sur la protection du consommateur*. Ajoutons aussi qu'en octobre 1999, le ministre d'État à l'Éducation et à la Jeunesse, M. François Legault, publiait le guide *Publicité et contributions financières à l'école*², qui visait à régir la publicité, la commandite et les contributions d'organismes privés dans les écoles.

« Alors que la publicité se fait de plus en plus envahissante, que le coût de la moindre activité pour les jeunes est en hausse constante et que l'école doit effectuer une gestion serrée de ses ressources, il est tout à fait justifié de s'interroger sur la place que peuvent occuper les partenaires financiers dans la vie scolaire, estime le ministre. C'est pourquoi, dit-il, j'ai pris la décision de distribuer un guide qui permettra aux conseils d'établissement d'interpréter correctement les lois qui régissent la publicité et les commandites dans les écoles pour éviter que, par manque d'information, on prenne des décisions qui vont à l'encontre de la mission éducative de l'école. »

Dans ce guide, le ministre semble tenir pour acquis que les établissements scolaires du Québec devront solliciter la contribution du « privé » pour répondre aux objectifs fixés. Le guide tente de fixer des balises sur les formes de publicité qui seraient compatibles avec la mission de l'école. Par exemple, le guide considère comme acceptable la publicité qui véhicule un « message éducatif » et qui est accompagnée d'une signature « sobre » du commanditaire. Les formes de publicité qui sont inacceptables sont celles qui incitent à consommer ou qui font pression en ce sens sur les élèves. Même dans le cas de denrées liées à une saine alimentation, il n'appartient pas à l'école de promouvoir les produits d'une compagnie en particulier, en faisant par exemple une place « d'honneur » au logo de cette dernière ou en distribuant des coupons-rabais.

² *Publicité et contributions financières à l'école*, ministère d'État à l'Éducation et à la Jeunesse. 1999
http://www.meq.gouv.qc.ca/publications/publicit/broch_f.pdf

La compilation des données sur la présence de la publicité dans les établissements du regroupement privé confirme les conclusions d'une étude effectuée en 2005 par la Fédération canadienne des enseignantes et enseignants (FCE) en collaboration avec la Fédération des syndicats de l'enseignement (FSE-CSQ) et le Centre canadien de politiques alternatives (CCPA)³. Cette enquête sur la présence de l'entreprise privée dans les **écoles publiques** (primaire et secondaire) du Canada indique que le Québec résiste bien à la commercialisation dans les écoles primaires et secondaires, comparativement au reste du Canada.

En résumé, cette étude indique que la publicité dans les écoles du Québec, particulièrement dans les écoles francophones, est beaucoup moins présente que dans les autres provinces (Québec 21,4 % contre 34,3 % dans le reste du Canada). Que ce soit dans les couloirs et dans la cafétéria (8,1 % au Québec contre 16,2 % dans le reste du Canada) ou en ce qui concerne les fournitures scolaires, le Québec se comporte mieux à cet égard que les autres provinces. Cette différence s'explique essentiellement par la loi citée plus haut.

Malgré cette loi, on note quand même la présence de publicité commerciale dans les écoles privées, principalement par le biais des services alimentaires.

Le portrait de la publicité commerciale au niveau collégial est semblable à celui du secteur privé. Là aussi, elle passe principalement par les services alimentaires. Par contre, sous d'autres aspects, la situation est plus proche du niveau universitaire; par exemple, la publicité associée à des équipements ou des infrastructures semble en développement dans certains établissements.

Comme dans le secteur privé, les étudiants du collégial doivent souvent vendre différents produits pour financer certaines activités.

³ *La commercialisation des écoles canadiennes : qui mène la barque ?* Fédération canadienne des enseignantes et des enseignants (FCE) en collaboration avec la Fédération des syndicats de l'enseignement (FSE-CSQ) et le Centre canadien de politiques alternatives (CCPA), 2005 ; http://www.policyalternatives.ca/sites/default/files/uploads/publications/National_Office_Pubs/2006/Commercialisation_des_ecoles.pdf.

Il semble y avoir davantage de publicité dans les établissements universitaires et les réponses indiquent qu'elle pourrait y être en croissance. Dans certains établissements, elle serait cependant contrôlée et sous surveillance par les associations étudiantes et les syndicats. Mais cela n'est pas le cas dans tous les établissements universitaires ; aux HEC de Montréal, par exemple, toutes les salles de cours portent un nom d'entreprise. Nous n'avons aucune information sur les établissements anglophones.

Dans l'ensemble des ordres d'enseignement, la présence de machines distributrices identifiées à des compagnies de boissons gazeuses est généralisée et peut être considérée comme un aspect très important de la publicité commerciale dans les établissements scolaires du Québec. Comme les services alimentaires sont généralement donnés en sous-traitance, les collèges ne s'estiment pas responsables de cette publicité. Rappelons au passage que des débats se sont tenus dans certaines universités à l'effet de boycotter les produits *Coke*, compagnie que certains accusent d'être responsable de nombreux meurtres de syndicalistes en Amérique du Sud⁴.

La présence de la publicité commerciale ne semble pas, pour l'instant, un domaine important d'intrusion du privé dans notre système scolaire, en tout cas dans les secteurs privé et collégial, où on ne note pas de croissance. La situation serait plus préoccupante au niveau universitaire et nous devrions peut-être suivre de plus près son évolution à ce niveau.

⁴ Voir le film *L'Affaire Coca-Cola*, de German Gutierrez et Carmen Garcia, 2009.

6. RECHERCHE ET DÉVELOPPEMENT

Le portrait qui se dégage des résultats de notre enquête – au sujet de la place du secteur privé en éducation – serait incomplet si on n'évoquait pas les liens tissés par les établissements d'enseignement avec les entreprises, via la recherche.

Il existe à cet égard une profonde différence entre le collégial et l'universitaire. La recherche fait partie intégrante de la mission des universités ; les moyens dont disposent ces dernières n'ont pas de commune mesure avec la réalité du niveau collégial. Il n'est pas étonnant que les relations établies autour de la recherche soient différentes. Nous n'avons ni le mandat ni les moyens de creuser très avant cette question particulière, mais il nous est apparu utile de décrire brièvement ici l'état des lieux dans chaque cas.

a) Les centres de transfert technologiques

C'est par le biais des Centres collégiaux de transfert technologique que les cégeps ont établi des liens avec l'entreprise.

Au nombre de 46, répartis dans l'ensemble du Québec, les CCTT sont des centres de recherche des cégeps et des collèges du Québec. Ils ont pour mission d'accompagner des entreprises dans l'innovation par:

- Le soutien technique – soit l'accompagnement dans un processus de changement technologique, l'adaptation de solutions technologiques, le transfert de savoir et de savoir-faire, etc.
- Le développement technologique – soit la conception, la réalisation ou l'amélioration de produits, l'élaboration et la mise à l'essai de procédés ou d'appareils spécialisés, l'amélioration ou le développement de technologies, l'animation et l'intervention, le transfert de technologie, etc.

- L'information et la formation – soit le développement d'une formation sur mesure, la veille technologique, la recherche d'information, les suivis et les évaluations post-formation, les études de marché et les études de faisabilité, l'organisation de conférences et de colloques, etc.

Nous avons demandé à quatre syndicats volontaires de répondre à un court questionnaire sur le CCTT de leur cégep.

La moyenne de l'estimation du montant des fonds de roulement des CCTT étudiés est de 1 778 447 \$ pour l'année financière 2011. Ces fonds servent à assumer les salaires des employés œuvrant dans les centres, à administrer ces derniers et à offrir des services liés à leur mission respective. La composition des sources de financement est généralement la suivante : des subventions du MELS et du ministère du Développement économique, de l'Innovation et de l'Exportation, des revenus de projets qui proviennent des entreprises privées avec qui le CCTT fait des « affaires » et des investissements du collège. Des quatre CCTT étudiés, un était en situation déficitaire, un autre en situation financière équilibrée et les deux derniers réalisaient des profits. La situation financière des CCTT est variable d'une année à l'autre; la demande de services dépend beaucoup de l'état des marchés et, par exemple, certains CCTT sont aux prises avec de mauvaises créances possiblement liées à la crise économique. En cas de surplus budgétaires, ces derniers sont versés, dans deux cas, directement dans le fonds consolidé du collège ; dans les deux autres cas, le CCTT les conservait. Dans trois cas sur quatre, c'est le fonds consolidé du collège qui comble le déficit du CCTT; cette situation ne s'est jamais présentée dans le quatrième cas. Dès lors, pour peu qu'on puisse généraliser les résultats de notre cueillette d'information, il est difficile de présenter les CCTT comme une source de revenus complémentaire plus ou moins obligée. Le prestige d'un collège et le rayonnement de l'enseignement collégial sont plutôt en jeu ici.

En 2009-2010, les CCTT dans l'ensemble ont reçu pour leur fonctionnement 7,7 M\$ du MELS (allocation fixe, selon que le centre en est à sa première demande – période probatoire de 3 ans – ou non). Leurs revenus ont été de 16,9 M\$, soit 9,2 M\$ en provenance d'autres

sources que les subventions gouvernementales. Les dépenses encourues par les CCTT atteignant 16,5 M\$, ils ont donc dégagé un surplus d'environ 400 000 \$ cette année-là.

Même si les CCTT ont généralement un conseil d'administration autonome, certains relèvent des conseils d'administration des collèges. Les entreprises clientes des CCTT sont nombreuses et les services qui leur sont offerts semblent répondre à un besoin.

De manière générale, les activités des centres semblent être appréciées et correspondre à un besoin. Les centres permettent à la communauté de profiter des compétences et de l'expertise issues des recherches appliquées de niveau collégial. On aurait pu craindre, de par la proximité avec le marché du travail, qu'une influence sur la facture des programmes ne se développe par cette voie, mais cela ne s'est pas avéré. La structure d'élaboration et d'actualisation des programmes ne sollicite en rien les CCTT. Par la nature des services qu'ils offrent, ces centres sont en relation étroite avec les entreprises régionales, puisqu'il s'agit de leurs clients; mais, pour le moment, les travaux et opérations des CCTT sont à ce point spécialisés qu'ils semblent relativement éloignés des programmes réguliers. Pour l'instant, donc, ils ne constituent pas des voies d'influence externe dans la composition et/ou la détermination des compétences et contenus des programmes, et rien de cette nature n'est avancé dans les pistes mises de l'avant suite au forum de la ministre Beauchamp sur l'adéquation formation-emploi.

Il faut aussi s'attarder au type de liens qui existent entre ces centres et le personnel enseignant. Notre rapide enquête a démontré que les services donnés par ces centres le sont en grande proportion par des enseignantes et enseignants permanents du secteur de l'enseignement régulier, qui bénéficient de prêts de services pour y œuvrer. Certes, cette façon de faire permet à ceux-ci de profiter d'un perfectionnement technologique tout à fait louable, tout en mettant à profit leurs compétences, et de ramener leur expérience dans leur département. Toutefois, il semble qu'il y ait peu d'allers-retours entre l'enseignement et le passage dans les centres. Certains prêts de services sont plutôt des permanences

déguisées, et on peut se demander si un échange plus régulier permettrait un meilleur équilibre dans le transfert d'expertise.

Les autres services autofinancés (services auxiliaires)

Les plupart des cégeps ont également mis sur pied un certain nombre de services dits autofinancés. Il s'agit de services auxiliaires, c'est-à-dire d'activités parallèles à l'enseignement régulier; plusieurs établissements s'inscrivent par là dans une logique de développement et de diversification de leurs activités.

Les services autofinancés les plus communs sont ceux de la formation continue – qui entre parfois en concurrence avec les programmes réguliers – , de corporations des affaires étudiantes – qui peuvent, par exemple, être propriétaires de leur propre école de conduite – et de centres linguistiques. Ces services peuvent générer de temps en temps des profits qui donneront aux cégeps une certaine marge de manœuvre budgétaire. Certains syndicats ont rapporté que la corporation étudiante de leur cégep avait fait des profits de 250 000 \$. Ces profits serviront-ils à diminuer les frais afférents imposés aux étudiantes et aux étudiants, ou à financer de nouveaux projets de développement tel que le voudrait la logique marchande ? Les associations étudiantes auraient sans doute intérêt à suivre de près ce type de dossier.

La nouvelle tendance, en matière de services autofinancés, est la mise sur pied de services de développement international (SERDI). Un cégep a rapporté qu'un tel service avait fait des profits de 228 000 \$. Il s'agit d'une relative nouveauté, et plusieurs éléments mériteraient qu'on s'y attarde. Dans quelle perspective s'inscrivent les échanges internationaux que mettent en place nos cégeps? S'agit-il davantage d'une commercialisation de certains services (programmes, personnel enseignant) ou d'une logique de coopération internationale? Voilà un autre dossier qui mériterait d'être mis en chantier.

La recherche à l'université

Lors du *Rendez-vous du savoir 2011*, à l'*University Club of Montreal*, en octobre dernier, les recteurs de l'Université Laval et de l'Université de Montréal ont déploré la faible participation de l'entreprise privée à la recherche effectuée à l'université. Le recteur Brière de l'Université Laval souhaitait plus de flexibilité de la part des universités, tandis que le recteur Breton de l'Université de Montréal déclarait : « les cerveaux doivent correspondre aux besoins de l'entreprise. Je suis convaincu que les universités peuvent mieux faciliter le travail des entreprises. » (*La Presse*, 7 octobre 2011). La mainmise sur l'institution universitaire par les grandes entreprises s'avère la voie royale, alors que les gouvernements n'ont plus les moyens d'investir dans la relance du savoir de pointe et la recherche innovatrice.

La structure de la recherche et les organismes subventionnaires

Il existe deux grands types de recherche à l'université : la recherche fondamentale, dite libre, et subventionnée par les grands fonds publics; la recherche appliquée, dite ciblée ou concertée, qui se fait souvent en partenariat avec des organismes publics ou des entreprises privées (ce sont la plupart du temps des firmes multinationales de technologie de pointe).

Ces recherches, en majeure partie, sont tributaires de subventions publiques qui proviennent des grands fonds canadiens ou québécois. Ceux-ci sélectionnent les projets et les encadrent, soumettent parfois des thématiques et des domaines prioritaires, et favorisent fortement des cibles et le partenariat.

Au Canada, il existe trois grands conseils subventionnaires statutaires : le Conseil de recherche en sciences humaines (CRSH) ; le Conseil de recherche en sciences naturelles et en génie (CRSNG) ; l'Institut de recherche en santé du Canada (IRSQ).

Au Québec, depuis septembre 2011 et à la suite de l'adoption de la Loi 130, les fonds existants ont été renommés : le Fonds de recherche en santé du Québec (FRSQ); le Fonds de recherche québécois en nature et technologie (FRQNT) et le Conseil québécois de recherche

en société et culture (CQRSC). Ces fonds sont sous l'autorité du scientifique en chef du Québec, Rémi Quirion, et disposent d'une subvention totale de 32 millions \$ pour l'année 2010-2011.

Le Canada a créé en outre, en 2000, le régime des chaires de recherche universitaire dans le cadre de sa politique d'innovation gouvernée par la Fondation canadienne pour l'innovation. Près de 2 000 chaires réparties dans 72 établissements universitaires canadiens reçoivent des subventions qui avoisinent 300 millions \$ par année. Ce programme décennal est en révision pour une relance ; il s'agit ainsi de cibler davantage les domaines privilégiés, sujets à des subventions d'une durée de quatre ans et renouvelables.

À cause des restrictions budgétaires de l'un et l'autre gouvernement, les subventions publiques ont tendance à diminuer pour laisser la place à la contribution du secteur privé. C'est ainsi que des ententes sont signées avec de grandes entreprises qui investissent dans la « recherche collaborative » avec des équipes de chercheurs universitaires.

L'état actuel de la recherche commanditée ou en partenariat

À la mi-octobre, la Chambre de commerce du Montréal métropolitain rendait public un sondage pancanadien sur la collaboration entreprises-universités. Sur les 202 répondants de l'échantillon du Québec, 48 % avouaient une certaine satisfaction vis-à-vis des compétences et des expertises, jugées avantageuses, quant à leur collaboration avec les établissements de recherche universitaire au Québec (satisfaction à 62 % pour tout le Canada). Les entreprises évaluaient ainsi les aspects de cette collaboration : accès à une main-d'œuvre très qualifiée (45 %) ; accès à un réseau scientifique (22 %) ; accès à des technologies innovantes (14 %) ; enfin, accès au développement de produits ou de services (14 %) (*Les Affaires*, 15 octobre 2011). Pas étonnant que les recteurs jugent insuffisante la collaboration et promeuvent la relance des partenariats, surtout en technologies avancées et innovatrices, comme la biotechnologie, les technologies de communication et d'informatique, le génie aérospatial, les technologies en environnement. Bienvenue à l'entrepreneuriat!

De plus, des organismes de valorisation et de commercialisation ont récemment signé des ententes pour la promotion des découvertes, tels Univalor et le Centre québécois de l'innovation en biotechnologie. Les fonds privés d'investissement suivent la marche, et les firmes de haute technologie les accompagnent (*Les Affaires*, 15 et 29 octobre 2011).

« Le discours utilitaire a la cote », titrait un cahier Université du journal *Le Devoir* en date du 30 octobre dernier. Les établissements offrent des programmes de maîtrise et doctorat axés sur les domaines de pointe en technologie : Stratégie de l'intelligence d'affaires (Université de Sherbrooke), Sciences et technologie de l'eau (INRS). L'École de technologie supérieure et l'École Polytechnique multiplient les partenariats avec l'entreprise privée. « On ne peut pas travailler isolé des industries » déclare le chercheur de l'ÉTS, Hany Moustapha. La tendance à la recherche collaborative s'affirme, mais reste encore loin de ce qui se fait aux États-Unis qui servent de modèle en la matière. « Il faut abattre les frontières entre l'enseignement et la recherche, entre la recherche fondamentale et la recherche appliquée, et entre les diverses disciplines », souligne un document du Forum international des universités publiques (*Le Devoir*, 22 octobre).

Face à ces avancées et promotions, la recherche fondamentale libre est en péril, dit le Dr Tarik Moroy de l'Institut de recherche clinique de Montréal. Seulement 15 % des demandes de bourses en recherche libre sont accordées par les fonds canadiens, situation que dément l'Institut de recherche en santé du Canada, qui affirme que 70 % de ses subventions vont à la recherche libre contre 30 % à la recherche ciblée. La différence vient sans doute des deux autres fonds de recherche canadiens qui privilégient grandement la recherche ciblée en partenariat avec l'entreprise. Les petits fonds de recherche du Québec doivent compenser pour la recherche fondamentale. C'est une situation que la chercheuse Andrée Lajoie a documenté dans son livre « *Vive la recherche libre!* »⁵ : en sciences humaines et sociales, la recherche libre se partageait seulement 30 % des subventions canadiennes et québécoises en 2006, comparativement à 53 % en 1976. De son étude,

⁵ Lajoie, Andrée : « *Vive la recherche libre!* », Montréal, éditions Liber, 2009.

Mme Lajoie conclue en l'instrumentalisation de la mission principale de l'université, celle de la transmission libre des connaissances ; mais l'appel au partenariat pour la recherche ciblée a déjà fait beaucoup de chemin depuis lors.

La gestion de la recherche à l'université

Les sommes d'argent pour la recherche sont comptabilisées dans un fonds spécifique dit « sans restriction », autant les subventions provenant des gouvernements que les contributions du secteur privé. Dans les états financiers des établissements, il est impossible de distinguer la portion des contributions privées dans cet amalgame. On estime cet ensemble à près de 1,4 milliard \$ pour 2004. Qu'en est-il aujourd'hui, en 2011 ? Sans doute plus de 2 milliards \$. Comme les subventions publiques ont été restreintes, qu'advient-il des contributions privées?

La gestion des subventions à la recherche est centralisée par un appareil bureaucratique dans la plupart des établissements. Des coûts s'ajoutent à l'utilisation des subventions ; ceci porte le nom de « coûts indirects de la recherche ». Les universités doivent compenser les maigres subsides que les gouvernements attribuent à ces fins, car les subventionnaires n'en paient que 15 %. Il s'agit de mettre sur pied des laboratoires, des espaces pour les équipes et autres équipements spécialisés. Les établissements doivent alors puiser dans le fonds général de fonctionnement consacré à l'enseignement pour nourrir ces besoins, peut-être aussi dans le fonds de dotation des fondations. Il reste que ces ponctions enlèvent des ressources pour le fonctionnement consacré à la mission d'enseignement. Le fonds des immobilisations accuse de même une croissance pour couvrir ces coûts indirects. Est-il possible que le fonds des immobilisations, en plus de celui du fonctionnement de base, doive contribuer à ces coûts indirects de la recherche ? Très probable, mais dans quelle mesure? Ainsi, le financement public de base pour « l'enseignement et la recherche » doit subvenir à l'insuffisance de ces coûts qui augmentent, étant trop peu assumés par les commanditaires de la recherche appliquée. La recherche étant devenue la principale mission d'importance dans la plupart des établissements universitaires, des ponctions sur la mission

d'enseignement servent évidemment à compenser la situation, ce que déplorent toutes les administrations universitaires.

La commercialisation de la recherche universitaire

Selon les auteurs Martin et Ouellet⁶, il s'agit d'un nouveau moyen de financer le système universitaire, tout comme la hausse des frais de scolarité. Mais les universités n'en retirent que des miettes (moins de 1 %), compte tenu des frais qu'occasionnent la bureaucratie et les frais de contentieux pour la gestion des brevets et licences. Tout est refilé dans le règne de la finance et de la prise de risques en spéculation boursière sur les découvertes innovatrices, probablement rentables. Qu'on se rappelle le récent krach de la bulle des technologies !

Citons les auteurs : « C'est une façon, pour les entreprises, de sous-traiter la recherche aux universités, dans le contexte de la montée en puissance d'une économie financiarisée, hautement spéculative. On assiste donc à un processus de socialisation des risques par le biais du financement public de la recherche et de la privatisation des profits au bénéfice des grandes entreprises et, le comble, c'est que ce processus sert de prétexte à la diminution du financement public des études »⁷.

Plusieurs observateurs, au Québec comme au Canada, constatent un réel déplacement des missions de l'université : abandon de l'enseignement de premier cycle de la part des professeurs-chercheurs, déviation des ressources vers la recherche et les immobilisations, et négligence de la formation au premier cycle des études où pourtant les chargés de cours remplissent une tâche exemplaire (*The Globe and Mail*, 21 octobre 2011). Un redressement s'impose, de toute évidence, contre la marchandisation et la mainmise des entreprises sur les institutions de haut savoir.

⁶ Martin, Éric et Maxime Ouellet : *Université Inc.*, Des mythes sur la hausse des frais de scolarité et l'économie du savoir, Montréal, Éditions Lux, 2011.

⁷ Idem, pages 109-110. Voir aussi l'article du journal *Le Devoir*, 26 octobre 2011 : «L'université n'est pas une entreprise».

Notre enquête a fait la preuve que les avancées du privé dans les établissements d'éducation au Québec sont réelles, bien que sous un relatif contrôle. Une grande vigilance devra être maintenue, afin de s'assurer que le caractère public de notre système d'éducation soit assuré et que les entreprises ne puissent pas bénéficier sans balises claires d'un marché captif pour faire des profits.

7. CONCLUSION

Si notre enquête nous a permis de bien identifier les modes de privatisation exogène – soit la pénétration de l'entreprise privée dans nos écoles, cégeps et universités – nous n'avons pas pu aborder la privatisation endogène, qui concerne l'approche managériale inspirée des pratiques du privé.

Le rôle important des fondations nous a paru particulièrement inquiétant. Les fondations vont dans certains cas chercher des sommes très élevées, ce qui nécessite une grande implication : organisation de campagnes et d'activités-bénéfices, sollicitation auprès des entreprises, investissements pour aller chercher plus de fonds. Est-ce bien le rôle d'un établissement d'enseignement d'entreprendre un pareil travail ? La sollicitation auprès de généreux donateurs ne le prive-t-il pas de son indépendance ? Les fondations ne jouent-elles pas un rôle qui devrait être assumé par le financement public ? La quasi-totalité des écoles, cégeps et universités – dont les syndicats ont répondu à notre enquête – ont une fondation, ce qui montre à quel point le phénomène est désormais établi. Ceci nous inquiète pour l'avenir : l'État, se délestant de sa mission de financer les établissements scolaires à la hauteur de leurs besoins, laissera aux individus plus aisés et aux entreprises le soin de compenser, ce qui accentuera la concurrence, provoquera des problèmes d'iniquité et de perte d'autonomie.

Il nous est alors difficile de ne pas associer l'intrusion du privé dans les établissements d'enseignement à la baisse de leur financement. Les revenus moindres de l'État, causés entre autres par des baisses systématiques d'impôt, ont des incidences directes sur la santé financière des écoles. On cherche alors à combler les manques à gagner en ayant recours, de diverses manières, à l'entreprise privée ; mais les conséquences de ce virage n'ont pas été évaluées.

Nous venons de mentionner les effets pervers que peuvent avoir les fondations. D'autres questions se posent. La sous-traitance est-elle vraiment la solution efficace que l'on nous

présente ? Ce recours à l'entreprise privée décharge les établissements de certaines responsabilités. Mais est-il vraiment plus économique, tenant compte des profits que doit nécessairement réaliser l'entreprise privée ? Et qu'en est-il des conditions de travail des employés en sous-traitance, qui souvent ne sont pas syndiqués ? Les cégeps et les universités ne devraient-ils pas chasser toutes les publicités de leur territoire, comme la loi l'exige dans les écoles secondaires ?

L'entreprise privée s'est introduite progressivement et discrètement dans les écoles où elle est désormais bien installée. Certes, le phénomène semble avoir moins d'ampleur au Québec que dans le reste du Canada et aux États-Unis; mais il nous paraîtrait souhaitable qu'une véritable réflexion soit entreprise par des instances compétentes sur les coûts, les impacts et la nécessité de cette intrusion.