

## Constante évolution



Michael Fritschi  
Rédacteur en chef

— Après la tempête dans un verre d'eau que les médias ont déclenchée sur le rôle et la valeur de la formation professionnelle duale l'automne passé, le monde de la formation professionnelle suisse a retrouvé un certain calme. Les services compétents des différents partenaires peuvent à nouveau se consacrer à leurs tâches prioritaires. Les relations publiques en font partie, notamment sous la forme du marketing de la formation professionnelle. Le focus du présent numéro lui est consacré. Un marketing circonspect des métiers et des places d'apprentissage contribue de manière essentielle au bon fonctionnement du «marché de la formation professionnelle initiale». Celui-ci a d'autant plus gagné en importance que la formation professionnelle doit s'adapter aux évolutions économiques toujours plus rapides et communiquer de manière ciblée les transformations nécessaires dans la structure et l'offre de formation.

Dans une vue d'ensemble tout en nuances, nous vous montrerons comment la Confédération, les cantons et les organisations du monde du travail font face aux différents défis de ce marketing particulier en fonction de leurs rôles respectifs. Les esprits critiques trouveront à redire, arguant que les méthodes que nous présentons sont susceptibles d'être améliorées. C'est peut-être vrai. Comme la formation professionnelle, le marketing en la matière peut sans cesse faire l'objet d'améliorations. Nous espérons apporter notre pierre à l'édifice en offrant un aperçu global et aisément compréhensible des rapports encore peu connus entre les différents partenaires dans le domaine. —

Pour approfondir le thème de l'un ou l'autre article, vous pouvez consulter la liste de liens et de références bibliographiques disponible sur [www.panorama.ch](http://www.panorama.ch).

Les photos introduisant chaque rubrique ont été prises au centre de compétences pour l'électronique de puissance et les variateurs C.A. moyenne tension d'ABB à Turgi/AG.