

TENDANCES

L'INDUSTRIE SUR TOUS LES FRONTS

RECRUTEMENT Pour susciter des vocations, l'industrie et la filière nucléaire déploient d'intenses efforts de communication qui vont du jeu vidéo à la campagne grand public, en passant par la très classique visite de site.

GILMAR SEQUEIRA MARTINS

Les chiffres parlent d'eux-mêmes. « La filière nucléaire française doit recruter de l'ordre de 100 000 personnes sur dix ans », indique Anne Jancovici, présidente de l'Université des métiers du nucléaire (UMN). Idem pour les industries mécaniques : « Il faudra 43 000 à 50 000 recrutements par an pour les dix prochaines années », confirme Sérgio da Rocha, responsable formation de la Fédération des industries mécaniques. Le secteur de la chaudronnerie, tuyauterie et soudage cherche chaque année 5 000 postes mais... « Le système de formation ne satisfait que 50 % des besoins et il y a encore beaucoup de réticences pour les enseignants de collège à orienter les élèves vers les métiers de l'industrie », précise Yolande Lenoir, secrétaire générale de France Chaudronnerie. Le défi est d'autant plus complexe qu'avec 80 % de TPE-PME, la filière est atomisée, confrontée à une future vague de départs – environ 20 % des salariés de l'industrie ont plus de 55 ans – et qu'il faudra surtout recruter des techniciens bac +2 et bac +3, des cursus longtemps délaissés au profit des études longues.

UN « TOP CHEF » POUR L'INDUSTRIE.

Dès 2023, les 29 branches industrielles de l'Opco 2i lançaient la marque ombrelle « Avec l'industrie », portée par deux vagues annuelles de communication grand public (TV, cinéma, affichage, digital), des événements locaux et le site avecindustrie.fr. Un nouveau slogan a été lancé en octobre (« Viens,



ForIndustrie est un outil pédagogique qui montre les métiers industriels de manière ludique et immersive. Les élèves sont aussi en relation avec un binôme de professionnels.

on accélère avec l'industrie») et M6 va diffuser du 22 novembre au 13 décembre quatre épisodes sur le modèle de l'émission *Top Chef*. De jeunes alternants dans l'industrie présenteront un projet innovant à un jury. « Ce programme va permettre de cibler des candidats potentiels mais aussi des prescripteurs car c'est une émission très familiale », explique Stéphanie Lagalle-Baranès, directrice générale de l'Opco 2i. Le digital accueille bien plus d'initiatives, à commencer par ForIndustrie, conçu par l'agence Euphoriques. Active depuis cinq ans, cette « infrastructure numérique » permet aux professeurs de montrer à leurs élèves les métiers de l'industrie et les formations

possibles à travers 700 vidéos fournies par 23 filières industrielles. Les élèves sont aussi en relation avec un binôme de professionnels. En 2024, 294 salariés volontaires, dont 44 % de femmes, ont ainsi échangé avec les collégiens et les lycéens sur leur métier. Mieux encore : les classes peuvent s'affronter en ligne lors d'un Grand Défi organisé à l'automne. Les gagnantes se voient offrir la visite de sites industriels. « En 2024, 4 200 classes ont été inscrites provenant de 1 400 collèges et lycées », précise Mathieu Rozières, directeur de l'agence. Les vidéos ont généré 6 millions de vues et le temps moyen de jeu est de 43 minutes. De son côté, l'UMN a développé un portail digital (monavenirdansle-



nucléaire.fr) qui liste 7 000 offres d'emploi, 450 formations classées par région et 90 fiches métiers. Lancée en mai, la CVthèque a déjà recueilli plus de 400 CV que peuvent consulter 250 recruteurs. « Le site a accueilli 100 000 visiteurs en 2024, un trafic doublé par rapport à 2023 », précise Anne Jancovici. France Chaudronnerie a misé sur la découverte des métiers avec CTM Virtual Xperience. « Ce dispositif est utilisé avec des casques de réalité virtuelle dans le cursus de formation initiale ou continue mais aussi pour faire découvrir les métiers aux jeunes dans les salons ou d'autres manifestations », explique Yolande Lenoir. La visite de sites a aussi le vent en poupe. Actif sur une cinquantaine de sites industriels ou centrales nucléaires, Rouge Vif (lire ci-contre) mobilise une centaine de collaborateurs pour guider chaque année 100 000 visiteurs. « Ils peuvent être spécialisés dans un domaine technique, ingénieurs, ou enseignants, mais tou-

jours avec une forte expertise en communication pédagogique », explique Estelle Jouvenet, directrice générale adjointe. Parmi les visiteurs figurent de très nombreux collégiens, lycéens et étudiants qui viennent pour affiner leur orientation. « Leur perception évolue fortement quand ils découvrent des endroits auxquels ils n'ont généralement pas accès et aussi la passion des personnes qui y travaillent », sou-

ligne la responsable. Ces efforts commencent à porter leurs fruits. Selon le baromètre Ipsos commandé par l'Opco 2i, l'image de l'industrie est passée de 47 % d'opinion positive en 2019 à 64 % fin 2024. Pour autant, nombre de CFA de l'industrie ne font toujours pas le plein. Un constat qui devrait pousser les acteurs du secteur à renforcer leurs investissements dans la communication. ■

ROUGE VIF MISE SUR L'HYPER-PROXIMITÉ

De 2020 à fin 2025, Rouge Vif a accompagné Inspire, le projet de transformation du réseau de bus de la métropole de Clermont-Ferrand (30 lignes) et de création de 35 kilomètres de nouvelles voies pour le « trambus ». Durant la phase de concertation, cinq personnes ont organisé une centaine de rencontres avec les habitants. « Nous avons déployé un bus qui a sillonné la métropole pour présenter le projet, détaille Éric André, directeur général adjoint. Nous avons touché environ 20 % de la population de cette métropole de 300 000 habitants et il y a eu plus de 3 000 contributions. » La phase des travaux a mobilisé une équipe de sept collaborateurs. « Nous les avons recrutés sur le terrain pour avoir des gens qui connaissent la ville et les sujets à traiter, explique Éric André. Ce ne sont pas toujours des communicants mais plutôt des gens qui ont fait de la sociologie ou Sciences Po, voire des profils assez autodidactes, mais qui ont du bon sens et de l'empathie. Ce travail d'hyper-proximité a été la clé de la réussite ou en tous les cas de l'acceptation de cette grande transformation. »