

Projet SHS bis 2007 du Conseil Régional Midi-Pyrénées

# *De quelles représentations souffrent les métiers en mal de main d'œuvre ?*

## SYNTHESE

de l'étude réalisée par le CREFI-T  
Université de Toulouse 2 - Le Mirail

**Coordination** : Sabrina Labbé

**Responsabilité scientifique** : Michel Bataille/ Christine Mias

**Co-auteurs** : Lac, M., Ratinaud, P., Piasser, A. et Bouyssières, P.

**Participation à l'élaboration du document** : Vidaller, V., Netto, S.,  
Crépin, V., Capet, M. et Molimart, M.



*Nous tenons à remercier ici toutes les personnes et institutions qui ont, de près ou de loin, participé à cette recherche.*

*Merci aussi à toutes celles qui ont répondu à nos diverses sollicitations lors des différentes rencontres et/ou manifestations pour répondre aux questionnaires et aux entretiens.*

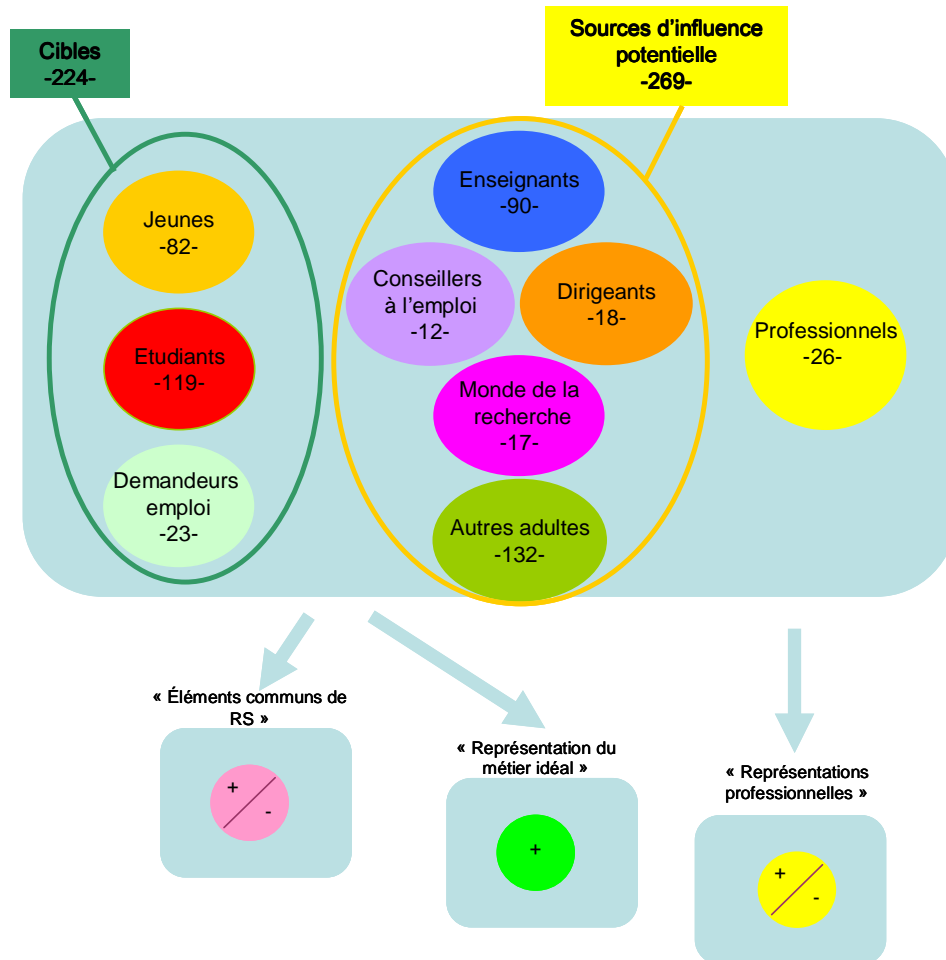
*Nous remercions aussi le Conseil Régional de Midi-Pyrénées de nous avoir permis de mener à bien ce travail.*

Cette recherche part du constat que la croissance des entreprises industrielles est freinée par un déficit en terme de main d'œuvre. En effet, ces dernières peinent depuis des années à recruter certains types d'employés qualifiés. Des formations professionnelles spécialisées ont cependant été créées afin d'y remédier mais ces dernières restent souvent en sous effectif. Selon nous, une image négative des métiers pèse sur cette pénurie. Nous avons donc souhaité étudier les représentations de ces métiers (auprès des professionnels de l'insertion, des professeurs, des parents mais aussi des jeunes, des demandeurs d'emploi etc.) afin de proposer les bases d'une communication allant vers la revalorisation des filières professionnelles concernées. Cette action, financée par le **Conseil Régional Midi-Pyrénées**, s'inscrit dans un partenariat avec l'association d'industriels : « Mecanic Vallée » qui constitue, sur le territoire, un acteur industriel de poids.

Le protocole (cf. schéma suivant) visait à recueillir, par l'intermédiaire de questionnaires, les représentations sociales existant, pour différentes populations de sujet, des métiers de l'industrie. Pour ce faire, nous avons choisi de régler notre focale sur trois métiers reconnus par l'association comme étant particulièrement en tension : **le chaudronnier, le soudeur et l'opérateur sur machines à commande numérique (OCN)**.

Trois types de sujets se distinguent dans le schéma :

- les personnes cibles qui représentent la population pour laquelle une communication devra être créée (les jeunes et les étudiants qui pourraient exercer ces métiers mais aussi les demandeurs d'emploi, lors d'une éventuelle reconversion) ;
- les sources d'influences qui représentent des personnes qui, lors d'interactions ou par leur proximité avec les cibles sont susceptibles d'influencer leurs attitudes et représentations ;
- les professionnels qui sont des personnes exerçant un des trois métiers.



### Schématisation du protocole de recherche et de la répartition des sujets

Au total 691 personnes ont participé à cette recherche : 72 dans une étape exploratoire puis 519 dans un second temps. La moyenne d'âge de la population est de 32 ans et 49,1% sont de sexe féminin. Réparties en 3 types de catégories de sujets, la population interrogée fournit la « matière première » permettant l'élaboration de la communication attendue. Pour ce faire, nous avons choisi d'étudier, non pas les objets professionnels pris indépendamment de leur contexte mais bien, un **système représentationnel**, comportant, entre autre, les 3 métiers ciblés mais aussi la représentation des métiers de l'industrie et la représentation du travail en général.

Pour chacune des représentations, nous avons dissocié :

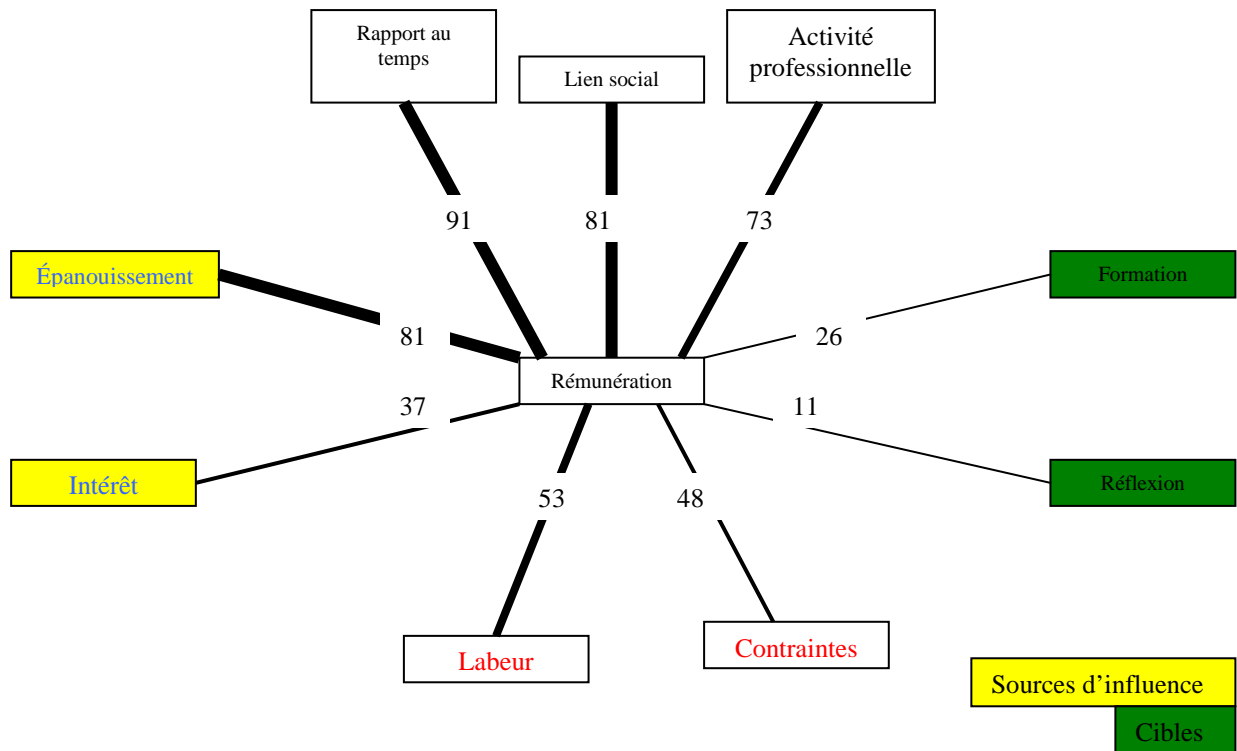
- les éléments positifs qui constituent les bases cognitives sur lesquelles fonder nos propositions de communication ;
- des éléments négatifs qui constituent les éléments de communication à « corriger ».

Enfin, afin de recueillir des arguments de choix, nous avons utilisé deux méthodes :

- la première consiste à projeter les gens vers ce qu'ils pensent être le métier **idéal** ;
- la seconde consiste à interroger les **professionnels** eux-mêmes qui, attachés à leur métier, nous fournissent des arguments pertinents pour rendre ces métiers attractifs. Ainsi, c'est en confrontant ces divers univers cognitifs que nous pouvons apporter des propositions de communication pour la valorisation de ces métiers (cf. schéma p. 12).

## A. L'IMAGE DU TRAVAIL

Le premier contexte dans lequel s'inscrit la représentation des métiers de l'industrie est celui du travail. Les personnes interrogées devaient donner les 5 premiers mots qui leur venaient à l'esprit à l'évocation du mot travail. Après catégorisation de l'ensemble des termes fournis, nous avons procédé à des calculs statistiques nous permettant d'évaluer la force du lien existant entre les mots. Les chiffres sur le schéma ci-dessous indiquent cette force (nombre de cooccurrences ou nombre de fois où les deux mots sont cités simultanément à l'évocation du mot travail).



**Graphique des cooccurrences pour le mot travail**

Ce graphique nous permet donc de représenter le réseau sémantique associé au mot « travail » (sorte de carte cognitive présente à l'évocation du terme). L'image qui nous est proposée est une traduction graphique d'une représentation sociale du travail et met en évidence le « poids » de la rémunération dans les évocations, mais plus particulièrement, montre sa fréquence d'évocation en lien avec un autre terme. Exemple : le « rapport au temps » de travail est évoqué souvent en association avec le terme « rémunération » (indice 91).

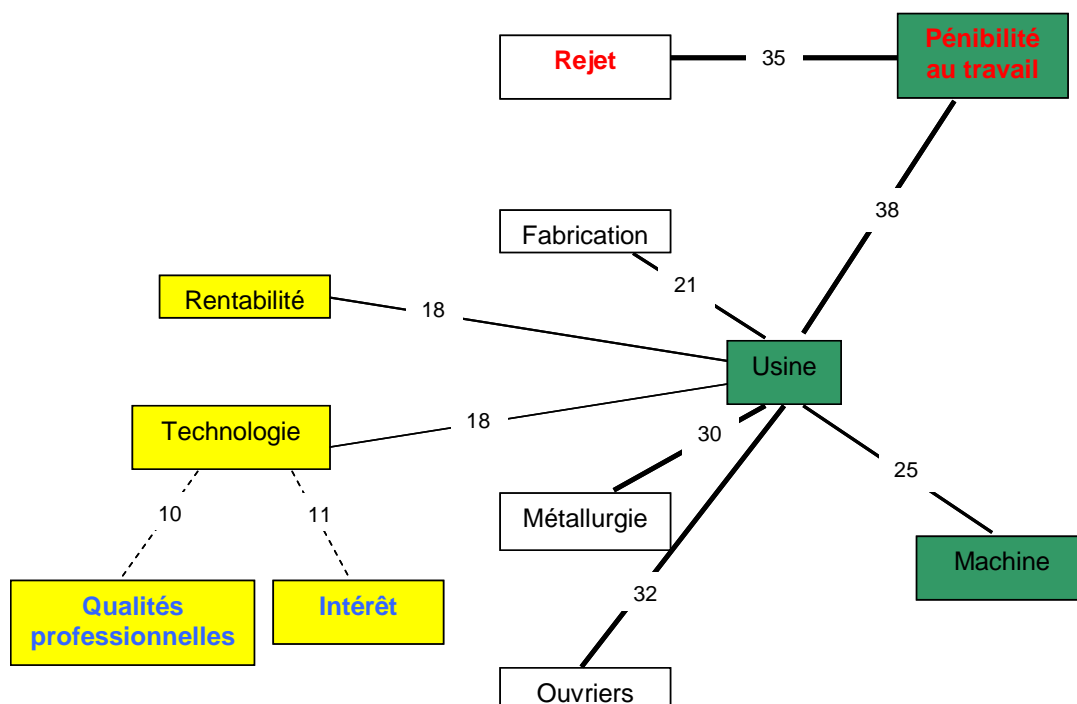
Le terme « **rémunération** » est donc central, au sens de l'analyse structurale proposée par les théoriciens de l'École d'Aix en Provence. Dit autrement, ce terme est le plus attractif, saillant et fréquent à l'évocation du mot travail. Ou encore, à la question « qu'est ce que le travail ? », la réponse est : « ce qui permet d'obtenir une rémunération » (sans doute rejoignons-nous ici le vieil adage : *tout travail mérite salaire*).

Le terme est lié à des éléments dits périphériques. En particulier, il est fortement associé à « rapport au temps », « lien social », « épanouissement », « activité professionnelle », « labeur », « contraintes ». Il est moins associé aux autres termes tels que : « formation », « intérêt », « réflexion », « termes » qui seraient peut-être plus liés aux prises de position des personnes cibles dans l'attente d'un travail rémunérateur.

En tous cas, comme le souligne Moscovici (2000) « quoi que l'on dise, dans notre société, ce qui fait que quelqu'un participe socialement, c'est le travail » ... et, ajouterons-nous, sa rémunération qui permet de maintenir et développer le lien social. Enfin, la schématisation proposée permet de visualiser les éléments partagés par les deux groupes construits : les points d'accord concernant l'objet travail (cases sur fond blanc) mais aussi les éléments spécifiques à chacun de ces deux groupes. Pour les individus « cibles » (cases sur fond vert) il existerait un rapport étroit entre le degré de rémunération du travail et les niveaux de formation et intellectuel (« réflexion ») des individus quand pour les « sources d'influence » (cases sur fond jaune) ce rapport serait plus centré sur la qualité de vie (« épanouissement », « intérêts »). Pour ce dernier groupe on peut alors évoquer deux discours potentiels : un qui mettrait en avant la rémunération et son niveau comme facteur de « bien être » des individus et un autre qui intégrerait cet épanouissement individuel comme élément particulier de rémunération du travail. Deux éléments négatifs sont communs aux deux groupes : l'idée de « contrainte » voire même de « labeur » (dont les éléments constitutifs sont nettement plus péjoratifs). Notons aussi que les seuls éléments positifs de la représentation (l'« épanouissement » et l'« intérêt ») sont associés aux sources d'influence et non à nos cibles. Ils constituent donc des thématiques qu'il serait peut-être souhaitable de développer chez les cibles.

## **B. L'IMAGE DES METIERS DE L'INDUSTRIE**

De la même manière nous avons interrogé les sujets sur les mots apparaissant à l'évocation de l'expression « métiers de l'industrie ». Le traitement des données recueillies nous permet d'obtenir le schéma suivant.

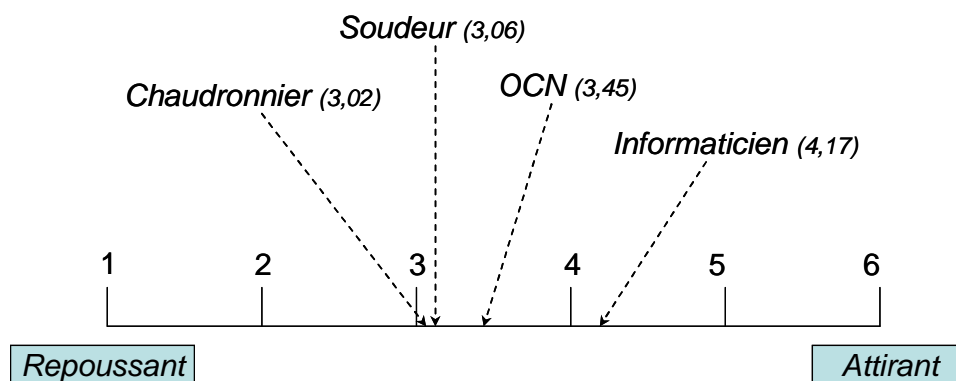


***Graphique des cooccurrences pour l'expression « métiers de l'industrie »***

Cette image donne comme association la plus fréquente aux métiers de l'industrie le terme « usine ». A des termes quasi classiques d'association comme : une usine fabrique, elle assimile la métallurgie et surtout, elle est composée d'ouvriers. Des divergences peuvent être remarquées, en effet, pour la cible, le fait de travailler en usine sur des machines est aussi synonyme de pénibilité au travail, voire entraîne un rejet de ce type d'établissement professionnel. *A contrario*, pour la source d'influence, l'usine développe des technologies qui nécessitent des qualités professionnelles et sont porteuses d'« intérêt », voire de développement de la créativité... Mais on note également l'association avec la notion de « rentabilité » qui est l'essence même des objectifs industriels.

### C. L'IMAGE DES TROIS METIERS CIBLES

Avant d'aborder les représentations des trois métiers ciblés pour notre étude, nous souhaitons ici présenter les positions attitudeinales que les personnes interrogées ont fournies à leurs propos. Sur une échelle allant de 1 à 6 (de repoussant à attirant), nous avons positionné les attitudes recueillies face à ces trois métiers.

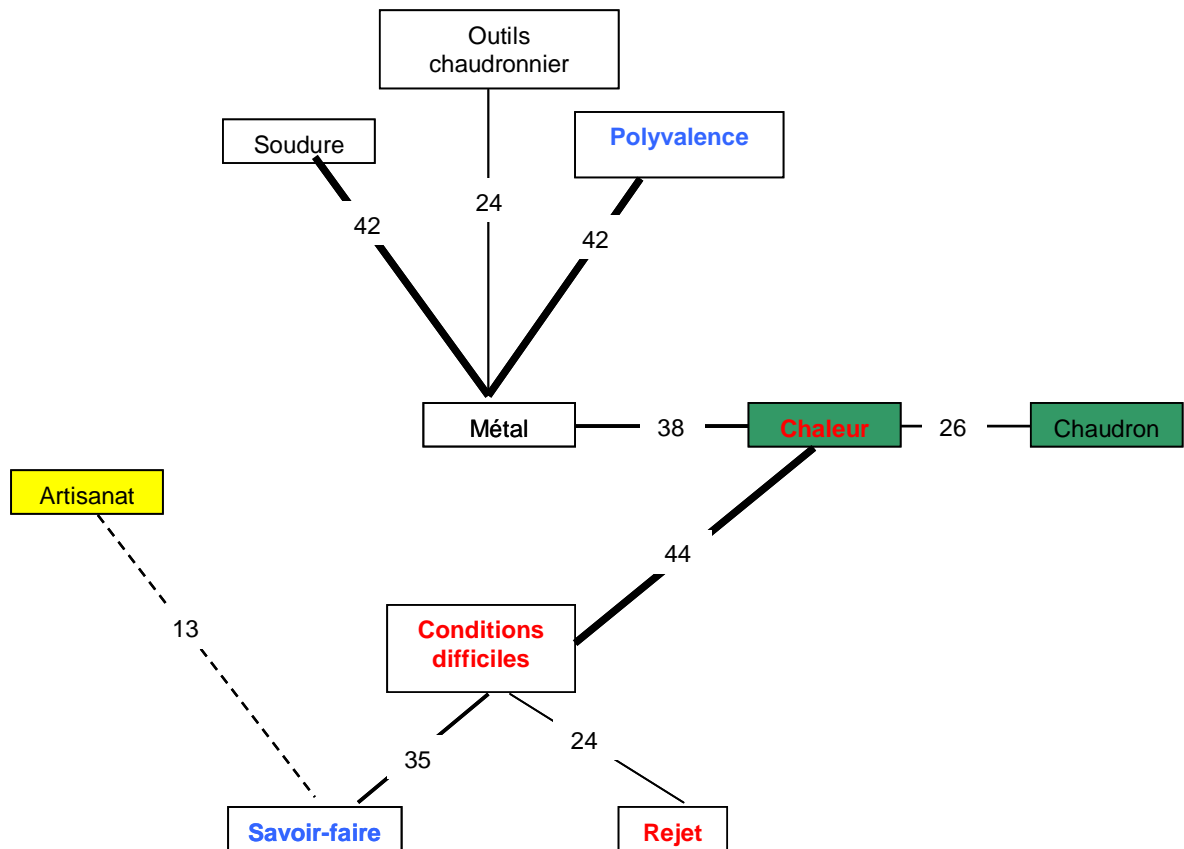


#### Scores moyens d'attitudes face aux métiers

On remarque que les trois métiers ne bénéficient pas d'une cote d'amour très positive car la limite négative place les scores en dessous de 3,5 sur le côté négatif de l'échelle. Seul, le métier d'OCN s'approcherait de la limite médiane avec un score moyen de 3,45. A des fins de comparaison et de contrôle, nous avons reporté sur le schéma le score obtenu pour le métier d'informaticien (un métier reconnu comme étant plutôt apprécié) : il recueille en effet un score positif de 4,17. Ceci nous permet de valider cette échelle et d'affirmer que ces métiers ne sont pas perçus comme attractifs.

## (1) Le chaudronnier

Voyons à présent quelle image renvoie l'évocation du métier de chaudronnier.

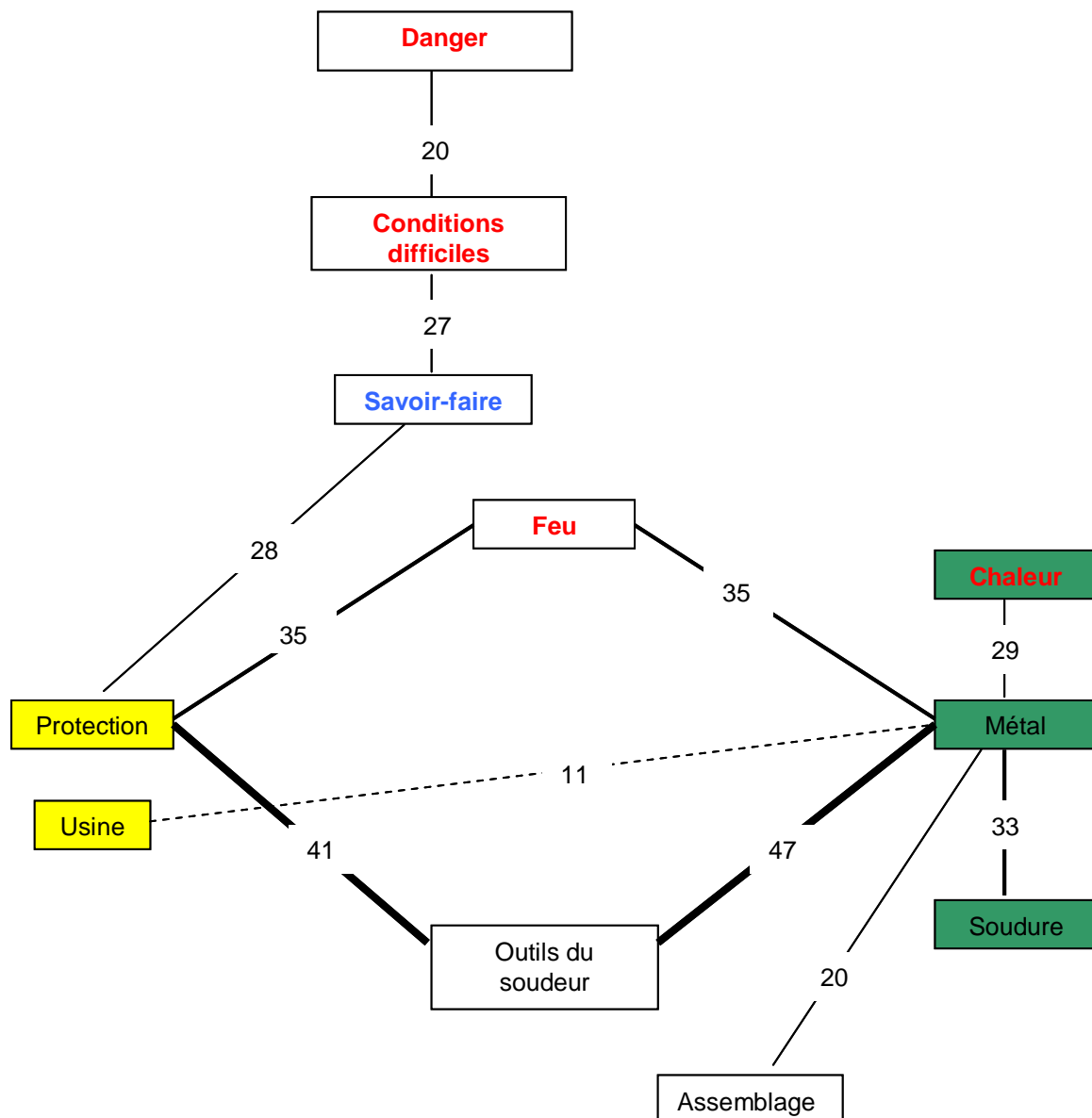


### Graphique des cooccurrences pour le mot « chaudronnier »

L'analyse confirme que le métier de chaudronnier est largement associé à l'élément « métal ». Il existe aussi un accord sur les « conditions difficiles » inhérentes à ce métier. Celles-ci sont associées à la fois à des « savoir-faire » spécifiques renvoyant à une forme d'« artisanat » valorisée par le groupe « source » mais aussi à un ensemble d'éléments très négatifs qui amènerait à rejeter ce métier jugé trop difficile. La chaleur est aussi évoquée comme une image issue de la combinaison de ces conditions et de l'élément métal. Cette évocation, plus largement portée par les individus cibles et elle-même associée à l'élément « chaudron », permet d'affirmer qu'une part de la représentation de chaudronnier chez ce groupe trouve sa source dans l'imagerie populaire mais aussi dans la simple déclinaison du nom du métier. Le « savoir-faire » du chaudronnier (ses qualités, son art, ses compétences) lui sont associées majoritairement. Le terme « chaudron » directement induit par le mot « chaudronnier » représente aussi la mémoire sociale du métier dont la réalisation première était cet ustensile de cuisine demandant une grande maîtrise dans la réalisation. Il représentait aussi l'emblème de la profession coiffé de deux marteaux (terme largement cité que nous avons classé dans la catégorie « outils du chaudronnier »). Le groupe baptisé par nos soins « polyvalence » représente une palette d'activités montrant l'aspect diversifié du métier allant du découpage, cisailage, pliage à bien d'autres activités comme le contrôle final.

## D. LE SOUDEUR

L'image du métier de soudeur s'organise autour d'éléments descriptifs dont « les outils du soudeur » et « la protection » qui, tout en étant particulièrement citée par le groupe « source d'influence », renvoient à d'autres éléments, plus évaluatifs cette fois, relevant des conditions de travail jugées très difficiles et même dangereuses et des « savoir-faire ». Il est intéressant de noter que du côté des éléments plus spécifiquement portés par les individus « cibles » nous retrouvons la même structure que pour le métier de chaudronnier. On retrouve un discours sur le métal fortement connoté par l'idée de chaleur mais aussi et, à nouveau, par une déclinaison stéréotypique de l'objet à partir de la racine de son nom (soudeur -> soudure).



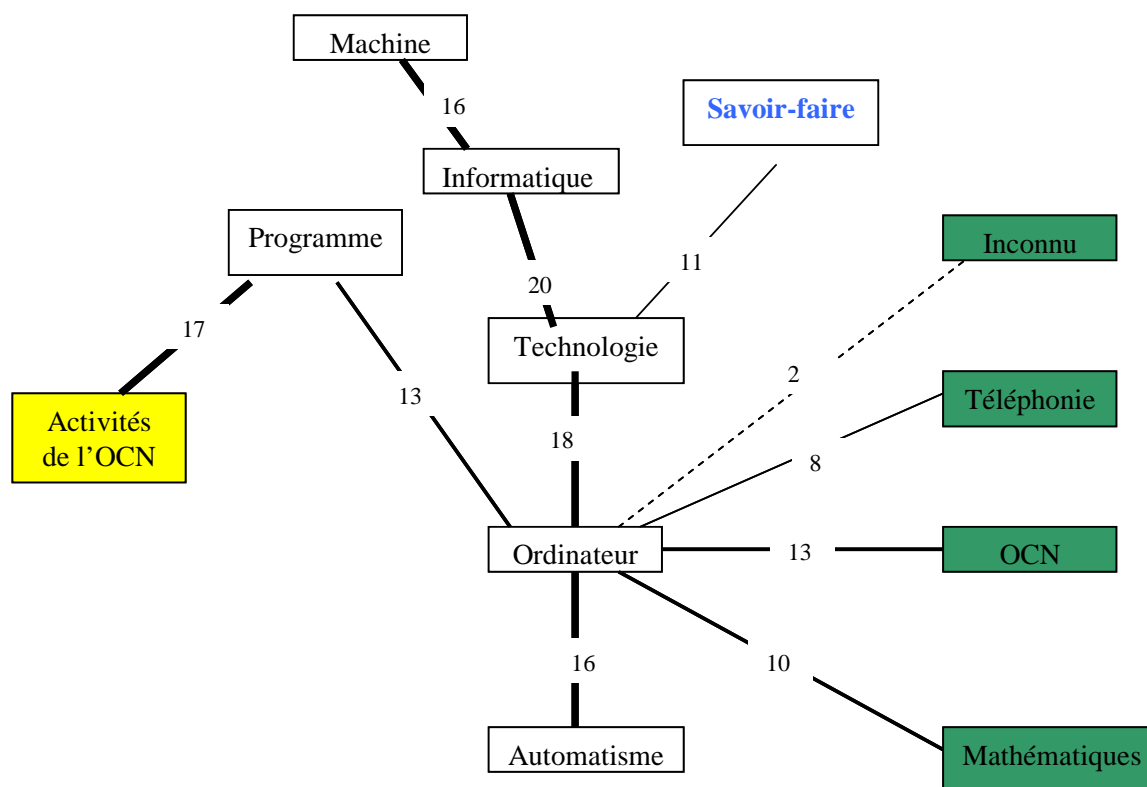
**Graphes des cooccurrences pour le mot « soudeur »**



Le « savoir-faire », le « métal », les « outils du soudeur » (du fer à souder aux baguettes) et les « protections » (ensembles des éléments de protections comme le casque ou le tablier en cuir que le soudeur doit porter pour exercer sa profession) semblent constituer les principales associations qui viennent à l'esprit des gens lorsqu'on leur parle du métier de soudeur. Toutefois, des éléments négatifs peuvent apparaître, notamment « conditions difficiles », item déjà associé aux métiers de l'industrie. Mais ici les termes « danger », « chaleur » et « feu » en sont caractéristiques. Quasi implicitement, le danger évoqué, ainsi que les protections nécessaires pour s'en parer, renvoient à des questions vives liées aux problèmes physiologiques parfois dénoncés (infertilité, par ex.). Mais au-delà de ces risques, il est bien connu que ce métier est considéré comme « rare » et qu'un soudeur ne sera jamais en manque d'emploi tant il est recherché.

### **E. L'OPERATEUR SUR MACHINES A COMMANDES NUMERIQUES (OCN)**

L'ordinateur est, sans équivoque, l'élément phare de la représentation. En effet, l'OCN travaille essentiellement sur un ordinateur mais pas seulement, celui-ci est relié à une machine dont il doit gérer les commandes et installer les outils.



**Graphes des cooccurrences pour l'expression « OCN »**

Si des catégories sont plutôt positives mettant principalement en avant une certaine idée de modernité, c'est la monotonie qui vient quelque peu noircir le tableau. En effet, il est sous-entendu qu'un travail de programmation d'automatismes pointus, si minutieux et lié à une haute technologie soit-il, ne vaut la peine d'être mis en place que pour de grandes séries

d'usinage. Passée la période de préparation, le métier, ne consiste donc plus, pour les personnes interrogées, qu'en de la surveillance. Il n'en reste pas moins que pendant que la machine travaille, l'homme contrôle et il en résulte un certain confort de travail. Les personnes cibles se différencient cette fois sur les éléments « OCN » (catégorie renvoyant aux trois mots contenus dans l'expression : les personnes ont cité « opérateur » ou « commande » ou « numérique »), « téléphonie » (catégorie regroupant une erreur d'interprétation du métier par le terme évoqué pensant qu'il s'agit de métier d'opérateur en téléphonie) et « inconnu » qu'ils citent significativement plus fréquemment. Cette dernière catégorie nous permet d'avancer que ce métier mériterait une plus grande sensibilisation.

Le métier d'O.C.N., comme ceux de soudeur ou de chaudronnier, ne semble pas renvoyer à une image claire et partagée pour et par les individus interrogés. Ici le sens donné à ce métier s'organise autour d'une terminologie technique notamment emprunte de notions liées aux nouvelles technologies. Si le groupe « source d'influence » met l'accent sur les multiples activités et tâches relatives à ce métier nous constatons à nouveau une certaine méconnaissance chez le groupe « cible ». Contrairement aux deux précédents métiers il existe même une forme de confusion (téléphonie, mathématiques) engendrée certainement par les trois mots composant le nom de ce métier. Néanmoins nous ne retrouvons pas ici les éléments négatifs attribués aux deux autres métiers ainsi qu'aux métiers de l'industrie en général.

### **Conclusion :**

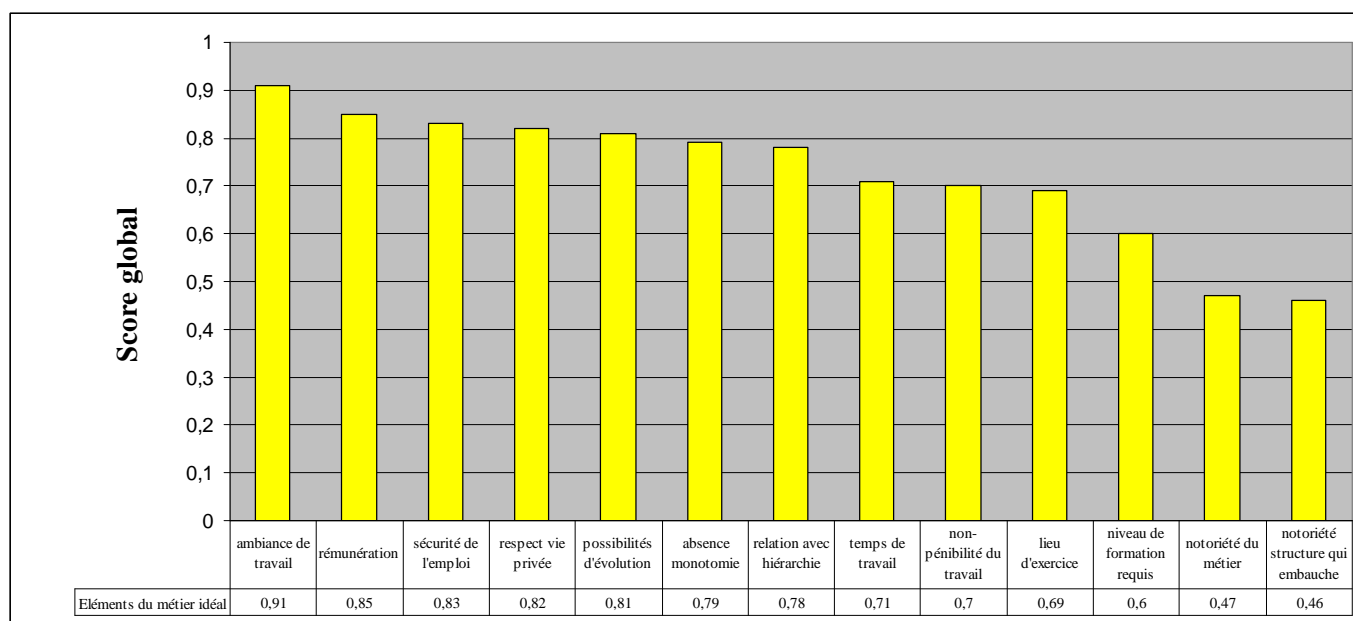
Le traitement des réponses aux associations libres portant sur les trois métiers « en mal de main d'œuvre » a permis de réaliser trois photographies représentant les images que ce font l'ensemble des acteurs de notre échantillon. Pour chacun des métiers il existe des éléments partagés (centraux) à partir desquels chaque groupe construit du sens, le sens, qu'ils donnent à ses objets. Qu'ils soient descriptifs et/ou évaluatifs, ils permettent de penser qu'il existe un certain consensus sur lequel les individus peuvent s'appuyer pour communiquer et se comprendre. Pour autant les deux métiers de chaudronnier et soudeur se distinguent de celui d'OCN par la saillance de la notion de « conditions difficiles » en partie liée à celle de « métal ». Deux métiers jugés difficiles et demandant des compétences (des savoir-faire) liés aux difficultés, voire aux dangers qu'ils représentent. Le métier d'OCN aurait une image plus positive et plus moderne pour lequel les savoir-faire seraient principalement liés à la maîtrise de hautes technologies.

Ces résultats montrent, par ailleurs, (qu'au-delà des éléments communs) il existe des prises de positions distinctes entre les groupes sources et groupes cibles et ce, sur chacun des métiers. Ces distinctions sont principalement liées à un manque évident de connaissances des métiers en questions pour le groupe cible et à une centration sur l'étymologie des objets présentés pour élaborer leurs discours. Mais attention, si cette centration existe, elle n'est pas qu'anecdotique car elle est une des bases de l'image construite et donc à l'œuvre dans les rapports qu'entretiennent ces groupes avec ces métiers.

## **F. LE METIER IDEAL**

En parallèle, nous avons demandé aux personnes d'évaluer, sur une échelle allant de *sans importance* à *très important*, plusieurs éléments proposés pour caractériser un métier qui serait, selon elles, idéal. Nous avons procédé à un codage des réponses en affectant un score à chacune des modalités de réponses afin de les classer selon l'importance. Les barèmes affectés aux items sont les suivants (1 est l'adhésion totale et 0 le désaccord total) : Sans importance = 0 ; Peu important = 0,25 ; Assez important = 0,75 ; Important = 1.

Les résultats nous permettent de dresser le tableau suivant.



### Scores de caractérisation d'un métier idéal

L'ambiance de travail est repérée comme étant un élément d'importance pour qualifier le métier idéal. Il est intéressant de noter qu'elle dépasse ce qui, plus haut, était présenté comme élément central du travail : la rémunération. Une analyse des scores obtenus par groupe (voir le rapport) nous permet de distinguer ces critères selon les types de sujets. Ainsi, ce qui semble caractériser les **jeunes** est la notoriété de la structure. Ce sont eux en effet qui mettent le plus en avant cet élément. Nous pouvons imaginer qu'entrer dans une structure à forte notoriété leur permettrait une certaine sécurité, des possibilités de formation par exemple et aussi une certaine valorisation. Ils sont en outre les moins attentifs à l'absence de monotonie. Les **étudiants** quant à eux se différencient sur la non pénibilité du travail. Ce sont ceux qui y attachent le plus d'importance alors qu'*a contrario*, ce sont les **demandeurs d'emploi** qui y attachent le moins d'importance. Il est vrai que les étudiants sont voués à exercer la plupart du temps des métiers du tertiaire et s'apprentent donc à un certain confort de travail. En revanche les demandeurs d'emploi sont prêts à endurer des conditions difficiles pour obtenir un emploi. Les enseignants-chercheurs et doctorants (**monde de la recherche**) sont aussi ceux qui mettent le plus en avant l'absence de monotonie et le moins la notoriété de la structure. Les **enseignants** se distinguent par la négative, c'est-à-dire en attachant le moins d'importance à un certain nombre d'éléments que sont la rémunération, la notoriété du métier et de la structure et les possibilités d'évolution. Les **conseillers à l'emploi** sont ceux qui attachent le plus d'importance à l'absence de monotonie. Les **dirigeants** se focalisent moins sur la sécurité de l'emploi, le temps de travail, le respect de la vie privée que toutes les autres personnes. Mais ils sont par contre plus attachés à l'absence de monotonie, la notoriété de la structure et aux possibilités d'évolution. Les « **adultes** » ne se différencient sur aucun élément de métier idéal. Cela tient probablement au caractère non homogène de ce groupe qui regroupe toutes les personnes ne pouvant être classées dans les autres groupes. On voit donc que selon le type de cible à laquelle s'adresse la communication à construire, différents éléments seront à privilégier et qu'une communication non ciblée serait parfois vaine.

## G. L'IMAGE DE CES METIERS CHEZ CEUX QUI LES EXERCENT

Même si le recueil n'a pu être effectué dans les conditions optimales et sur un effectif de sujets plus élevé, nous trouvons dans ces résultats un certain nombre d'éléments très pertinents.

Globalement, les représentations professionnelles sont tout autant, voire plus, teintées d'éléments négatifs laissant à penser que les conditions de travail, les aspects de sécurité et de bien être au travail pourraient être améliorés.

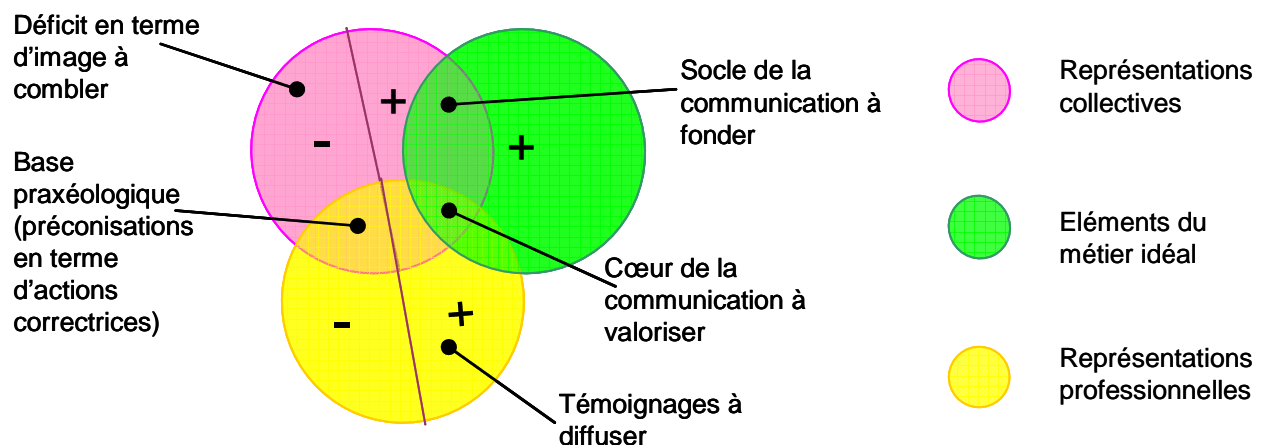
Le positionnement face aux trois métiers n'est pas équivalent : l'attitude face au métier de soudeur est la moins bien notée.

Le chaudronnier fonde sa représentation professionnelle sur un savoir-faire particulier et sur les ouvrages qu'il réalise.

Quant au soudeur, il évoque prioritairement des conditions difficiles et le danger qu'occasionne la fusion de la soudure. Enfin, l'OCN, dont le terme renvoie à une profession plus moderne et pointue bénéficie d'une meilleure image avec un certain confort de travail (il ne travaille pas dans la saleté et n'est pas mis en danger). La technicité du métier est un élément valorisant dans la construction de la représentation.

## H. MISES EN PERSPECTIVE ET ELEMENTS DE COMMUNICATION

Nous allons à présent mettre en perspective les différents éléments recueillis afin d'articuler les axes de communication à entrevoir pour tenter de valoriser les métiers de l'industrie et, si possible, d'inciter un engouement susceptible de renflouer le déficit constaté en terme de main d'œuvre. Le schéma ci-dessous nous permet de présenter les différentes prises de positions qui vont nous permettre de cibler les éléments de la communication à échafauder autour de ces métiers.



### Modalités de mises en perspective des éléments recueillis

#### (1) Un déficit en terme d'image à combler

Les résultats que nous avons présentés nous permettent d'affirmer que des aspects négatifs sont liés au système représentationnel des métiers de l'industrie ciblés. Ces éléments

participent, selon nous, aux rejets exprimés pour l'exercice de ces métiers. Nous allons, dans cette première partie, cibler principalement les éléments négatifs des représentations collectives qui ne sont pas exprimés dans les représentations professionnelles en faisant l'hypothèse qu'ils constituent alors des idées reçues à transformer. Le système étudié montre qu'il se structure autour des représentations du travail et des métiers de l'industrie. Les éléments constitutifs des trois représentations des métiers de chaudronnier, de soudeur et d'OCN représentent en effet des « satellites » épars et non structurés autour de ces deux pôles. Ainsi revaloriser l'image des métiers ciblés ne passera pas par une communication sur les seuls métiers mais sur un dispositif complet axé aussi sur les métiers de l'industrie en général.

Dans cette « constellation », les éléments négatifs sont principalement liés à un **rejet** automatique et à la **contrainte** que représente le fait de travailler. Enfin, le secteur industriel semble aussi subir de plein fouet les circonstances actuelles de la crise auxquelles sont liées des notions de **rentabilité** et de **précarité**.

Il semblerait que l'image de ces trois métiers ne soit pas étrangère à leur apparition dans l'histoire des métiers. Le chaudronnier dont la dénomination renvoie à une profession très ancienne (l'appellation « chaudronnier » apparaît pour la première fois en 1327 dans un texte mais le métier est bien plus ancien<sup>1</sup>) comporte des éléments et connotations vieillottes, le soudeur serait plus contemporain et donc sensibilisé aux questions actuelles de conditions d'hygiène et de sécurité (qui ne sont peut-être pas toujours respectées). Enfin, l'OCN relèverait davantage d'un métier d'avenir lié aux nouvelles technologies et donc à un confort de travail assuré et à une certaine valorisation. Un travail sur la modernité des métiers de chaudronnier et soudeur pourrait donc être envisagé.

## (2) Les bases praxéologiques (préconisations d'actions correctrices à mettre en place pour les industriels)

Nous nous centrerons uniquement ici sur les aspects négatifs observés à la fois chez les professionnels et dans les représentations collectives. En effet, si ces éléments sont présents pour les deux catégories de sujets ils ne relèvent plus alors d'idées reçues mais bien d'une certaine réalité liée à la pratique ou encore à l'observation. Ainsi, ces éléments ne constituent plus des idées à transformer mais invitent à proposer des préconisations en terme d'action (transformer les conditions d'exercice réelles qui créent ces éléments de rejet).

Un seul élément apparaît ici et non le moindre car il est présent à tous les niveaux du système de représentations : il s'agit des **conditions** d'exercices **difficiles** et de la pénibilité apparente des métiers de l'industrie. Cet aspect est illustré par la **chaleur**, voire même le **danger** lorsque l'on évoque les métiers de chaudronnier et de soudeur mais illustré par la **monotonie** lorsque l'on évoque le métier d'OCN.

Notons ici la quasi-absence des notions de saletés présentes dans le discours de dirigeants de notre étude exploratoire. Seuls les professionnels émettent ces idées avec une focalisation sur la poussière pour les chaudronniers. Or ces notions de saleté sont absentes dans les représentations collectives. Il est donc vain d'émettre des discours visant à contredire

---

<sup>1</sup> « Des archéologues ont trouvé des traces de la production des « premiers chaudronniers » datant de 3700 avant Jésus-Christ dans les régions du proche et du Moyen-Orient » (Haroun, 2004, p. 13)

cet aspect et il serait beaucoup plus opportun de créer des conditions de travail plus favorables afin de susciter un discours professionnel réfutant des conditions difficiles d'exercice (voir le rapport p.35).

Cet élément constitue pour les dirigeants la cible prioritaire pour les actions correctrices à mener même si nous savons que ces conditions difficiles ne sont plus de mises dans bien des entreprises. Les CHSCT travaillent quotidiennement en ce sens et des progrès considérables ont été menés ces dernières années. Cependant, les propos de professionnels montrent qu'il existe encore des entreprises en retard sur ce sujet. Une aide pour ces entreprises (et pour les employés qui y travaillent) serait alors favorable à une transformation globale de l'image des métiers de l'industrie et c'est à toute la communauté industrielle qu'elle serait alors bénéfique.

### (3) Les éléments de témoignages à diffuser

Certaines études montrent l'inefficacité d'un témoignage exemplaire dans le changement d'attitude et l'expliquent en disant que les personnes cibles pensent que le témoignage représente l'exception qui confirme la règle et renforce alors le système de croyance inverse. Notre proposition est donc, entre autres, de diffuser des témoignages collectifs (multiples) afin de contrecarrer que ce système de raisonnement : **plusieurs témoignages consistants ont plus de valeur qu'un seul témoignage exemplaire.**

Notre démarche dans cette partie consiste à nous appuyer sur les éléments positifs fournis par les professionnels, considérant qu'ils représentent les arguments clés permettant de valoriser les métiers ciblés et ce, sur des bases réelles.

C'est ici que s'expriment principalement les notions de **qualités professionnelles** que nous pourrions aussi appeler **valeurs** puisqu'elles sont issues d'un groupe professionnel, avec le **lien social** qui leur est attaché. Les premières sont traduites pour les métiers ciblés par le savoir-faire qui renvoie aux compétences spécifiques que le premier-venu ne possède pas et qui valorisent donc le professionnel les ayant acquises. On envie ainsi un savoir-faire rare, un travail d'adresse, une capacité à mettre en forme des objets, un travail artisanal : **un certain art !**

Cet aspect est très présent chez les professionnels qui s'identifient alors à leurs réalisations (certains les affichant près de leur poste de travail) qu'ils qualifient de réalisation en trois dimensions (voire dans les catégories « réalisation » notée « 3D ») insistant sur leur capacité à pouvoir transformer la matière (le métal en l'occurrence) en objet complexe. Ils donnent forme à la matière qui leur arrive à plat (à la fois par les lames de métal mais aussi sur le plan) et qui ressort transformée par la magie de leur talent et de leur métier. Ce sont ces notions qu'il faut diffuser pour montrer l'intérêt de ce métier.

A travers ce savoir-faire on peut lire aussi la capacité à utiliser les outils de haute-technologie qui représente toute la modernité attendue par les jeunes. Les métiers de l'industrie s'adaptent au jour le jour aux nouvelles technologies et ne consistent plus à marteler le métal comme par le passé. Ces notions, valorisantes pour les professionnels sont aussi à diffuser largement pour combattre la connotation vieillotte observée notamment pour le métier de chaudronnier, qui, il faut bien l'avouer, a extrêmement évolué !

### (4) Un socle de communication à créer

Mais qu'attend-on d'un métier idéal qui puisse être trouvé dans ces professions ?

Les points que nous allons aborder représentent de nouveaux arguments sur lesquels il sera très important de communiquer. Nous l'avons vu, **la rémunération** constitue l'élément central de la représentation du travail et reste une des qualités principales pour qualifier un travail idéal. Alors comment faire l'impasse sur ce sujet si l'on veut toucher nos cibles ? Nous avons observé et déploré (cf. p. 35) le silence qui règne à ce sujet chez les industriels lors de notre étude exploratoire. Ce sujet étant absent des revendications des professionnels ciblés, nous avons fait l'hypothèse que leur rémunération est satisfaisante. Pour en être certains, nous avons consulté un certain nombre d'offres d'emploi (voir note de bas de page 16 dans le rapport) et avons pu constater l'aspect tout à fait correct (voir attractif) des rémunérations proposées ; alors pourquoi ne pas en faire état ?

Les industries disposent en outre de systèmes de rémunérations allant au-delà du salaire qu'il ne faut pas hésiter à mettre en avant (nous pensons notamment à l'intéressement, à la participation, mais aussi aux diverses primes acquises à force de luttes syndicales : primes de nuit, de panier, de risques, de salissure...). La **sécurité de l'emploi** est aussi un aspect important pour la majorité des personnes interrogées et ces métiers ciblés semblent (nous disons « semble » car depuis le début de notre recherche la crise paraît avoir modifié l'état de tension de ces métiers), par leur caractère déficitaire, représenter une voie assurée d'exercice. Ces métiers ont un autre avantage, celui de proposer des horaires décalés et donc un certain **respect de la vie privée**. L'organisation du **temps de travail** est donc appréciée dans ces métiers qui permettent, par exemple, à des parents, de disposer d'une partie de la journée pour rester proches de leurs enfants. Enfin de réelles **possibilités d'évolution** sont offertes par l'exercice de ces métiers. Par la multiplicité des emplois et des activités (polyvalence) l'évolution peut se faire de manière transversale et permettre de **rompre** ainsi une certaine **monotonie**, évoquée par un certain nombre de personnes (on peut passer de la production à la réalisation du contrôle, de la logistique, des devis, de la préparation des outils et des lignes de production, etc.). De plus, l'évolution constante des techniques, des outils du secteur appellent les professionnels à se former régulièrement : une évolution en terme de compétences se fait donc tout au long de la carrière. Enfin une évolution ascendante est aussi possible par la multiplicité des responsabilités présentes dans une entreprise (chef d'équipe, chef d'atelier, responsable de production etc.).

## (5) Le cœur de la communication à valoriser

Nous allons finaliser ces différentes mises en perspectives par la présentation d'éléments présents à la fois dans les trois catégories recueillies (dans les représentations collectives, dans les éléments du métier idéal et dans les représentations professionnelles). En effet, nous considérons que ces éléments communs à tous les groupes peuvent représenter un socle de communication permettant de capter les cibles afin que les arguments à déployer par la suite soient plus crédibles. Le premier aspect sur lequel nous devrions construire les bases de la communication est **le lien social**. En effet si l'on retrouve cet élément aux différents niveaux de représentations (collectives et professionnelles), l'ambiance de travail est aussi l'élément primordial du métier idéal. Ces résultats corroborent nos travaux montrant que l'évolution de l'implication professionnelle est liée au climat social ressenti. Cet aspect fait donc l'unanimité et c'est un atout réel dont disposent les métiers de l'industrie. Car la réalité de l'entreprise est bien là, il n'est pas de réalisation industrielle sans travail d'équipe. Une équipe composée de professionnels de même métier (que l'on appelle encore parfois les « compagnons » en référence à un corps de métier où l'on s'épaule, se forme mutuellement et où l'on partage les secrets de savoir-faire). Corrélativement, et nous l'avons déjà évoqué dans la partie intitulée « témoignages à diffuser », nous pensons qu'il faut cesser de délivrer des

témoignages individuels et qu'il faut diffuser des **témoignages collectifs** afin de présenter la réalité sociale de l'industrie. Il serait opportun de montrer l'esprit d'équipe, la bonne **ambiance de travail** qui peut exister dans un atelier. Pour attirer les jeunes : montrer les équipes au travail mais aussi les pauses, les déjeuners entre collègues et l'entraide et la solidarité qui existent dans ce milieu professionnel et que l'on ne retrouve pas dans bien des métiers. Montrer aussi que la hiérarchie est présente, non pour un contrôle ni pour « contraindre », mais parce qu'elle fait aussi partie intégrante de l'équipe et qu'elle s'investit tout autant que les « compagnons » dans la réalisation des ouvrages. Certains industriels ont senti l'importance de cet élément et embauchent d'ex-entraîneurs d'équipe de foot ou de rugby car ils sentent que les équipes ont besoin d'un meneur travaillant aussi sur la cohésion de l'équipe. Alors créer une analogie à une équipe qui gagne serait à notre avis un argument de poids dans la future communication à créer. Enfin le second élément est **l'intérêt du travail**, exprimé à travers le besoin d'épanouissement, le métier-passion et l'absence de monotonie. Là encore, c'est vers les réalisations que nous aimerions nous tourner. En **montrant** l'éventail des réalisations possibles dans les métiers de l'industrie l'idée d'intérêt peut très vite apparaître. Très lié aux autres éléments (on peut trouver un intérêt au travail par la possibilité de s'y épanouir, la possibilité d'y créer des liens, de réaliser des objets divers) cet argument ne doit pas se dire mais se laisser deviner par les cibles à travers l'exploitation des autres arguments.

## (6) Les modalités d'actions à imaginer

Nous ne voulons pas ici imaginer les actions de communication à mettre en place car ceci relève davantage des missions d'une agence de communication mais nous voudrions faire quelques propositions sur la manière de mettre en scène les thématiques abordées plus haut. Les résultats présentés supra nous renseignent sur deux points. D'une part il n'existe pas réellement, pour les cibles, de représentation construite des chaudronniers, des soudeurs et des OCN. Il va donc être nécessaire d'inciter leur construction. Cependant, si ce travail de construction est possible, il n'en demeure pas moins délicat car une représentation ne se crée pas de manière isolée, elle va s'inscrire dans un système représentationnel « déjà là ». Dans le cas qui nous préoccupe, les représentations de ces métiers vont s'ancrer dans la représentation des métiers de l'industrie qui, nous l'avons vu, comporte un certain nombre d'éléments négatifs. Dès lors, mettre en place une action de sensibilisation sur ces professions ne saurait faire l'économie **d'un travail plus global sur les métiers de l'industrie en général**. Des conditions sont nécessaires pour que la genèse d'une représentation sociale s'opère dans un groupe : l'objet de la représentation (dans notre cas le métier ciblé) doit représenter un enjeu pour le groupe et des informations doivent circuler à ce sujet. Une manière de créer cet enjeu décisif dans la genèse est d'inciter les individus à se positionner sur ces métiers notamment sur les pratiques qui leurs sont liés. Il serait donc souhaitable de rendre concret, pour les cibles, la pratique de ces métiers afin d'accélérer ou de susciter le processus d'objectivation. Autrement dit, il est impossible de se construire une représentation d'un objet (ici un métier) sans en avoir une **image concrète**, cette concrétisation ayant comme préalable la conscience de l'existence de cet objet. Il serait donc possible d'imaginer un professionnel venant faire une démonstration de ses réalisations (la création d'un objet utile en direct) afin que les personnes prennent conscience de l'intérêt (l'enjeu) d'un tel métier.

De nombreux travaux, issus de la psychologie sociale et des célèbres travaux sur le changement d'habitudes alimentaires de Lewin dès les années 40, montrent l'efficacité de groupes de discussions (dans lesquels les personnes sont amenées à participer activement à la



conversation) par rapport à des conférences (dans lesquelles les personnes sont plus passives) dans le changement d'attitudes et même l'engagement dans une certaine ligne de conduite<sup>2</sup>. Les journées de sensibilisation aux métiers de l'industrie gagneraient donc en efficacité si leur forme était un tant soit peu révisée pour amener les jeunes à vivre une situation où ils seraient réellement **acteurs** (leur faire expérimenter la manipulation du métal par exemple).

Par ailleurs, les constats faits sur la relative méconnaissance de ces trois métiers et le manque d'information laissent penser que l'imagerie populaire constitue une des bases sur laquelle s'appuient les individus pour donner du sens à ces derniers. Films, BD, jeux vidéos, etc., quand ils traitent de ces métiers (métier des héros, contexte socio-économique, décors...), ce qui est très rare, ne laissent entrevoir que les aspects stéréotypiques et souvent négatifs. Il serait envisageable que les entreprises, par le biais de la MV développent des liens avec le monde des médias et de la culture. Les partenariats qui pourraient être établis le seraient en contre partie de la présentation ou la représentation de ces métiers de manière positive et non caricaturale. Dans le même ordre d'idée la MV aurait intérêt à développer son image. Cette étude montre que celle-ci est quasi inexistante chez les individus de notre panel (cf. le rapport p.117 - 122). Son impact sur le territoire en serait renforcé. Nous pensons que des actions culturelles organisées par la MV seraient l'occasion de se faire connaître de manière positive par tout un pan de la population et notamment par des personnes susceptibles d'être intéressées par les métiers de l'industrie mais aussi celles susceptibles d'influencer les choix professionnels.

Enfin, nous ne pouvons que nous interroger sur l'opportunité de tels dispositifs de revalorisation de l'image de ces métiers dans le contexte actuel. La question est, bien entendu, de savoir si ces métiers sont toujours en mal de main d'œuvre. Si tel n'est pas le cas, il s'agira (dans l'espoir d'une forte reprise de l'activité de ce champ) de devancer cette reprise afin de ne pas retrouver cet état de pénurie de main d'œuvre dans le futur. Cependant, il ne s'agira pas d'inciter des jeunes à s'orienter vers ces métiers. Par contre si, malgré la crise, ces secteurs sont toujours à la recherche de main d'œuvre, il s'agira de lancer une campagne de communication sur cet état de fait et d'accentuer le discours sur la relative imperméabilité de ces métiers aux fluctuations socio-économique. Cette période, dans ce cas de figure, serait tout à fait propice pour mettre en place certains des dispositifs proposés ci-dessus, ces métiers gagnant de fait en attractivité.

## CONCLUSION

L'étude présentée dans ce document s'inscrit dans une triple perspective :

- le soutien de la recherche en SHS impulsé par le Conseil Régional via le financement en Midi-Pyrénées de projets menés en partenariat avec des laboratoires locaux ;
- son inscription dans les travaux de notre laboratoire, le CREFI-T, sur l'axe professionnalisation à travers la problématique de la (trans) formation des représentations et des rapports avec les processus de changement et/ou d'engagement ;
- la coopération public-privé par la réponse d'un laboratoire public à une demande sociale d'impact régional pouvant avoir des retombées économiques et culturelles.

---

<sup>2</sup> Dans le cadre d'une campagne de sensibilisation à l'alimentation : 3 % de changements effectifs dans le cas des conférences contre 30 % dans le cas de groupes discussions.

Notre question était de savoir « **de quelles représentations souffrent les métiers en mal de main d'œuvre ?** ». Car en effet, la croissance des entreprises industrielles semble être, au moment où nous répondons à cet appel d'offre, freinée par des métiers en tension : notamment le **chaudronnier**, le **soudeur** et l'**opérateur sur machines à commandes numériques**. Nous avons donc émis l'hypothèse que cette pénurie pouvait être due à l'existence de représentations négatives et nos résultats ne nous démentent pas.

Après un détour théorique et méthodologique autour des concepts de représentations sociales et de représentations professionnelles, après un étayage de la littérature faisant le constat d'une carence de travaux dans ce domaine précis, nous comprenons que nous ne pouvons faire l'économie de l'étude des représentations du **travail** et des **métiers de l'industrie**, objets sensibles et proches des objets de représentation que nous avons ciblés.

L'étude exploratoire réalisée auprès de **72 jeunes** en quête d'orientation professionnelle montre une faible connaissance des possibilités qui leurs sont offertes. Il semblerait aussi, que les métiers de l'industrie ne les attirent que très peu et qu'ils aient une image erronée, voire négative, des trois métiers ciblés. Certaines études montrent aussi l'éloignement entre le discours des professionnels et ce que souhaitent entendre les jeunes. Notre démarche envisage donc de fournir aux professionnels les éléments discursifs sur lesquels ils pourront baser leurs communications futures. Parallèlement, cette première étape nous a permis de déterminer deux groupes parmi les sujets à interroger :

- les **cibles** : personnes dont l'orientation potentielle pourrait être l'industrie justement (groupe constitué de jeunes mais aussi d'étudiants et de demandeurs d'emploi)
- et les **sources d'influences** : personnes susceptibles d'influencer les cibles quant à leurs choix professionnels (constituée de parents, d'enseignants, de dirigeants, de conseiller à l'emploi, du monde de la recherche et d'autres adultes).

Les résultats de la seconde étape de notre recherche (**519 personnes** interrogées) montrent l'existence d'éléments de représentations négatifs pouvant entraîner un certain rejet pour une orientation professionnelle vers les métiers de l'industrie. Mais ils démontrent aussi la quasi-inexistence de représentation sociale des trois métiers en tension aussi bien chez les cibles que pour les personnes pouvant représenter une source d'influence et la méconnaissance de l'association Mecanic Vallée.

Enfin nos propositions, fondées sur la mise en perspectives des différents types de représentations s'orientent dans 5 directions :

- la prise en compte des éléments négatifs mis au jour ;
- des propositions d'actions correctrices à mettre en place ;
- la valorisation des éléments positifs dans la base argumentative ;
- la réponse qu'offrent ces métiers en termes d'attentes pour un métier idéal ;
- et une préférence pour des séquences actives et collectives de sensibilisation.