



Journée des partenaires de la formation professionnelle sur le thème « Processus du choix professionnel et recrutement des apprentis »

Synthèse des discussions du 21.03.2023

Atelier 1 – Processus du choix professionnel à l'école obligatoire

Les discussions de l'atelier 1 sur le processus du choix professionnel à l'école obligatoire ont porté principalement sur l'influence des parents et du personnel enseignant sur l'orientation professionnelle des jeunes. Les discussions ont amené les participants à se poser la question des différences qu'il peut y avoir dans l'implication des parents en lien avec le contexte socio-économique. Un autre point abordé a été la connaissance que le personnel enseignant et celui des offices d'orientation professionnelle ont de la formation professionnelle étant donné le parcours académique qui est le leur dans la majorité des cas.

Les cours touchant à la préparation au choix professionnel sont dans l'ensemble bien conçus à l'échelle nationale et reposent sur des offres qui diffèrent parfois selon les cantons. Le choix d'une formation est également un thème important dans les gymnases et notamment dans les gymnases de longue durée, où les élèves doivent avoir la possibilité de réfléchir à leur orientation.

Les solutions suivantes ont été évoquées :

- Communication : sensibiliser les parents et le personnel enseignant en diffusant davantage d'informations sur les atouts de la formation professionnelle dans le cadre d'une offre structurée.
- Mettre davantage l'accent sur le processus du choix professionnel dans les gymnases, par exemple avec des bilans de situation de manière générale et des bilans intermédiaires dans les gymnases de longue durée. Dans le même ordre d'idées, des salons des métiers pourraient permettre d'encourager les jeunes particulièrement doués à opter pour la formation professionnelle.
- Poursuivre dans certains cas l'optimisation de la coordination à l'échelle cantonale / régionale afin d'améliorer la concertation entre les acteurs (école, offices d'orientation professionnelle, Ortra, etc.) et de les inciter à lancer des actions conjointes autour du choix d'une formation. Voir pour ce dernier point les exemples de forum sur la formation professionnelle des cantons de Bâle-Campagne et de Zurich.

Atelier 2 – Orientation professionnelle

Les discussions ont porté sur les difficultés que les jeunes éprouvent à choisir précocement une orientation. Le rôle des offices d'orientation professionnelle est de présenter aux jeunes, de façon neutre, toutes les possibilités qui s'offrent à eux.

L'important est de mener à bien toutes les étapes du processus du choix professionnel sans en omettre une seule. La question de l'adéquation entre profession et compétences a également été soulevée. Beaucoup de jeunes ont en effet tendance à se concentrer sur un nombre limité de formations professionnelles initiales qui ne correspondent pas toujours à leurs compétences. D'autres optent pour une orientation certes en adéquation avec leurs compétences, mais qui ne prend pas en compte leurs préférences.

Les solutions suivantes ont été évoquées :

- Organiser davantage de réunions pour les parents dans les centres d'information professionnelle.
- Rendre les stages d'observation obligatoires.

- Favoriser les échanges entre jeunes et adultes, par exemple sous la forme de programmes de mentorat.
- Améliorer la collaboration et la coordination à l'échelle régionale.
- Envisager la possibilité d'un deuxième processus du choix professionnel dans les gymnases et les écoles de culture générale.

Atelier 3 – Cercle familial et privé

Les discussions ont porté, d'une part, sur les jeunes et leurs parents et, d'autre part, sur les défis liés à ces deux groupes cibles et sur la manière dont ils peuvent être relevés.

Un certain nombre de solutions intéressantes visant à mieux informer les parents pour mieux les impliquer ont été évoquées :

- Implication d'acteurs hors du cadre professionnel et scolaire : syndicats, associations sportives, collaborer plus étroitement avec les communes du fait des contacts directs entre le personnel et la population.
- Campagne de communication : mettre encore plus l'accent sur l'information aux parents lors des salons des métiers cantonaux, envoyer une newsletter aux parents à différents moments de l'année, mettre en place des actions sur le mode « les parents informent d'autres parents » et « les jeunes informent les parents ».
- Stages découverte à l'intention des parents.
- Programme de mentorat pour les parents de même que pour les jeunes dépassés par les différentes étapes et échéances du processus du choix professionnel.

Concernant les jeunes :

- Se servir des réseaux propres à ce groupe cible.
- Utiliser des modèles/influenceurs comme personnes relais ; diffuser des messages faciles à comprendre.
- Visites de représentants des Ortra au cours de la 5^e ou 6^e année scolaire (enfants et parents)

Atelier 4 – Formatrices et formateurs en entreprise

Tous les participants se sont accordés à dire que les formatrices et formateurs en entreprise jouent un rôle central non seulement pendant la formation professionnelle initiale, mais aussi pendant les stages d'observation, le recrutement et à la fin de la formation. Dans le cadre de son exposé, la responsable du recrutement des apprentis chez Coop a expliqué comment son entreprise réussit à attirer les jeunes des générations Z et Alpha, lors du recrutement et sur les nouveaux canaux de communication, en leur proposant plus de 30 professions et des stages d'observation de 5 jours.

Conclusions des discussions qui ont suivi :

- Les cours et la formation continue à l'intention des formateurs doivent être renforcés :
 - o Les initiatives telles que le projet « TOP entreprise formatrice » de Formation professionnelle 2030 sont plébiscitées.
 - o Les bases légales en vigueur n'ont pas besoin d'être complétées, la mise en œuvre est très hétérogène quant à la qualité.
 - o Les formateurs ne sont pas toujours estimés à leur juste valeur. Il importe que leur fonction soit reconnue et considérée comme une possibilité d'évolution.
- La clé d'un recrutement réussi réside dans l'alchimie qui se produit dès le départ, non seulement entre un jeune et une profession, mais aussi entre ce même jeune, son futur formateur et l'environnement de travail.
- Les stages d'observation jouent un rôle non négligeable. D'où la nécessité d'avoir des formateurs qualifiés.
- Il faut trouver un juste équilibre entre activité productive et activité de formation.
- Les échanges entre formateurs en entreprise doivent être encouragés (apprendre les uns des autres, cerner le rôle du formateur et les défis qui l'accompagnent, acquérir une visibilité).

Atelier 5 – Marketing des places d'apprentissage et des professions

suissetec a présenté sa stratégie marketing en guise d'introduction au thème de l'atelier. Conclusions des discussions qui ont suivi :

- « Lutte pour recruter des talents/des jeunes » : qui lutte contre qui ? Constat pour les professions manuelles : les branches sont toutes dans le même bateau et néanmoins en concurrence non seulement entre elles, mais aussi avec la voie de la formation générale, par exemple pour certaines professions aux exigences élevées.
- Le marketing des professions doit cibler différents groupes : certes les jeunes, mais aussi leur entourage – parents, pairs et personnel enseignant.
- Le marketing doit permettre aux parents de mieux connaître les débouchés d'une profession, les perspectives de carrière qu'elle offre et les passerelles qui peuvent être établies au sein du système.
- Le plus important dans le marketing des professions, c'est que les messages diffusés soient réalistes et authentiques. Le canal utilisé joue un rôle secondaire.
- Cascade : les organes responsables posent les fondations en définissant une stratégie marketing (orientation politico-stratégique), qu'ils transmettent à leurs sections, lesquelles la transmettent elles-mêmes à leurs entreprises (niveau opérationnel). C'est à ce niveau opérationnel qu'interviennent la mise en œuvre et le contact direct avec les groupes cibles. Les entreprises et leurs collaboratrices et collaborateurs sont les vrais ambassadeurs des métiers (vis-à-vis des clients).
- Il ne s'agit pas seulement d'attirer des apprentis, mais aussi de les former comme il se doit (dans les entreprises formatrices) et de conserver ces professionnels dans les branches.
- Les mesures de marketing décentralisées, les journées portes ouvertes et les stages d'observation sont souvent plus efficaces que bien des campagnes coûteuses. L'impact n'est pas mesurable et il n'y a aucun lien de causalité dans le sens « plus de publicité – plus d'apprentis ».

Atelier 6 – Utilisation de plateformes électroniques

Trois intervenants représentant respectivement le CSFO (orientation.ch), gateway.one et Yousty ont expliqué comment leur plateforme respective gère les attentes des clients en matière de places d'apprentissage ou d'informations dans le domaine de la formation (professionnelle).

Principales conclusions des discussions qui ont suivi :

- Les plateformes électroniques décuplent les chances de toucher le plus grand nombre de jeunes.
- La plateforme orientation.ch est financée par les cantons et la Confédération. En raison de son caractère officiel, elle doit fournir des informations neutres et complètes, ne pas occasionner de frais pour les Ortra et les entreprises et servir à chacune et à chacun de portail de référence pour toutes les questions liées à l'apprentissage tout au long de la vie.
- Les plateformes privées visent elles aussi à aider les jeunes à trouver la profession qui leur correspond. Elles doivent donc fournir des informations réalistes et authentiques.
- L'utilisation des plateformes privées à des fins de recrutement est synonyme de coûts (élevés) pour les entreprises formatrices.
- Une plateforme électronique n'est qu'un instrument de recrutement parmi d'autres. Elle n'est pas nécessairement l'instrument idéal pour toutes les places d'apprentissage à pourvoir.
- Les Ortra et les entreprises jouent un rôle essentiel dans l'actualisation des informations sur les plateformes.
- La profusion de plateformes privées peut être déroutante.
- Aider les jeunes à faire le bon choix implique une interaction entre les offices d'orientation professionnelle, le processus de préparation au choix professionnel à l'école et les plateformes.

Atelier 7 – Déclaration d'engagement concernant l'accompagnement du choix professionnel et l'attribution des places d'apprentissage

La déclaration d'engagement, qui a été publiée il y a un peu plus d'un an, a porté ses fruits. Les partenaires de la formation professionnelle se disent satisfaits dans l'ensemble. La responsable de la formation professionnelle chez AMAG, Gesa Gaiser, et un apprenti ont présenté leur expérience dans le contexte de cet engagement. Ils ont souligné combien il est important de ne pas se précipiter et de prendre le temps dont on a besoin pour effectuer des stages pendant une année avant de prendre une décision. En Suisse romande et au Tessin, la déclaration d'engagement ne revêt pas la même importance qu'en Suisse alémanique, car le recrutement des apprentis a lieu plus tard. La donne pourrait changer à partir du moment où la concurrence entre les branches souffrant d'une grave pénurie de main-d'œuvre qualifiée se fera sentir.

Les actions de communication ont concerné jusqu'à présent les branches et notamment les employeurs, mais n'ont pas encore ciblé l'école obligatoire, les parents et les jeunes. Les familles ont l'impression qu'il faut arriver le plus rapidement possible à la conclusion d'un contrat d'apprentissage et ressentent par conséquent une pression, qui pourrait leur être épargnée s'il était clairement indiqué que l'on n'a pas du tout besoin de commencer à chercher une place d'apprentissage plus d'un an avant le début de la formation choisie.

Les solutions suivantes ont été proposées à partir de ces constats :

- Lancer une large campagne à l'intention d'un groupe cible regroupant l'école, les parents et les jeunes.
- Mettre en place des modèles : attribuer un label dans le style de Friendly Workspace (pour le respect de la déclaration d'engagement), présenter des entreprises pouvant servir de modèles.
- Les portails Yousty et gateway.one de même que la Bourse suisse des places d'apprentissage pourraient avoir une rubrique particulière pour les stages d'observation.

CONCLUSION

- Le processus du choix professionnel et le marketing des places d'apprentissage fonctionnent bien et reposent, dans toute la Suisse, sur une large palette d'instruments coordonnés.
- Le processus du choix professionnel et le recrutement des apprentis appellent une collaboration étroite entre les acteurs concernés et, dans certains cas, une meilleure définition des rôles. Dans plusieurs cantons, ils existent des exemples intéressants illustrant les possibilités de coordination et d'échanges entre les acteurs.
- L'importance du cercle privé ne doit pas être négligée. Les parents portent une grande responsabilité. Ils doivent donc être bien informés afin de connaître toutes les possibilités qu'offre la formation professionnelle.
- Le temps est un facteur de réussite déterminant. Le processus du choix professionnel et ses différentes étapes ne sont pas encore assez connus.
- En Suisse, le processus du choix professionnel est conçu en fonction des plans d'études des différentes régions linguistiques (degré secondaire I). Il devrait aussi être intégré à la formation gymnasiale.