

CONNAISSANCE DES METIERS

Un travail collectif a été mené autour de 3 axes principaux :

- Les publics cibles
- Les besoins des entreprises
- Les outils

Les publics cibles

- Donner à voir les métiers par
 - *l'accueil de stagiaires,*
 - *Visites d'entreprises,*
 - *Évènements type « Compétition des métiers...*
- Importance des **Ambassadeurs métiers** : des professionnels qui sont en capacité de parler de leur métier, d'accueillir dans leur entreprise, et des jeunes (Impact fort du jeune qui parle au jeune)
- Nécessité d'avoir plus **d'échanges entre les différents acteurs** (CFA/Branches/OPCO/Prescripteurs – Etablissements scolaires publics et privés), de mutualisation des outils => TRAVAILLER ENSEMBLE.

En amont de la signature du contrat :

Les actions qui pourraient être mises en place

- ❑ Le travail sur la « marque employeur » est essentiel pour rendre l'entreprise attractive (l'OPCO peut accompagner l'entreprise sur ce sujet)
- ❑ L'entreprise peut et doit être actrice de la promotion des métiers par la participation aux salons, forums, nuits de l'orientation mais aussi en s'ouvrant au grand public (portes ouvertes, accueil stagiaires...)
- ❑ L'entreprise doit anticiper les besoins futurs en alternance et repérer avec le CFA les candidatures correspondant le mieux aux attentes de l'employeur et du jeune (réponse aux aspirations des jeunes)
- ❑ L'entreprise doit communiquer sur ses métiers, les atouts et points forts de l'entreprise sans masquer les contraintes lorsqu'elles existent (travail le samedi, travail dans le froid...)

Pendant le contrat

Les actions qui pourraient être mises en place

- ❑ Le jeune est « ambassadeur » de l'entreprise auprès des autres jeunes à importance de l'accueil, du suivi, du tutorat...
- ❑ Les apprentis sont un vivier de recrutement essentiel en période de difficultés de recrutement à importance de la « transformation » du contrat d'apprentissage en emploi pérenne
- ❑ L'apprentissage est un moyen de faire évoluer les pratiques de l'entreprise (ouverture vers de nouveaux usages, pratiques RH, mentorat...)

Les outils de la promotion

Constat :

- Concurrence exacerbée de l'offre de formation : de plus en plus de CFA, d'OF, de portes ouvertes
- Baisse démographique / sursollicitations des jeunes ☒ le jeune est « perdu »
- Importance de la « recommandation », des réseaux, Alumni, jeune « ambassadeur »
- ➔ Cibler les outils de la communication selon les usages et pratiques des jeunes (Insta, Tik Tok...) et abandonner les outils obsolètes (Facebook, SMS, téléphone...)
- ➔ Renforcer les relations Ecole/ Education nationale / CFA / OF / Branches
- ➔ Mieux se connaître localement (*quelles actions concrètes pour l'interconnaissance ?*)