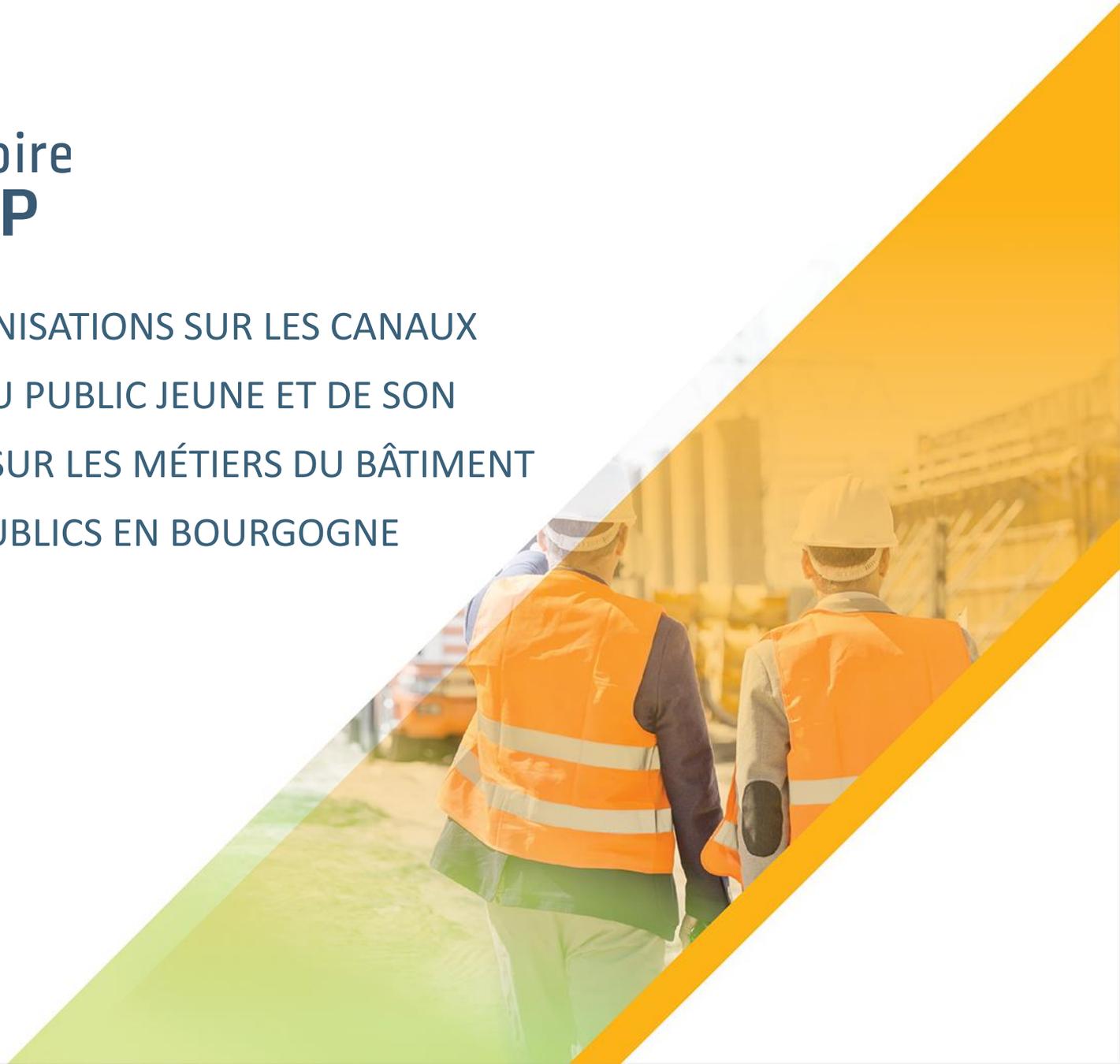




ANALYSE ET PRÉCONISATIONS SUR LES CANAUX
D'INFORMATION DU PUBLIC JEUNE ET DE SON
ENVIRONNEMENT SUR LES MÉTIERS DU BÂTIMENT
ET DES TRAVAUX PUBLICS EN BOURGOGNE
FRANCHE-COMTÉ

23 FÉVRIER 2023



À l'initiative de la CPREF BTP de Bourgogne Franche-Comté et de l'Observatoire des Métiers du BTP
Étude réalisée par Terre d'avance

Méthodologie : enquête qualitative via entretiens et focus groups et enquête par questionnaires auprès des jeunes et leur environnement
Sources :
Crédits :

Site web : www.metiers-btp.fr
Pour toute question, contactez : www.metiers-btp.fr/nous-contacter.html

SOMMAIRE

OBJECTIFS DE L'INTERVENTION ET DÉMARCHE D'ENSEMBLE

- Contexte et objectifs
- Méthodologie

01 | LE SCHÉMA GÉNÉRAL D'ORIENTATION DES JEUNES

- Une orientation précoce et des pratiques hétérogènes selon les milieux
- Les moments clés dans l'orientation
- Parents, entourage proche voire professeurs principaux, les interlocuteurs privilégiés
- Une stratégie multicanale des jeunes
- Le vécu du parcours d'orientation

02 | LES CANAUX D'INFORMATION SUR LES MÉTIERS DU BTP

- Le BTP suscite de la curiosité
- Les canaux mobilisés par les jeunes et les parents
- Des canaux d'information différents selon les profils des jeunes
- Les facteurs motivant la recherche d'information sur le BTP
- Le point de vue des professionnels
- Les canaux d'information sur les métiers du BTP en Bourgogne Franche-Comté

03 | L'IMAGE DES MÉTIERS DU BTP ET LES LEVIERS DE VALORISATION

- L'image du BTP selon les publics
- Les principaux arguments en faveur du BTP à retenir
- Les initiatives pertinentes à mettre en œuvre pour informer et orienter vers le BTP

04 | RECOMMANDATIONS

| ANNEXES

CADRAGE DE L'ÉTUDE, LE CONTEXTE

Contexte

Dans un contexte de mutations économiques, technologiques et de changement de rapport au monde du travail, le BTP connaît des difficultés de recrutement importantes. Dans la seule région Bourgogne Franche-Comté, Pôle Emploi a dénombré pour l'année 2021, près de 6 400 projets de recrutement dans les secteurs du Bâtiment des Travaux Publics et pour 75 % de ces projets, le recrutement est jugé comme difficile par les entreprises. Davantage mobiliser les jeunes sur les métiers du BTP est un levier potentiel pour faire face à ces vives tensions, d'autant que ces derniers peuvent s'avérer perdus face à leur orientation mais aussi parce que le BTP offre de nombreuses opportunités d'accès au marché du travail avec des qualifications accessibles au plus grand nombre (du CAP aux diplômes d'ingénieur) sur le territoire et des évolutions de carrières multiples.

Si les tensions de recrutement sont fortes dans le BTP, elles le sont aussi dans de nombreux secteurs d'activité. Dès lors, pour le BTP, un des enjeux forts pour attirer davantage de jeunes est d'identifier les leviers d'attractivité, dans un contexte concurrentiel fort. La capacité du BTP à valoriser ses métiers et ses formations et à identifier des moyens adéquats pour s'adresser aux jeunes générations est donc primordiale.

Sur la base de ces constats partagés, la Commission Paritaire Régionale Emploi Formation du Bâtiment et des Travaux Publics de Bourgogne Franche-Comté (CPREF BTP BFC) a sollicité l'appui de l'Observatoire des métiers du BTP pour la réalisation d'une étude sur les canaux d'information du public jeune et de son environnement sur les métiers du Bâtiment et des Travaux Publics en Bourgogne Franche-Comté.

Objectifs

- Identifier les différents outils et canaux d'information sur les métiers du Bâtiment et des Travaux Publics à disposition des jeunes et de leur environnement (parents, conseillers d'orientation, conseillers emploi, etc.) en région Bourgogne Franche-Comté.
- Analyser, la pertinence et le niveau d'appropriation des différents canaux d'information identifiés par les jeunes et les acteurs contribuant à l'orientation des jeunes.
- Mettre en perspective les éléments d'analyse précédents, formuler des préconisations visant à améliorer la visibilité et l'attractivité des métiers du Bâtiment et des Travaux Publics auprès des jeunes et de leur sphère d'influence jouant un rôle en matière d'orientation.

Population étudiée

L'étude cible les jeunes âgés de moins de 30 ans résidant en Bourgogne Franche-Comté ainsi que les acteurs contribuant à leur orientation (environnement des jeunes).

CADRAGE DE L'ÉTUDE, LA MÉTHODOLOGIE

L'étude a été fondée sur des informations recueillies par :

- Une analyse documentaire (cf. bibliographie en annexe) portant sur l'orientation des jeunes et le contexte d'emploi et de recrutement dans le BTP.
- Des entretiens de cadrage (20 entretiens réalisés) pour identifier :
 - Les problématiques rencontrées et les actions mises en place par les acteurs du BTP pour renforcer l'attractivité des métiers de la construction (entretiens avec les représentants des branches, des fédérations).
 - L'orientation, la perception des métiers du BTP par les jeunes et leur intégration dans l'emploi (entretiens avec les acteurs de l'emploi, ceux de l'orientation et ceux de la formation).
- Des entretiens exploratoires (42 entretiens réalisés) avec des acteurs de l'orientation des jeunes (psychologues de l'Éducation Nationale (PsyEN), avec des chargés d'accompagnement des missions locales et de Pôle emploi, des parents) et des jeunes. Ces entretiens ont permis d'avoir un premier niveau d'information sur la perception des canaux d'information relatifs aux métiers du BTP.
- Une enquête quantitative auprès :
 - De jeunes de moins de 30 ans résidant en Bourgogne Franche-Comté, avec une segmentation fine (jeunes en cours d'orientation, jeunes en formation dans le BTP, jeunes en activité dans le BTP, jeunes éloignés de l'emploi).
 - Des acteurs de l'orientation des jeunes : acteurs de l'emploi, parents de jeunes (en activité ou en formation dans le BTP), psychologues de l'Éducation Nationale.
 - Au total, 1 062 enquêtes remplies dans leur intégralité ont été exploitées pour nourrir l'étude.

01 | SCHÉMA GÉNÉRAL DE L'ORIENTATION DES JEUNES

- Une orientation précoce et des pratiques hétérogènes selon les milieux
- Les moments clés dans l'orientation
- Parents, entourage proche voire professeurs principaux : les interlocuteurs privilégiés
- Une stratégie multicanale des jeunes
- Le vécu du parcours d'orientation

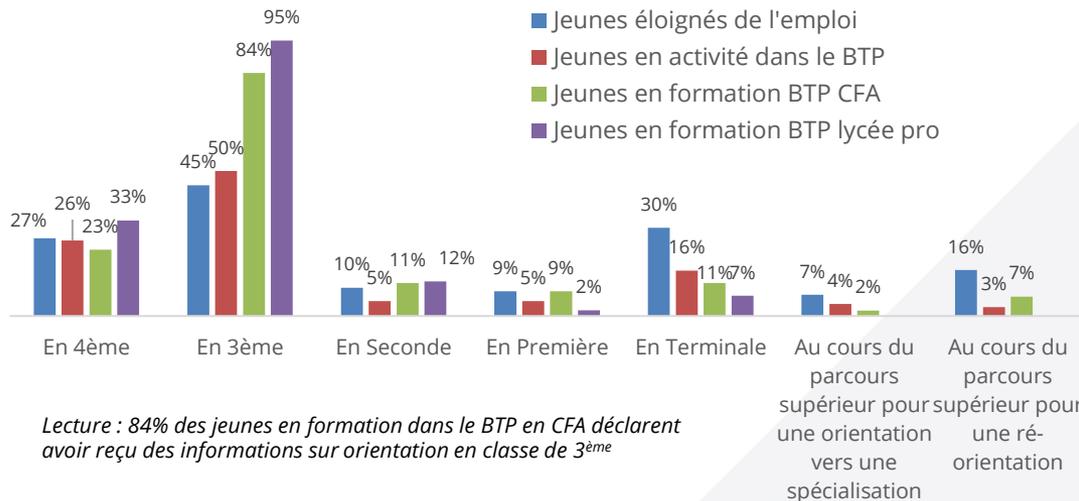
Une orientation précoce et des pratiques hétérogènes selon les milieux

En France, les choix d'orientation interviennent **plus tôt dans le cursus de formation que dans d'autres pays européens (Allemagne, pays Scandinaves notamment)**. Les jeunes des milieux les moins favorisés sont ceux qui doivent effectuer un choix d'orientation plus tôt que les autres, alors que dans le même temps ce sont ces jeunes et leurs familles qui sont les **moins bien armés** pour s'orienter efficacement.

Ainsi, les élèves dont les **parents sont ouvriers ou employés** déclarent significativement plus souvent **ne pas avoir eu de choix dans leur orientation** professionnelle. Le **rôle des parents** est un rôle **d'accompagnateur** lorsque ceux-ci arrivent à se repérer dans les différentes filières de l'Éducation Nationale. Lorsque ce n'est pas le cas, les Missions locales peuvent constituer un appui dans l'orientation des jeunes.

Les pratiques d'orientation des jeunes sont **hétérogènes selon les profils** et les parcours. Les relations de proximité et l'estime de soi jouent un rôle essentiel.

Moments clés où l'information sur l'orientation est donnée



Lecture : 84% des jeunes en formation dans le BTP en CFA déclarent avoir reçu des informations sur orientation en classe de 3^{ème}

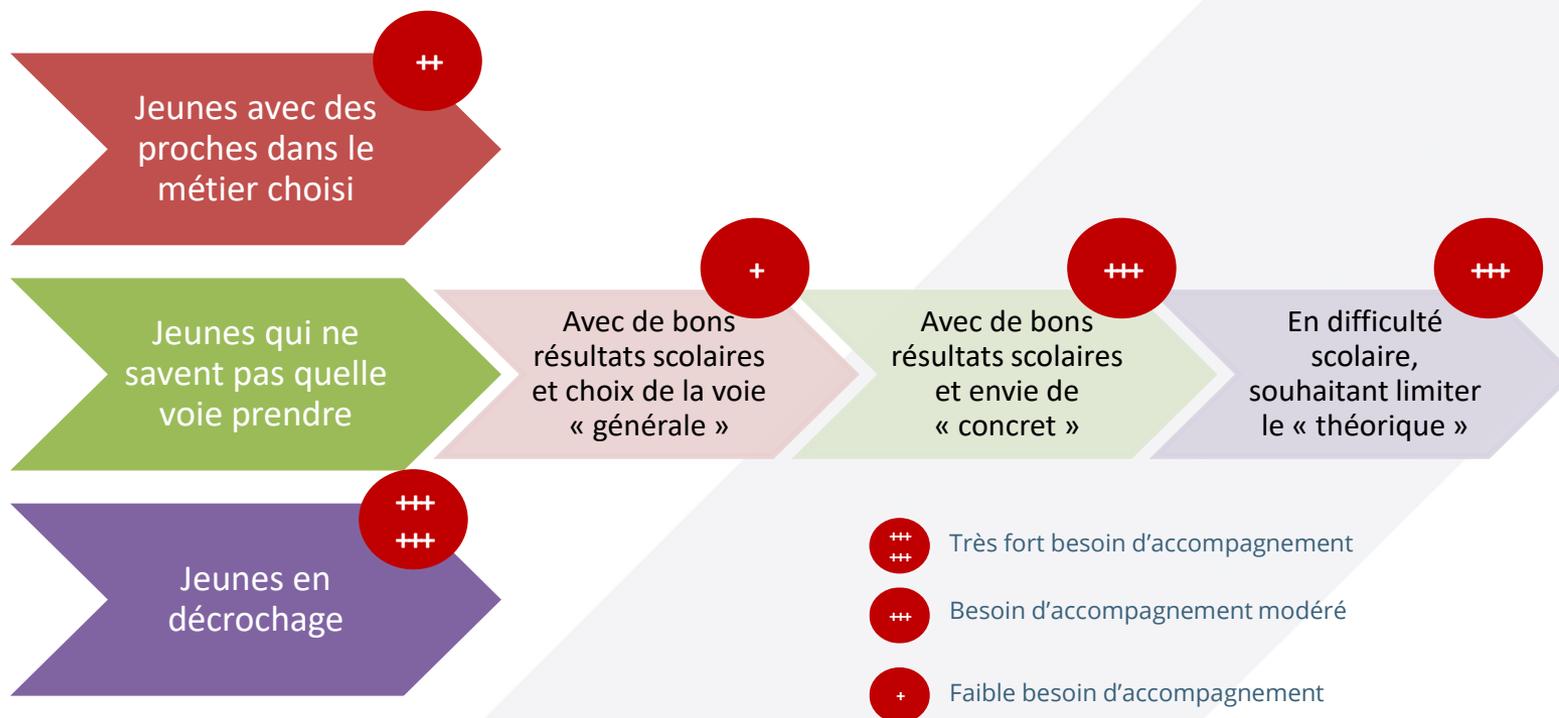
Les résultats de l'enquête par questionnaire montrent que :

- Si l'information sur l'orientation est donnée à partir de la 4^{ème}, **la classe de 3^{ème} est le moment clé où l'information est délivrée** en vue de s'orienter, pour, a minima, 45 % des jeunes. Cette classe est désignée comme capitale par les jeunes en formation dans le BTP.
- Au lycée, peu prégnante en seconde et première, (sauf en cas de réorientation), la question de l'orientation redevient un sujet fort en **Terminale pour les jeunes aujourd'hui éloignés de l'emploi** et dans une moindre mesure ceux qui finalement ont choisi d'exercer dans le BTP.
- Pour les jeunes dans le supérieur, l'orientation n'est plus à l'ordre du jour, sauf pour ceux souhaitant se réorienter.

Les moments clés dans l'orientation

La classe de 3^{ème} semble constituer un moment privilégié dans l'orientation des jeunes. **Cependant, les profils des collégiens à ce stade de leurs études sont très différents** et leur besoin d'accompagnement et de conseil sera plus ou moins fort :

- Ceux qui ont déjà une **idée de projet**, ceux qui souhaitent **suivre les pas de leurs parents** auront un **faible besoin d'accompagnement**. Il en va de même avec ceux qui ont de **bons résultats scolaires** et souhaitent s'orienter vers les filières générales.
- Les élèves en **difficultés scolaires** ne souhaitant pas continuer en filière générale et qui n'ont **pas encore trouvé leur voie** auront un **besoin d'accompagnement progressif**.
- Enfin, des **jeunes en décrochage** auront un **très fort besoin d'encadrement**.

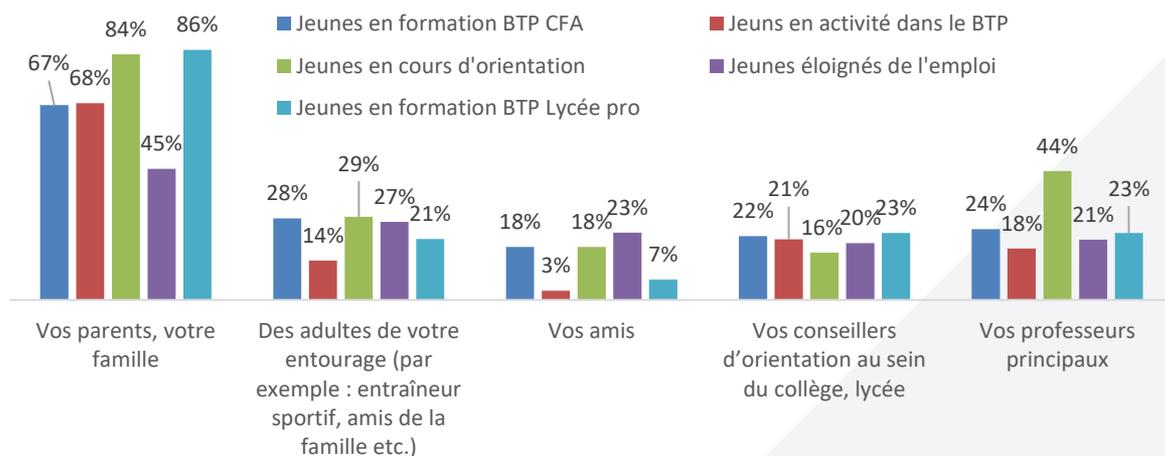


Parents, entourage proche voire professeurs principaux : les interlocuteurs privilégiés

Les **proches et les pairs ont un rôle crucial** dans les choix d'orientation. Un quart des jeunes renonce à une orientation lorsqu'elle lui a été déconseillée par son entourage. Les jeunes donnent la priorité aux **adultes de confiance** et à leur pairs dans leur stratégie d'information. Cela concerne les adultes rencontrés au quotidien : parents, proches, enseignants, éducateurs, entraîneurs sportifs... Toutefois la **subjectivité des informations** reçues par ce biais pose question.

La perception du rôle de l'Education Nationale vis-à-vis de l'orientation demeure plutôt mitigée à la fois pour les jeunes comme pour les parents. L'institution donne parfois le sentiment **d'agir « à côté »** du choix des jeunes, proposant dans certains cas des filières de formation sans rapport avec la demande du jeune. Mais dans le même temps, **un jeune sur deux a le sentiment d'avoir été bien accompagné par son établissement scolaire.**

Les personnes qui interviennent dans la recherche d'information dans l'orientation des jeunes



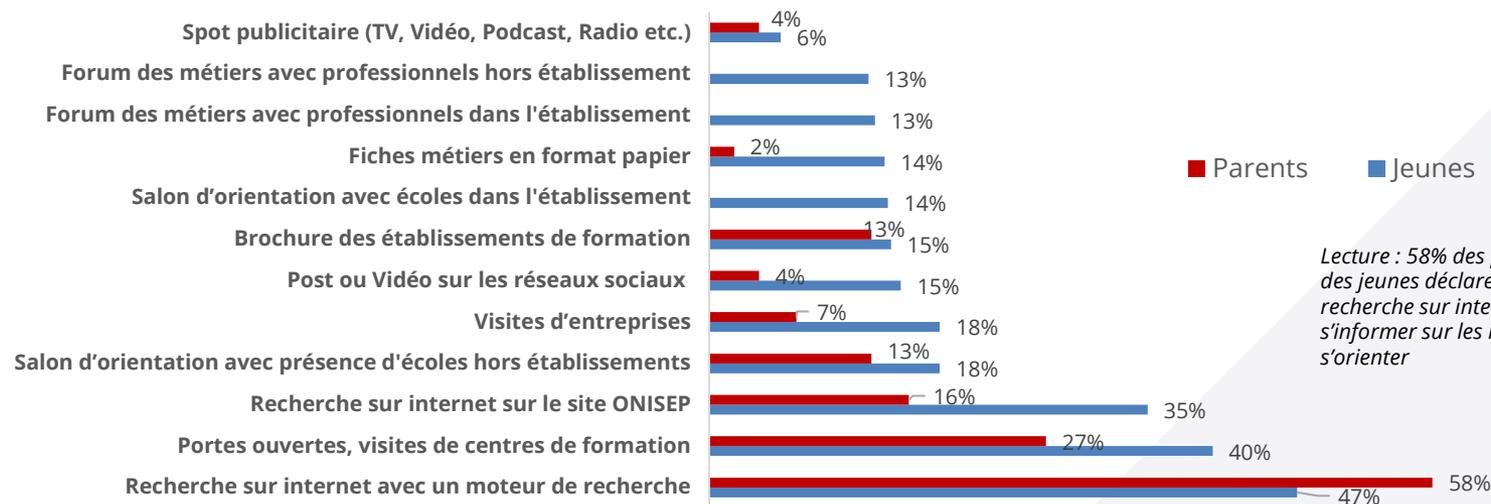
Lecture : 84% des jeunes en cours d'orientation déclarent que leur parents les ont aidé dans la recherche d'information sur les métiers et leur orientation

Les résultats de l'enquête quantitative confirment et précisent les éléments précédents :

- **Parents et familles sont les premiers à apporter une aide dans l'orientation.** Ce rôle est exacerbé pour les jeunes « en cours d'orientation » qui n'ont sans doute pas encore rencontré, pour certains, d'autres interlocuteurs.
- **L'Education Nationale joue également un rôle important** : les professeurs principaux, dont le rôle est défini en matière d'orientation, sont sollicités par les jeunes en cours d'orientation (44%). Les psychologues de l'Education Nationale semblent aussi jouer un rôle mais qui est plus marqué pour les jeunes qui ne sont pas en études (seuls 16% des jeunes en cours d'orientation déclarent que le PsyEN est intervenu dans leur recherche d'information).
- La troisième sphère d'influence est constituée par **l'entourage proche des jeunes**, hors cercle familial : les adultes de confiance et les amis.

Une stratégie multicanale des jeunes

Les canaux d'information mobilisés par les jeunes et par leurs parents



Pour s'informer sur les métiers et pour s'orienter les jeunes comme leurs parents ont recours à plusieurs canaux d'information :

- La **recherche libre sur internet** est le premier canal utilisé, par les parents et les jeunes confirmant les observations issues des entretiens qualitatifs. Toutefois, cela pose la capacité des jeunes à accéder à la bonne information et à faire le tri dans une offre abondante.
- Les jeunes déploient une stratégie davantage multicanale que leurs parents, en combinant :
 - **Le numérique : site de l'Onisep en tête et réseaux sociaux**. Toutefois, leur utilisation apparaît moins marqué que ce que laissaient entrevoir les entretiens qualitatifs,
 - **Les rencontres en présentiel** : visites de centre de formation, salon de l'orientation, forums des métiers, visites d'entreprises,
- **Pour les parents**, en plus de la **recherche libre sur internet**, le numérique se résume au **site de l'Onisep**. Ils fréquentent beaucoup moins les évènements permettant la rencontre avec les professionnels.
- La brochure papier et la fiche métier n'ont pas totalement été évincés et demeurent plus utilisés par les jeunes que leurs parents.

Le vécu du parcours d'orientation

Les jeunes expriment des **difficultés à se projeter** dans l'avenir, surtout s'il s'agit de s'orienter vers une **formation professionnalisante** sans être sûrs de leurs choix. Ils évoquent des **difficultés pour se repérer** dans les nombreuses informations au sujet de l'orientation, ce qui peut entraîner un sentiment de solitude, sauf si les parents s'impliquent. Ils évoquent aussi la **complexité des démarches administratives** pour déposer les **dossiers d'inscription dans les établissements** et dans **Parcoursup**.

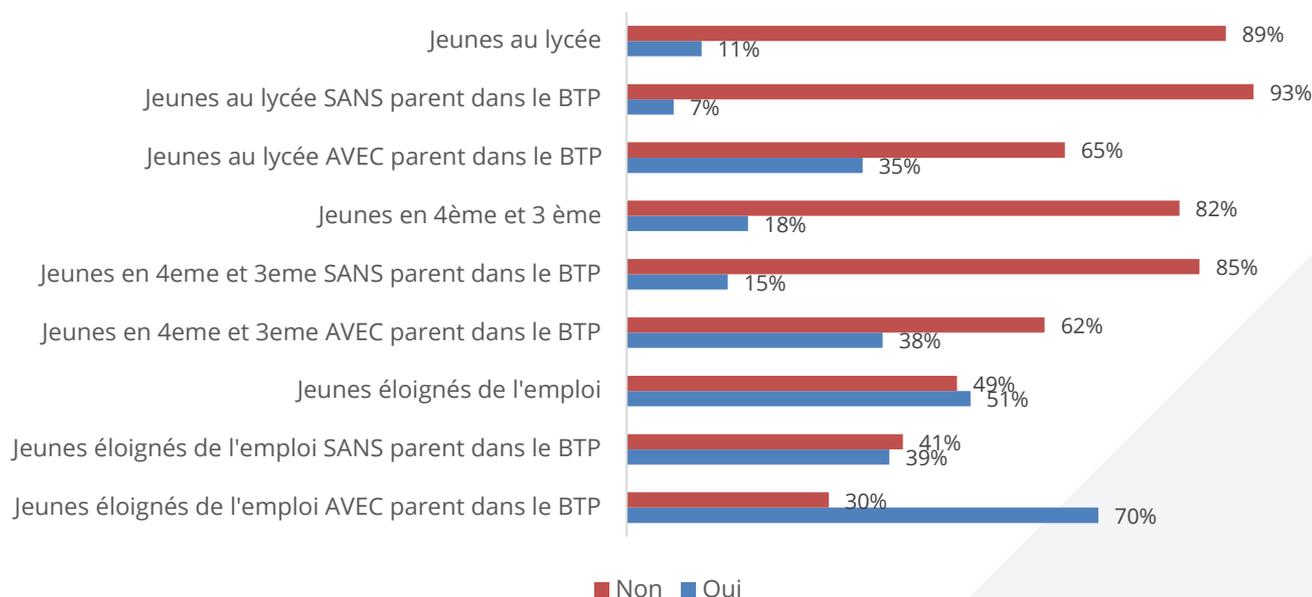
Ce qui est facile	Ce qui est difficile
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Présence de nombreuses ressources disponibles pour se renseigner ✓ Être aidé par ses parents (quand ils s'impliquent sans imposer) pour se motiver, faire des recherches, choisir et s'inscrire ✓ Être accompagné par ses parents (quand ils s'impliquent) pour aller aux salons, forums et portes ouvertes ✓ Trouver un centre de formation / un établissement si la filière n'est pas trop demandée ✓ Trouver une entreprise pour effectuer un apprentissage ✓ Bénéficier du soutien financier des parents (quand ils s'impliquent) ✓ Pouvoir se confronter avec ses camarades de classe qui font des choix similaires 	<ul style="list-style-type: none"> ✗ Difficile de se repérer dans les ressources disponibles ✗ Sentiment de peu d'aide et de soutien, notamment de la part des psychologues de l'Education Nationale et des Centres d'Information et d'Orientation (CIO) ✗ Impression d'être dissuadé d'aller vers une filière professionnelle ✗ Image négative des filières professionnelles et surtout du BTP ✗ Se projeter dans l'avenir pour choisir sa filière et son métier ✗ Être sûr de son choix (manque de maturité) ✗ Devoir choisir entre une filière spécifique ou plus généraliste ✗ Trouver un stage de 3^{ème} pour découvrir les métiers ✗ Les démarches administratives pour s'inscrire en Lycée, en CFA, dans Parcours-Sup, etc... ✗ Devoir prendre les transports en commun, pour aller en internat ou au travail, quand on habite en milieu rural et que l'on transporte sa caisse à outils ✗ Se confronter au monde du travail à 14-15 ans ✗ Un monde du travail pas toujours accueillant ✗ La mobilité en l'absence de permis de conduire ✗ Manque de temps pour faire les choix, surtout au lycée ✗ Manque de prise en considération de l'élève et de son projet personnel dans Parcoursup.

02 | LES CANAUX D'INFORMATION SUR LES MÉTIERS DU BTP

- Le BTP suscite de la curiosité
- Les canaux mobilisés par les jeunes et les parents
- Des canaux d'information différents selon les profils des jeunes
- Les facteurs motivant la recherche d'information sur le BTP
- Le point de vue des professionnels
- Les canaux d'information sur les métiers du BTP en Bourgogne-Franche-Comté

Le BTP, un secteur qui suscite de la curiosité

Recherche d'information sur les métiers du BTP



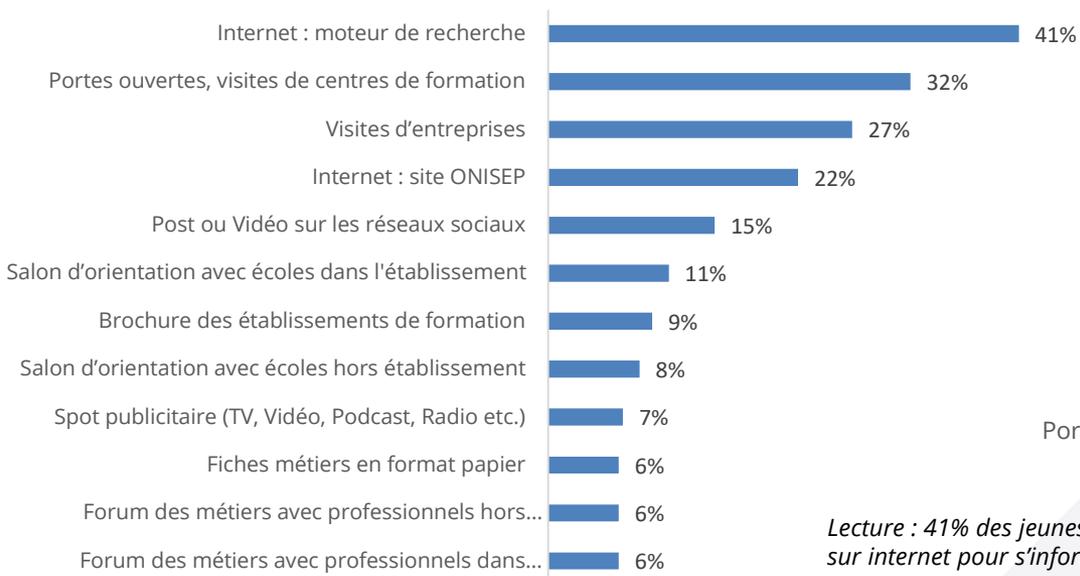
Lecture : 11% des jeunes au lycée déclarent avoir recherché des informations sur les métiers du BTP. Leur part augmente à 35% lorsqu'un de leur parent exerce dans le BTP. Elle n'est plus qu'à 7% lorsqu'aucun des parents n'exerce dans le BTP.

- Un jeune collégien sur 5 dit avoir recherché des informations sur le métier du BTP. Cette valeur mériterait de pouvoir être confrontée avec la recherche d'information sur d'autres secteurs d'activité.
- **L'influence des parents sur l'orientation de leurs enfants s'observe dans toutes les catégories de jeunes.** Les jeunes ayant un des parents qui travaille dans le BTP déclarent plus souvent avoir recherché de l'information sur les métiers du BTP. Ceci est particulièrement marquant pour les jeunes éloignés de l'emploi.

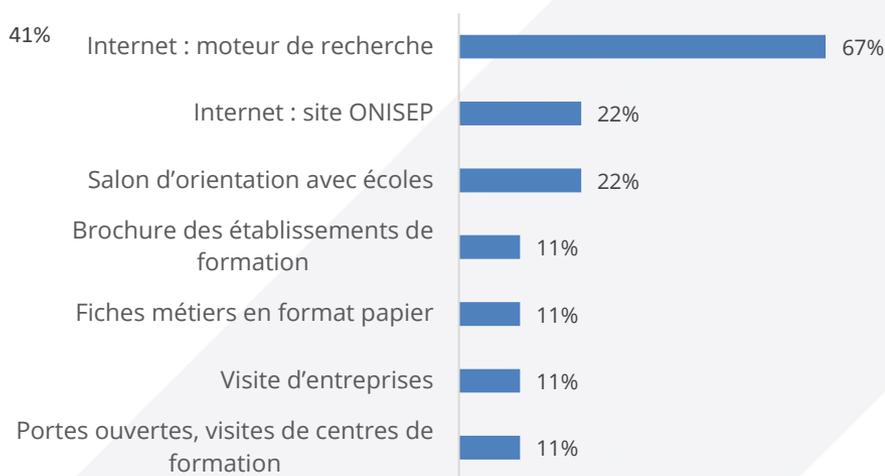
02 | LES CANAUX D'INFORMATION SUR LES MÉTIERS DU BTP

Canaux mobilisés par les jeunes et les parents

Canaux d'information sur les métiers du BTP mobilisés par les jeunes



Canaux d'information sur les métiers du BTP mobilisés par les parents



Lecture : 41% des jeunes et 67% des parents déclarent avoir mobilisé la recherche sur internet pour s'informer sur les métiers du BTP

- Globalement, **jeunes et parents mobilisent beaucoup moins de canaux** pour s'informer sur les métiers du BTP que pour s'orienter en général (à titre illustratif : 9 canaux mobilisés par les parents en moyenne pour l'orientation / 7 pour l'orientation sur les métiers du BTP).
- **Pour les jeunes : l'information sur les métiers du BTP s'appuie moins sur de la rencontre en présentiel** : à l'exception des visites d'entreprises (27 % pour les métiers du BTP / 18 % en général), les forums et les salons sont beaucoup moins utilisés. **Le numérique est également moins mobilisé**, avec un écart marquant pour le site de l'ONISEP (22 % contre 35 %).
- **Pour les parents** : la recherche libre sur internet prédomine, le site de l'ONISEP est moins identifié. En revanche, ils fréquentent davantage les salons de l'orientation avec la présence d'écoles.

02 | LES CANAUX D'INFORMATION SUR LES MÉTIERS DU BTP

Focus : des canaux différents selon le profil du jeune

Canaux mobilisés pour l'information sur les métiers du BTP selon le profil du jeune

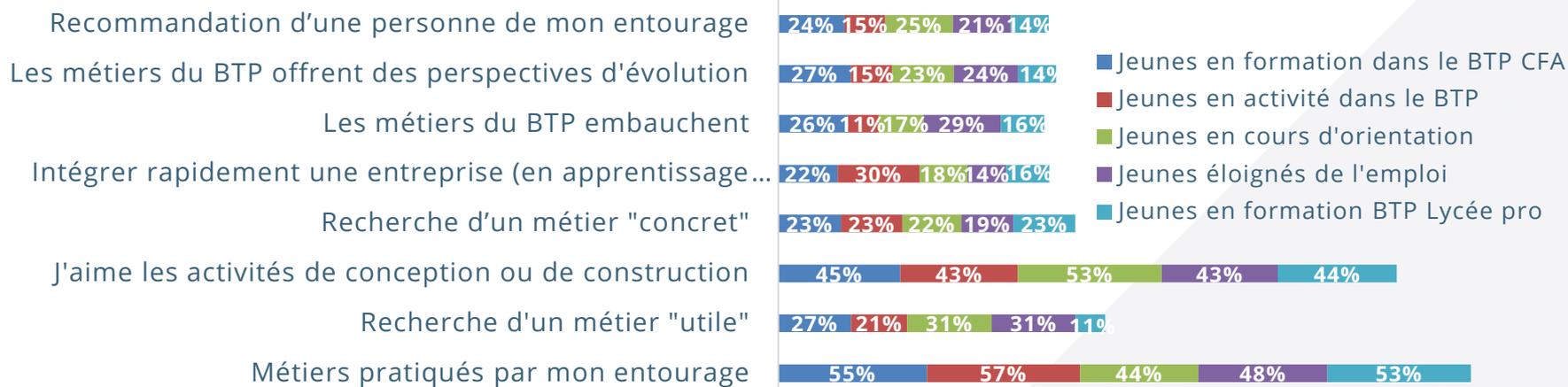
	Jeunes au collège	Jeunes au lycée	Jeunes éloignés de l'emploi	Jeunes en formation BTP lycée pro	Jeunes en formation BTP en CFA
Internet : moteur de recherche	55%	23%	48%	51%	44%
Internet : site ONISEP	30%	23%	7%	23%	30%
Post ou Vidéo sur les réseaux sociaux	28%	31%	12%	12%	6%
Visites d'entreprises	23%	23%	26%	19%	23%
Portes ouvertes, visites de centres de formation	20%	8%	26%	35%	38%
Spot publicitaire (TV, Vidéo, Podcast, Radio etc.)	17%	0%	2%	5%	2%
Brochure des établissements de formation	10%	0%	17%	7%	10%
Forum des métiers avec professionnels hors établissement fréquenté par le jeune	7%	0%	7%	3%	5%
Fiches métiers en format papier	6%	0%	14%	5%	7%
Forum des métiers avec professionnels dans l'établissement du jeune	6%	8%	12%	3%	4%

Lecture : 55% des jeunes au collège déclarent avoir mobilisé la recherche via internet pour rechercher des informations sur les métiers du BTP

- Pour communiquer auprès des collégiens : internet, les réseaux sociaux et les rencontres en présentiel.
- Pour communiquer auprès des lycéens : les réseaux sociaux, internet et l'accueil en entreprises.
- Pour communiquer auprès des jeunes éloignés de l'emploi : internet, les portes ouvertes et visites d'entreprises et de centre de formation et les outils papiers.
- Les jeunes en formations dans le BTP se sont majoritairement informés par le biais d'internet, de l'ONISEP, mais aussi de portes ouvertes dans des centres de formations et des visites d'entreprises.

Les facteurs motivant la recherche d'information sur les métiers du BTP

Les facteurs motivant la recherche d'information sur les métiers du BTP

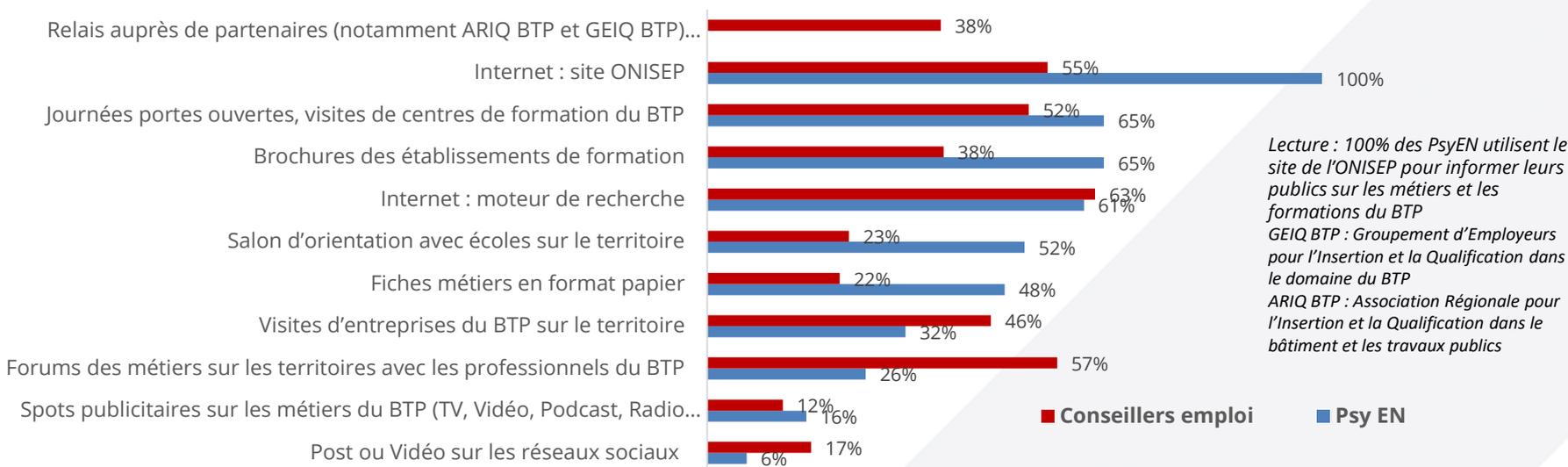


Lecture : La pratique d'un métier du BTP par une personne de l'entourage constitue la première motivation pour rechercher des informations sur le BTP pour les jeunes, quels que soient leurs profils.

- Quel que soit le profil du jeune, **côtoyer un professionnel du BTP et être attiré par les métiers de conception ou de construction sont les 2 déterminants principaux** dans l'acte de rechercher d'information sur les métiers du BTP.
- L'utilité du métier est un facteur de motivation quel que soit le profil du jeune.
- Les perspectives d'emploi et de carrière liés aux métiers du BTP (embauche, accès rapide à un emploi, évolution) sont des arguments de second rang à l'exception des jeunes déjà en poste dans le secteur.
- Le fait qu'une **personne de l'entourage pratique un métier du BTP a un impact significatif** sur la motivation des jeunes à rechercher de l'information.

Le point de vue des professionnels

Canaux d'information mobilisés par les PsyEN et les conseillers emploi pour informer sur les métiers et formations du BTP



- **Internet**, en recherche libre et systématiquement le site de l'ONISEP pour les psychologues de l'Education nationale (PsyEN) est **le premier canal mobilisé**. Les **autres supports numériques** sont **largement moins mobilisés que les supports papiers très utilisés, et encore davantage par les PsyEN**.
- PsyEN et Conseillers emploi n'hésitent pas à quitter leur bureau : **les PysEN** fréquentent **les salons de l'orientation et les portes ouvertes d'organismes de formation** quand **les conseillers emploi** vont rencontrer les **professionnels, sur des forums métiers ou au cours de visites entreprises**.

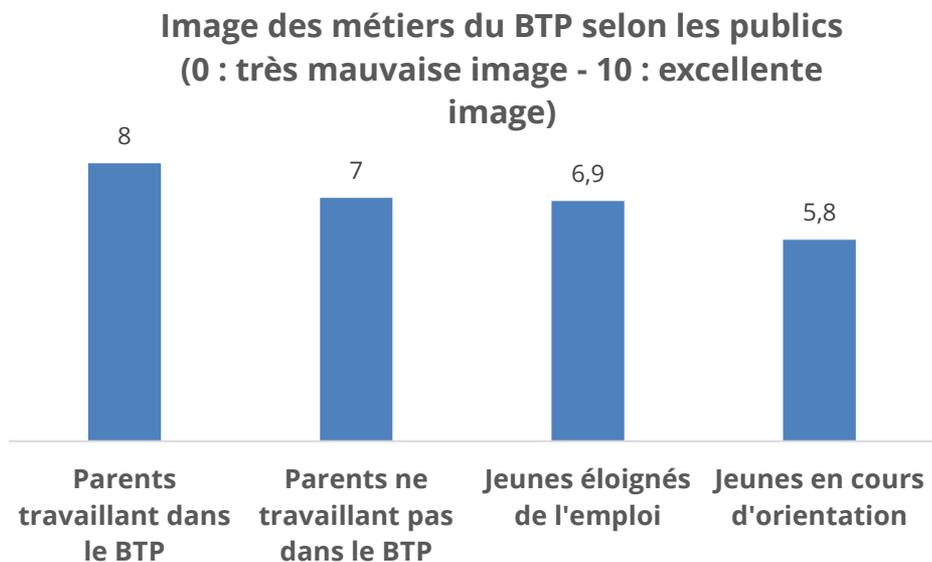
Les canaux d'information sur le BTP en Bourgogne Franche-Comté

- De nombreuses actions et outils sont mis en œuvre en Bourgogne Franche-Comté pour informer sur les métiers du BTP (voir en annexes). Ces actions et outils se différencient sur plusieurs points :
 - **L'envergure de leur déploiement** : certaines peuvent être déployées au niveau national, dans une stratégie d'envergure et impacter la BFC comme d'autres régions (plan média du CCCA BTP par exemple), quand d'autres sont mises en œuvre seulement localement sur la base d'initiatives de structures et de réseaux de partenaires (forum de l'emploi du SPE, les « coulisses du bâtiment » par la FFB...).
 - **Le public ciblé** : certaines actions vont s'adresser un public très large (jeunes, parents, professionnels, etc.), quand d'autres vont cibler une catégorie de jeunes en particulier (collégiens).
 - **Le périmètre de l'action** : des actions ciblent uniquement le secteur du BTP, mais elle sont plus rares que celles qui informent sur plusieurs secteurs d'activité dont le BTP.
 - **Les structures qui impulsent ces actions/outils** : cela va d'acteurs intervenant dans le secteur du BTP (organisations professionnelles), le Service public de l'emploi (qui a pour mission notamment d'informer sur les secteurs d'activité qui recrutent), jusqu'au entreprises et organismes de formation.
 - **Le format** : des outils techniques, tels que les casques de réalité virtuelle, jusqu'au forum métier, en passant par des spots publicitaires, ou des outils d'aide à la construction du projet professionnel, etc.

03 | L'IMAGE DES MÉTIERS DU BTP ET LES LEVIERS DE VALORISATION

- **L'image du BTP selon les publics**
- **Les principaux arguments en faveur du BTP à retenir**
- **Les initiatives pertinentes à mettre en œuvre pour informer et orienter vers le BTP**

/// L'image du BTP selon les publics



Lecture : Les parents qui travaillent dans le BTP attribuent une note de 8 sur 10 à l'image qu'ils ont du BTP, soit une très bonne image.

NB : Les parents travaillant dans le BTP ne représentent que 20 % du total des parents répondant à l'enquête

- Les parents ont une meilleure image des métiers du BTP que les jeunes.
- La meilleure image est exprimée par les parents travaillant dans le BTP, venant ici corroborer le rôle que devrait jouer les professionnels dans la valorisation de leur métier.
- L'image des jeunes en cours d'orientation sur les métiers du BTP pourrait être considérée finalement comme une absence d'image se situant juste au dessus de 5 (ni bonne, ni mauvaise image) – Les collégiens ont toutefois une image un peu plus nette (6 contre 5,6 pour les lycéens). Ces jeunes, qui représentent le plus grand potentiel de candidats, devraient être une cible prioritaire.
- Cette image est davantage positive pour les jeunes éloignés de l'emploi, qui, comme vu précédemment, se sont davantage informés sur les métiers du BTP.

Les principaux arguments à retenir en faveur du BTP

- **Plus les jeunes sont en prise directe avec les métiers du BTP, plus ils avancent des arguments en faveur desdits métiers.**
- Toutefois, **ce sont les professionnels de l'orientation qui apparaissent être les meilleurs ambassadeurs des métiers du BTP**, avec non seulement le plus grand nombre d'arguments recevant leur approbation mais également avec une part de « tout à fait d'accord » supérieure à celle des jeunes en activité et en formation dans le BTP.
- Les **avantages des métiers du BTP** sont :
 - **Largement méconnus par les parents** : seuls deux arguments (embauche et alternance) recueillent plus de 50 % de position « tout à fait d'accord ».
 - **Et peu connus par les jeunes en cours d'orientation** pour lesquels le nombre d'arguments favorables reste limité.
- Enfin, une position doit être tranchée concernant les arguments « bon niveau de salaire », « contenu technologique », « pénibilité physique », « transfert des compétences professionnelles pour des tâches du quotidien », ces 4 arguments ne faisant l'objet d'un consensus favorable pour aucune des populations enquêtées :
 - Soit ces arguments ne sont finalement pas une réalité, les professionnels eux-mêmes ne les mettant pas en avant.
 - Soit ces réalités sont très peu connues et une communication massive doit être entreprise.

Les initiatives pertinentes à mettre en œuvre pour informer et orienter vers le BTP

Part des initiatives considérées comme « très pertinentes » pour informer et orienter sur les métiers du BTP (1/2)

	Jeunes en formation BTP CFA	Jeunes en formation BTP Lycée pro	Jeunes en activité dans le BTP	Jeunes en cours d'orientation	Jeunes éloignés de l'emploi	Parents	PsyEN	Conseillers emploi
Stages en entreprises	59%	60%	56%	57%	54%	51%	84%	78%
Avoir la possibilité de faire plus de stages avant le Brevet des Collèges	50%	49%	47%	43%	51%	36%	42%	49%
Rencontres avec des jeunes qui travaillent dans le BTP	48%	49%	53%	43%	56%	44%	81%	71%
Valoriser la possibilité de poursuivre ses études après un CAP ou un Bac Pro	43%	40%	51%	33%	40%	53%	35%	49%
Valoriser les métiers peu connus et qui nécessitent un haut niveau de technicité	40%	37%	50%	35%	50%	44%	58%	48%
Rencontres avec des chefs d'entreprise	38%	30%	41%	29%	50%	29%	26%	68%
Valoriser les chantiers emblématiques et les jeunes qui y ont contribué	37%	37%	50%	29%	43%	36%	45%	49%
Visites de chantiers	34%	40%	34%	33%	40%	33%	74%	62%
Portes ouvertes en entreprises	33%	33%	30%	33%	37%	33%	68%	54%
Portes ouvertes dans les écoles	33%	14%	30%	25%	27%	29%	71%	37%

Lecture : L'initiative « stage en entreprise » arrive en tête des réponses « très pertinentes » pour tous les profils de répondants

Les initiatives pertinentes à mettre en œuvre pour informer et orienter vers le BTP (1/2)

- **Les positions** entre les différentes cibles sur les initiatives les plus pertinentes **sont homogènes mais les professionnels (psyEn et conseillers emploi) se distinguent** toutefois des autres populations enquêtées en mettant l'accent sur davantage d'actions qui associent des entreprises.
- **3 initiatives arrivent en tête pour la très large majorité des populations enquêtées :**
 - Les stages en entreprises
 - Plus de stages avant le brevet des collèges

L'importance de rencontrer les professionnels en situation de travail mentionnée dans les entretiens qualitatifs est à la fois confirmée, amplifiée et ces modalités précisés au travers de la volonté d'avoir accès à davantage d'immersions en entreprise durant le collège.

 - La rencontre avec des jeunes travaillant dans le BTP – *Cette initiative, déjà identifiée dans la phase qualitative, prend ici encore davantage de poids.*
- 2 autres initiatives se distinguent également par un critère de pertinence fort :
 - La possibilité de poursuivre ses études après un premier cycle court
 - **La valorisation des métiers du BTP peu connus ayant une technicité forte** – *C'est un élément fort et non détecté dans les travaux préliminaires à l'enquête.*

Les initiatives pertinentes à mettre en œuvre pour informer et orienter vers le BTP (2/2)

- 3 autres initiatives recueillent des scores de pertinence important mais marquent aussi un décalage de perception entre les professionnels (psyEN et conseillers emploi) et les autres populations : les visites de chantier, les portes ouvertes en entreprise, les portes ouvertes dans les écoles. En effet, les professionnels sont davantage centrés sur des actions qui mobilisent les entreprises.
- **Les initiatives plus innovantes, numériques ou télévisuelles** constituent une seconde grappe de réponses avec un score « très pertinent » retenu entre 20 et 42 % des populations enquêtées : les professionnels semblent plus attirés par ce type d'initiative que les jeunes eux-mêmes, venant ici contredire les entretiens qualitatifs réalisés en première phase de l'étude.
- **Les outils historiques, forum des métiers / des formations, fiches métiers y compris numériques, vidéos ONISEP ne sont aujourd'hui jugés pertinents par seulement 20 % des populations enquêtées.**
- **Enfin, les vidéos d'influenceurs et les casques de réalité virtuelle sont finalement jugés très pertinent que par une faible part des enquêtés contrairement à ce que laissait penser les entretiens qualitatifs.**

04 | RECOMMANDATIONS

- **1. Renforcer le partenariat avec les acteurs de l'orientation, de l'emploi et l'Education nationale**
 - Pour mieux comprendre les problématiques et faciliter les démarches d'information sur le BTP
 - Et ensuite ce partenariat sera indispensable pour coconstruire les réponses et les déployer
 - Profiter de la dynamique de mobilisation engendrée par cette étude pour initialiser ce processus d'ouverture vers l'externe
 - Pour ouvrir des portes afin d'aller à la rencontre directe des jeunes
- **2. Faire plus avant de faire différemment pour les initiatives pertinentes :**
 - Le BTP, un des secteurs les plus en tension, doit se démarquer significativement des autres en termes d'implication des professionnels et d'outils d'information
 - Les initiatives existantes sont pertinentes : il s'agit des les démultiplier
 - Communiquer davantage sur la possibilité de réaliser des stages en entreprise en dehors du stage de découverte intégré en classe de 3^{ème} via des conventions de stage mises à disposition par les Chambres des métiers et de l'artisanat.
- **3. Renforcer l'implication des entreprises (les motivations naissent de la rencontre avec un professionnel)**
 - En premier lieu et sans forcément un investissement temps conséquent, en ouvrant les portes des entreprises pour des stages, y compris les stages découvertes
 - En structurant un rôle d'ambassadeurs pour les jeunes travaillant dans le BTP
- **4. Capitaliser sur la bonne image des métiers du BTP auprès d'adultes ayant un rôle clé dans l'orientation (PsyEn, conseillers emploi) pour coconstruire avec eux les nouveaux messages. S'appuyer également sur les jeunes qui exercent dans le BTP**
- **5. Des supports de communication différents selon les cibles :**
 - Les collégiens : internet, les réseaux sociaux, les rencontres avec les professionnels
 - Les lycées : les réseaux sociaux, internet et l'accueil en entreprises
 - Les jeunes éloignés de l'emploi : internet, les portes ouvertes et visites d'entreprises et de centres de formation et les outils papier
- **6. Enrichir l'argumentaire en mettant en avant également la possibilité de poursuivre ses études après un cycle court et en valorisant les métiers peu connus qui nécessitent de la technicité. Valoriser davantage, dans les messages, les activités de conception et de construction qui sont présentes dans les métiers du BTP.**
- **7. Intervenir au bon moment :**
 - Au collège, pourquoi pas dès la 4^{ème} : 25 collèves expérimentent des premières informations métiers aujourd'hui dès la 5^{ème}
 - Pourquoi pas au lycée ? Les réorientations, si elles ne sont pas massives, existent
- **8. Mettre davantage en avant le potentiel insérant du secteur du BTP en valorisant les évolutions de carrière et les perspectives de progression salariale**

05 | ANNEXES

- **Canaux d'information identifiés en Bourgogne-Franche-Comté**
- **Bibliographie**

1. Bibliographie

- Activité, emploi et formation dans le bâtiment. CERC BFC et Observatoire des métiers du BTP. 2022
- Activité, emploi et formation dans les travaux publics. CERC BFC et Observatoire des métiers du BTP. 2022
- Emploi et formation dans le BTP. Document de synthèse. Observatoire des métiers du BTP. 2022
- Etude qualitative sur le profil des primo-entrants dans le secteur du BTP. Observatoire des métiers du BTP. 2021
- Les métiers en tension dans le secteur du bâtiment. Observatoire des métiers du BTP. 2021
- Les métiers en tension dans le secteur des travaux publics. Observatoire des métiers du BTP. 2021
- Les pratiques de recrutement dans le bâtiment et les travaux publics. Observatoire des métiers du BTP. 2021
- Etude quantitative sur les profils des primo-entrants dans le secteur du BTP. Observatoire des métiers du BTP. 2020
- Enquête des besoins de main d'œuvre en Bourgogne-Franche-Comté. Pôle emploi. 2021
- Aider les jeunes à mieux identifier leurs goûts et motivations personnelles : un levier pour améliorer l'orientation. Crédoc. 2018
- Enquêtes apprentissage dans le BTP. CCCA BTP
- L'orientation des jeunes. Avis du CESE. 2018
- Orientation : les pratiques d'information des jeunes changent la donne. INJEP. 2012
- Les jeunes et l'information dans leur orientation et leur parcours personnel. INJEP. 2009
- L'orientation scolaire vécue par les jeunes et leurs parents. UNAF. 2009

Les initiatives nationales déclinées en Bourgogne Franche Comté

Les canaux d'information des jeunes sur les métiers du BTP en Bourgogne-Franche-Comté se distinguent sur deux critères. D'abord sur leur envergure, allant d'actions ou d'outils nationaux, jusqu'à des initiatives très locales. Ensuite sur leur périmètre de filière, une partie d'entre eux n'étant pas concentrés uniquement sur les métiers du BTP.

Actions/outils nationaux mobilisés à l'échelle régionale		
Dénomination de l'action	Emetteur	Cible
Campagne nationale « ma construction » - plan média TV, radio, réseaux sociaux	CCCA BTP	Jeunes, valorisation de l'apprentissage
Campagne « Boost apprentissage BTP » pour favoriser le recrutement en apprentissage	CCCA BTP	Jeunes, du CAP au BTS
Plateforme « Destination BTP » pour s'orienter, conforter son projet et créer son CV	CCCA BTP	Jeunes sans affectation scolaire ou souhaitant se réorienter à la recherche d'une formation en apprentissage ou d'un emploi
Vidéos de démonstration des activités professionnelles (influenceurs « type Kelly Carreleuse »)	Influenceurs	
Présence sur les salons et intervention auprès du public lors de diverses manifestations, escape game numérique pour découvrir les métiers, fiches métiers, vidéos témoignages et websérie de promotion des chantiers et des métiers (ex : CAPEB Experts, Wonderworld FNTP, vidéos métiers FFB en partenariat avec l'ONISEP) etc.	Organisations Professionnelles (CAPEB, FFB, FNTP, SCOP BTP)	Tout public, notamment jeunes en cours d'orientation ou reconversion
Informations générales sur l'orientation et informations ciblées sur les métiers et les formations (fiches métiers, vidéos)...	ONISEP	Jeunes du collège au post bac
Je filme le métier qui me plaît (Education nationale notamment)	Partenariats multiples publics et privés	Elèves, étudiants, stagiaires de collèges, de lycées d'enseignement général et technologique, de lycées professionnels, de lycées agricoles, d'universités, d'IUT, de CFA
World skills : concours internationale entre jeunes sur 60 métiers différents	Comité Français des Olympiades des Métiers	Tous les jeunes de moins de 23 ans
Explore demain – En cours de construction : site d'information grand public	CCCA BTP	
Studyrama : salon de l'orientation post bac	Studyrama	Jeunes lycées et post bac

Actions/outils qui promeuvent également d'autres filières

I ANNEXE 2 : LES CANAUX D'INFORMATION IDENTIFIÉS EN BOURGOGNE FRANCHE-COMTÉ

Les initiatives nationales déclinées en Bourgogne Franche Comté

Actions/outils nationaux mobilisés à l'échelle régionale

Dénomination de l'action	Emetteur	Cible
Site internet d'informations sur les études, les métiers, l'orientation, l'emploi, la formation	CIDJ	Jeunes
Salons d'envergure nationale comme les salons Studyrama à Dijon et Besançon	Studyrama	Lycéens et postbac
Diag oriente (en expérimentation) : site internet permettant d'identifier les métiers selon centres d'intérêt et compétences	Missions Locales	Jeunes de moins de 26 ans
Dispositif parrainage au sein des Missions locales : une personnes en activité ou ayant un réseau professionnel aide un jeune de mission locale à avancer dans son projet professionnel	Missions locales	Jeunes de moins de 26 ans
Parcourséo : outil d'orientation et d'accompagnement et encyclopédie des métiers		

Actions/outils qui promeuvent également d'autres filières

I ANNEXE 2 : LES CANAUX D'INFORMATION IDENTIFIÉS EN BOURGOGNE FRANCHE-COMTÉ

Les initiatives régionales ou locales

Actions/outils régionaux		
Dénomination de l'action	Emetteur	Cible
Visites de chantiers organisées (p. ex. travaux de la cité de la gastronomie)	Fédérations professionnelles du BTP	Tous publics
« Ambassadeurs de la construction » : action auprès des prescripteurs dans chaque département une fois par an	CCCA BTP	Jeunes
« Coulisses du bâtiment » : ouverture de chantiers pour le public jeune	FFB	Jeunes
Semaine du BTP (Pôle Emploi)	Pole Emploi	Tous publics
Journées portes ouvertes des CFA bâtiment et actions « carrefour des métiers »	CFA	Jeunes
Sites internet des CFA	CFA	Jeunes
Sites internet des organisations professionnelles	Fédérations	Tous publics
Cléor : informations clés sur les métiers en région	EMFOR – Région BFC	Tous publics
Galerie de l'orientation : sur espace numérique des collégiens	ONISEP BFC	Collégiens
Explore action métier : informer les enseignants des événements de promotion des métiers à proximité	Rectorat	Enseignants
Casques de réalité virtuelle dans les établissements scolaires (Région BFC) ou dans certaines Missions locales	Région BFC	Jeunes



Actions/outils qui promeuvent également d'autres filières

I ANNEXE 2 : LES CANAUX D'INFORMATION IDENTIFIÉS EN BOURGOGNE FRANCHE-COMTÉ

Les initiatives régionales ou locales

Actions/outils locaux		
Dénomination de l'action	Emetteur	Cible
Forums emploi, salons, visites de chantiers, etc. organisés dans les territoires	Multiples : service public de l'emploi, chambres consulaires etc.	Tous publics
Outils de communication développés par des entreprises	Entreprises du TP	Tous publics
Communication diverse sur les réseaux sociaux	Entreprises	
Casques de réalité virtuelle	Missions Locales, Organismes de formation	Jeunes
Actions ou ateliers de promotion des métiers	Service Public de l'Emploi	Tous publics



Actions/outils qui promeuvent également d'autres filières

I ANNEXE 3 : LES PRINCIPAUX ARGUMENTS EN FAVEUR DES MÉTIERS DU BTP

Répondants ayant été à plus de 50 % « tout à fait d'accord » avec les différents arguments proposés (Si valeur, % de répondants tout à fait d'accord – Si X, la part des répondants tout à fait d'accord est inférieure à 50%)

	Jeunes en formation BTP CFA	Jeunes en formation BTP lycée pro	Jeunes en activité dans le BTP	Jeunes en études	Jeunes éloignés de l'emploi	Parents	PsyE N	Conseillers emploi
Les métiers du BTP embauchent	58%	65%	75%	X	54%	56%	77%	69%
Le BTP est accessible via l'alternance	65%	55%	69%	X	51%	51%	87%	78%
Le BTP permet de voir concrètement le résultat de son travail	54%	58%	56%	X	X	X	71%	69%
Le BTP permet de travailler en équipe	52%	58%	54%	54%	60%	X	65%	53%
Le BTP permet de travailler même après des études courtes	65%	55%	59%	X	51%	X	84%	61%
Le BTP permet de faire des tâches différentes	X	X	55%	X	X	X	X	X
Il y a de plus en plus de technologies dans les métiers du BTP	X	X	X	X	X	X	X	X
Le BTP permet de travailler en extérieur	67%	65%	68%	61%	60%	X	77%	68%
Le BTP offre de bons niveaux de salaire	X	X	X	X	X	X	X	X
Les métiers du BTP ne sont pas aussi si durs physiquement qu'on le dit	X	X	X	X	X	X	X	X
Le BTP permet de changer de lieu de travail au fil des chantiers	57%	60%	76%	57%	63%	X	71%	63%
Le BTP permet d'utiliser ses compétences dans sa vie quotidienne	X	X	X	X	X	X	58%	X

Lecture : L'argument « les métiers du BTP embauchent » a obtenu 58% de réponses « tout à fait d'accord » de la part des jeunes en formation dans le BTP



www.metiers-btp.fr/nous-contacter.html
www.metiers-btp.fr