

# scope

**Métiers des Industries Alimentaires**

Quelle **attractivité**  
auprès des **jeunes** ?



Les Industries Alimentaires, en tant que second employeur industriel français, disposent d'atouts indéniables pour attirer les talents, qu'il s'agisse de la variété des métiers qu'elles proposent, de leur ouverture à tous les niveaux de compétences (du CAP au BAC+5) ou de leur implantation sur tout le territoire, au plus près des centres de production agricole. Pour autant, de nombreux emplois restent à pourvoir chaque année.



OBSERVIA a mené une enquête sur la perception qu'ont les jeunes des Industries Alimentaires. Celle-ci a pour objectif de faire ressortir les forces spécifiques du secteur et ses points d'attractivité potentiels pour prioriser les messages à transmettre aux jeunes en fonction de leurs attentes les plus fortes, ceci afin d'aider les entreprises à **recruter plus facilement**, à **garantir la qualité des profils** qui se tournent vers les Industries Alimentaires et à **fidéliser les personnes travaillant dans ce secteur**.

75% des chefs d'entreprise considèrent en effet qu'attirer des jeunes motivés dans tous les métiers des Industries Alimentaires est un enjeu prioritaire pour que les entreprises françaises restent performantes sur les marchés français et étrangers (sondage TNS-SOFRES).



# Le rapport des jeunes à l'emploi

## Des attentes fortes

### Une approche pragmatique et personnelle du futur métier

⊗ Les  $\frac{3}{4}$  des élèves affirment avoir une idée du métier qu'ils souhaitent exercer, tendance plus marquée chez les jeunes de filières professionnelles (BTP, alimentation, chimie, sanitaire et social). Les métiers du domaine médical sont les plus envisagés (18 % des élèves). **Les Industries Alimentaires ne sont pas citées spontanément.**

### Des difficultés pour s'orienter dans une voie professionnelle

⊗ Les élèves éprouvent des difficultés à associer une entreprise ou un secteur à leurs aspirations professionnelles. Plus généralement, 64 % d'entre eux estiment qu'il n'est pas facile de s'orienter dans une voie professionnelle et 70 % considèrent qu'il est difficile d'identifier des entreprises susceptibles de répondre à leurs attentes.

Globalement, les élèves, tant de la filière générale que de la filière professionnelle, ont confiance en leur avenir (entre 62 et 68 %), même si le contexte économique est perçu comme difficile.

### Méthodologie de l'enquête

Cette enquête a été menée par le cabinet OCCURRENCE en juin 2008. Elle s'est déroulée en trois phases :

- une phase de cadrage, consistant en des entretiens avec des acteurs des industries alimentaires ;
- une phase qualitative d'écoute de groupes de jeunes et de prescripteurs (enseignants, responsables d'orientation, journalistes...);
- une phase quantitative, avec un questionnaire national réalisé auprès de 1000 jeunes de 13 à 18 ans, élèves en classes de 6<sup>e</sup> à terminale, en filières générale et professionnelle.

L'étude dégage une série de préconisations sur la manière de faire évoluer l'image et l'identité des industries alimentaires et sur les démarches à engager auprès des jeunes et des entreprises en matière de communication.

## Des priorités affirmées

**76 %**  
La rémunération

**63 %**  
Les évolutions possibles

**62 %**  
Le contenu précis du travail et les tâches à accomplir

**62 %**  
Les conditions de travail

**80 %** des jeunes interrogés accordent peu d'importance à la notoriété de l'entreprise ainsi qu'à sa participation aux grands enjeux du monde.

## Information et orientation

### Le web et les rencontres professionnelles privilégiés

<p><b>Des informations disponibles, mais une démarche d'orientation plus complexe</b></p>	<p><b>68% des élèves affirment qu'il est facile d'obtenir des informations sur les métiers.</b> Ceci est encore plus marqué chez les élèves des filières professionnelles. Toutefois, pour plus de 60% des élèves, l'étape de l'orientation reste difficile.</p>
<p><b>Internet : 1<sup>ère</sup> source d'information sur le monde professionnel</b></p>	<p><b>76% des élèves se dirigent vers internet pour trouver une information.</b> 53% d'entre eux se tournent ensuite vers les CIO (Centres d'Information et d'Orientation), identifiés comme de simples relais d'information. Les autres sources citées sont les proches, les écoles, les entreprises, les stages et les centres de ressources. Les émissions de télévision et la presse ne sont pas considérées comme les vecteurs de communication qui ont le plus d'impact auprès des jeunes.</p>
<p><b>Des campagnes d'information visibles, mais pas assez convaincantes</b></p>	<p><b>84% des élèves et notamment ceux des filières professionnelles se souviennent d'une campagne métiers.</b> Les interventions dans les écoles sont ainsi majoritairement appréciées et jugées utiles pour le choix d'une orientation. Malgré cela, les campagnes menées ont peu donné envie de se tourner vers les métiers présentés. Elles n'ont incité qu'1 jeune sur 4 à chercher un complément d'information, notamment pour les filières professionnelles.</p>
<p><b>Visites d'entreprises : des contacts directs utiles</b></p>	<p><b>60% des élèves ont déjà participé à une visite d'entreprise et l'ont jugée utile pour leur orientation.</b> Ces visites permettent des échanges entre le monde professionnel et celui de l'enseignement et donnent aux élèves les moyens de se faire une idée sur le lieu de travail, les conditions de travail, etc.</p>

### Le rôle déterminant des stages en entreprise

**7 élèves sur 10 ont déjà effectué au moins un stage en entreprise. La moitié d'entre eux a pu en faire jusqu'à 4.**



Pour les jeunes, les stages ont une importance majeure, car ils leur permettent de découvrir le monde professionnel et de clarifier leurs projets. Les stages jouent un rôle déterminant sur la perception des secteurs par les jeunes. Pour 82% des jeunes, le stage sert avant tout à découvrir un métier et à savoir s'il est en adéquation avec leurs goûts et leurs aspirations, et non pas à connaître un secteur économique dans son ensemble.

**Seuls 3% des élèves ont effectué un stage dans les Industries Alimentaires,** contre 26% dans le commerce, 23% dans les secteurs de l'éducation, de la santé ou de l'action sociale.

Même si pour 63% des répondants il est facile de contacter les entreprises, 61% d'entre eux considèrent pour autant que trouver un stage est difficile et 68% estiment qu'il est difficile de convaincre une entreprise de les prendre en stage.

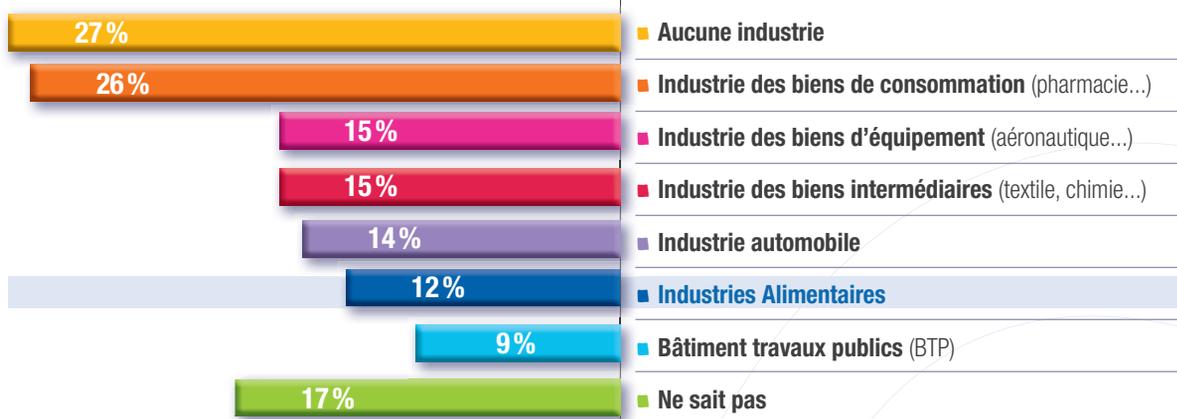
## Industries Alimentaires

### Un secteur perçu comme peu attractif

Les élèves se projettent de préférence dans les secteurs qu'ils connaissent (à la suite d'un stage, par exemple) ou qui leur paraissent offrir une sécurité d'emploi. Parmi les grands secteurs économiques, les jeunes sont plus attirés par l'éducation, la santé, l'action sociale (34%), le commerce (22%), l'administration (22%), que par les Industries Alimentaires : 4% contre 13% pour l'ensemble des industries.

→ 70 % des jeunes n'envisagent pas de travailler dans le secteur des Industries Alimentaires et près de 90 % d'entre eux ne connaissent pas ce secteur.

Les industries qui pourraient intéresser les élèves pour exercer leur premier métier



## Des facteurs de motivation

Pour les jeunes, les principales raisons de travailler dans le secteur des Industries Alimentaires sont :



**23%** Des débouchés, des évolutions possibles



**29%** Un travail intéressant



**19%** La diversité des métiers

Même si les jeunes n'ont pas d'a priori négatif, les raisons qui les empêchent de se projeter dans une carrière au sein des Industries Alimentaires reposent très majoritairement sur le fait qu'ils ont d'autres objectifs (77%).

# Métiers des Industries Alimentaires

## Quelle attractivité auprès des jeunes ?

### Ce que les Industries Alimentaires évoquent pour les jeunes



#### Innovation, qualité et perspectives professionnelles

De façon générale, les jeunes perçoivent les Industries Alimentaires comme :

- ⊗ un secteur innovant, qui investit dans la recherche ;
- ⊗ un secteur qui offre des produits de bonne qualité nutritive.

Parmi les points positifs, les jeunes évoquent la dimension alimentaire et traditionnelle, les produits associés au plaisir.

Du point de vue professionnel, les Industries Alimentaires évoquent pour les jeunes :

- ⊗ une grande diversité de métiers ;
- ⊗ un intérêt dans le contenu du travail ;
- ⊗ une ouverture internationale.



#### Des idées reçues à lever

Trois points ressortent de la perception qu'ont les jeunes du secteur :

- ⊗ la distribution de produits chimiques qui ne respectent pas l'environnement ;
- ⊗ une communication jugée mensongère ;
- ⊗ la vision d'une industrie de mécanisation.

Par ailleurs, en termes d'emploi, le secteur est considéré comme peu rémunérateur, ce qui limite son attractivité.

## Diagnostic général

### Forces

- Des **atouts** des Industries Alimentaires par rapport aux attentes professionnelles des jeunes : **diversité** des métiers, **possibilités d'évolution**, **contenu** du travail et **responsabilités**
- Des **stages** plutôt **appréciés** dans les **Industries Alimentaires**
- Un **site internet**, lorsqu'il est connu, perçu positivement

### Faiblesses

- Un secteur **méconnu** qui n'est pas envisagé par les élèves spontanément
- Une **mauvaise image** des **conditions de travail** et du **niveau de rémunération**
- Un **secteur** aujourd'hui **peu attractif**
- **Peu de stages** effectués dans les **Industries Alimentaires**
- Un **site largement méconnu**

### Opportunités

- Des élèves qui ont **besoin de réassurance** quant à leur avenir professionnel
- Des élèves qui ont **besoin d'aide** dans leur démarche d'**orientation**
- Des **échanges entreprise-école** (accueil de professionnels et visites d'entreprises) appréciés
- Des **stages** qui **influencent l'orientation** des jeunes

### Menaces

- La **confusion** avec l'**image contestée** de la **grande distribution**
- Persistance des **aspects négatifs** de l'image de cette **industrie** (travail à la chaîne, « malbouffe », violence envers les animaux).



## À suivre...

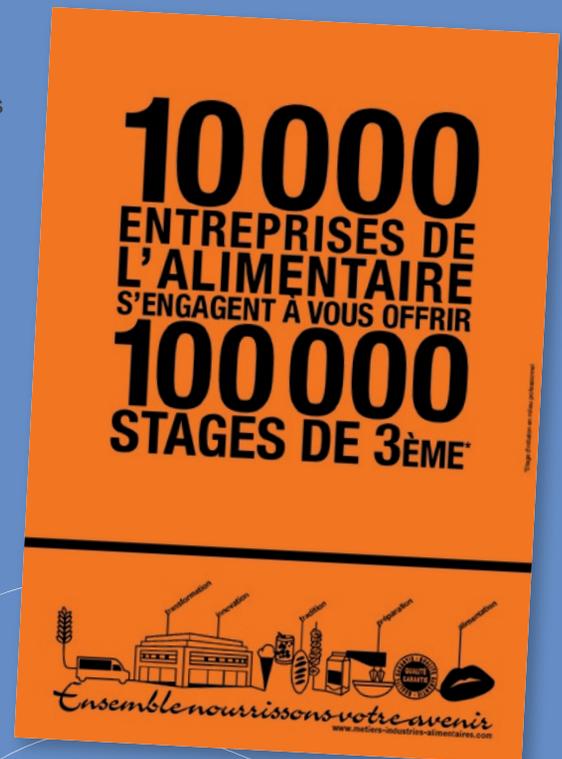
### Une campagne de communication pour faire connaître la richesse et la diversité des métiers des Industries Alimentaires auprès des jeunes

L'ANIA a mis en place au début de l'année 2009 un programme national et pluriannuel visant à développer l'attractivité des métiers du secteur auprès des jeunes. Son objectif est de rapprocher les entreprises, les élèves en classe de troisième et les enseignants dans le cadre d'initiatives locales.

**Élaboré en concertation avec les rectorats et les acteurs publics locaux**, le programme « Ensemble, nourrissons votre avenir » est mis en place dans le cadre d'une convention de coopération signée avec les cinq organisations syndicales de salariés, le ministère de l'Agriculture et de la Pêche et le ministère de l'Éducation nationale.

Il s'articule autour de deux axes :

- **100 000 offres de stages** en entreprises de l'alimentaire, accessibles aux élèves de 3<sup>ème</sup> dès la fin de l'année 2009 ;
- **organisation de « Rendez-vous des Industries Alimentaires » en région.** Moments privilégiés d'échanges entre les collégiens et les représentants d'entreprises volontaires, ces rencontres pourront également aboutir à des accords de stage.



Le site [www.metiers-industries-alimentaires.com](http://www.metiers-industries-alimentaires.com), rubrique « ensemble, nourrissons notre avenir » complète le dispositif.

Il permet aux collégiens d'enrichir leur connaissance du secteur de l'alimentaire au travers de témoignages d'entreprises, de reportages sur des métiers spécifiques, de conseils, etc



L'étude complète est disponible  
sur [www.observia-metiers.fr](http://www.observia-metiers.fr),  
dossier « Études et publications ».



Observatoire prospectif des métiers et  
des qualifications des Industries Alimentaires

21, rue Leblanc - 75015 Paris

