

**Les jeunes Français et l'industrie :
une perception positive malgré des préjugés**

L'industrie des matériaux et produits de construction profite de cette dynamique

Le Syndicat National des Industries du Plâtre (SNIP) dévoile les résultats d'une étude exclusive réalisée en juin 2024 par Harris Interactive, auprès de 1 042 jeunes Français âgés de 15 à 24 ans⁽¹⁾. Cette enquête révèle une perception globalement positive de l'industrie, malgré certains a priori tenaces. L'industrie des matériaux et produits de construction, en particulier, bénéficie d'une bonne image, portée par la confiance des jeunes dans sa capacité à relever des défis majeurs comme la création d'emplois et la contribution au développement économique.

Une image positive de l'industrie malgré des perceptions contrastées

L'étude, réalisée par Harris Interactive auprès d'un échantillon représentatif, montre qu'environ 7 jeunes sur 10 (69%) ont évoqué une bonne image de l'industrie. Ce pourcentage atteint 74% chez les jeunes actifs (dont 88% des CSP+), 81% des jeunes habitant le Bassin parisien Est et 85% chez les titulaires d'un Bac technologique. Des résultats particulièrement encourageants dans un contexte où l'industrie est souvent associée à des stéréotypes négatifs tels que « travail à la chaîne » ou « polluant ». Par ailleurs, 3 jeunes sur 4 perçoivent également l'industrie comme un secteur « créateur d'emplois », « technique » et « dynamique ».

Toutefois, des risques d'image persistent, notamment concernant la perception de l'industrie comme étant « polluante » (75%) et « dangereuse » (59%). Il apparaît essentiel d'apporter des preuves concrètes en valorisant les initiatives mises en place par l'industrie pour améliorer son empreinte environnementale et garantir la sécurité des travailleurs, afin de rassurer le public jeune.

L'industrie des matériaux et produits de construction : une perception ancrée dans la réalité et un fort potentiel d'attractivité auprès des jeunes

L'industrie des matériaux et produits de construction tire parti de la perception positive du secteur industriel en général. 70% des jeunes interviewés ont une bonne image de ce secteur, 18% d'entre eux en ont même une « très bonne », chiffre qui augmente auprès des jeunes du Nord (29%) et des CSP+ (41%). Des qualificatifs comme « créateur d'emplois » (76%), « technique » (75%) et « qualité » (72%) sont fortement associés à ce domaine, confirmant son importance aux yeux des jeunes.

Cette industrie apparaît également comme essentielle pour l'économie française (81%) et pour l'emploi en France (76%). Enfin, pour 72% du panel, elle offre des perspectives solides aux jeunes. Ce constat est encore plus marqué chez les titulaires d'un Bac Pro (83%) et les jeunes déjà en poste (88%).

Bien que certains défis d'image subsistent, comme le caractère « polluant » ou « dangereux » perçu, l'industrie des matériaux et produits de construction est moins concernée par ces aspects en comparaison à l'industrie en général.

Le développement durable et la sécurité des bâtiments apparaissent comme des enjeux prioritaires pour les jeunes concernés, avec respectivement 78% et 79% d'entre eux jugeant ces questions « très importantes ». Par ailleurs, seuls 52% des jeunes associent cette industrie à l'innovation. Pour renforcer son attractivité, l'industrie des matériaux et produits de construction devra donc continuer à prouver son engagement en faveur de l'environnement, de la sécurité des salariés et de l'innovation.

L'industrie du plâtre, un terrain favorable à cultiver

Par effet d'extension, la filière plâtre bénéficie elle aussi d'une image positive, proche de celle des matériaux de construction. 73% des jeunes interviewés en ont une bonne image (dont 20% une très bonne), avec un potentiel de croissance important, notamment dans les régions Nord et Est de la France où l'adhésion à ce secteur atteint des sommets (82% et 84% respectivement).

La filière plâtre est majoritairement perçue comme dynamique (68%), d'avenir (64%) et attractive (62%) surtout pour les titulaires d'un Bac Pro ou les lycéens en voie professionnelle.

Les avis sont un peu plus partagés concernant l'engagement en faveur de l'environnement de la filière plâtre : à peine plus de la moitié (54%) pense qu'elle est engagée en la matière, un constat toutefois tempéré par les lycéens en voie professionnelle qui sont davantage convaincus (65%). A cet égard, Christine Muscat, Président du SNIP indique : *Notre filière est pleinement consciente des enjeux environnementaux, comme en témoigne les efforts dans le recyclage déployés depuis 2008. Il est de notre responsabilité de démontrer aux jeunes tout le potentiel de nos activités pour répondre à ces enjeux.*

Par ailleurs, plus de la moitié des jeunes (56%) font part de leur envie d'en savoir plus sur la filière plâtre, en particulier ceux occupant déjà un travail (65% des jeunes actifs, notamment 77% des CSP+) et les habitants du Sud-Ouest (65%).

Une image de l'industrie corrélée aux catégories socio-professionnelles des jeunes et aux régions

Globalement, l'étude montre que les jeunes issus des catégories socio-professionnelles supérieures associent davantage de qualificatifs positifs à l'industrie et sont plus nombreux à estimer qu'elle a la capacité de répondre aux grands enjeux d'aujourd'hui (76% vs 70%) que ceux appartenant aux catégories plus modestes. Ils en ont une meilleure image (67% vs 62%) ; ce constat est amplifié pour la filière plâtre (73% vs 65%).

Les jeunes résidant dans les régions Nord et Est de la France affichent, presque systématiquement, des perceptions plus positives du secteur de l'industrie que ceux des autres régions. Par exemple :

- Les jeunes du Sud-Ouest déclarent avoir une bonne image de l'industrie des matériaux et produits de construction à 67%, ils sont 77% dans l'Est et 79% dans le Nord.
- Pour la filière plâtre, alors que la moyenne française se situe à 73%, le Nord en a une bonne image à 82% et l'Est à 84%. De même, c'est dans ces deux régions (Nord 88% et Est 80%) que les jeunes sont les plus convaincus que le secteur de l'industrie du plâtre est important pour l'économie française (vs 66% en moyenne).

Une communication renforcée pour une meilleure visibilité

Tant pour l'industrie des matériaux et produits de construction que pour la filière plâtre, les jeunes souhaitent en savoir davantage. Pour plus d'1 jeune sur 2, ces industries manquent de visibilité dans les médias et sur les réseaux sociaux.

A cet égard, Jean-Michel Guihaumé, Délégué Général du SNIP, précise : *l'étude nous a montré que si l'industrie présente globalement une image positive, il est crucial de renforcer notre communication, en particulier sur nos actions environnementales et sociales. Les jeunes expriment une envie claire d'en savoir plus. À nous de répondre à cette demande par une transparence accrue et une présence renforcée sur les canaux qu'ils privilégient.*

A propos du Syndicat National des Industries du Plâtre

Le Syndicat National des Industries du Plâtre est le syndicat professionnel, créé en 1966, pour représenter la filière plâtre française. Il réunit les industriels produisant et commercialisant en France ce matériau et ses produits dérivés : Etex BPF, Fassa Bortolo, Gypex, Isolava, Knauf, Placoplatre, Pladur, Plâtres Vieujot, Semin.

Contact presse

Jean-Michel Guihaumé – jmguihaume@lesindustriesduplatre.org | +33 (0)6 22 31 29 67

Pour en savoir plus :

Web : www.lesindustriesduplatre.org

X : @IndustriePlatre

LinkedIn : Les Industries du Plâtre

(1) Méthodologie

Enquête menée en ligne auprès d'un échantillon de 1 042 jeunes Français représentatifs de la tranche d'âge 15-24 ans. Le recueil des données a été effectué du 31 mai au 7 juin 2024. Toute diffusion de ces résultats doit identifier Harris Interactive et le SNIP.