

Les métiers de l'industrie, victimes d'*a priori* ?

Etude Harris Interactive pour *Coca-Cola Entreprise*

Quelle est l'image des métiers de l'industrie au sein de la population française ? Existe-t-il des a priori qui nuisent à l'attractivité de ces métiers : sont-ils perçus comme fermés aux femmes, peu propices pour les jeunes et offrant peu de perspectives de carrière ?

Enquête réalisée en ligne du 23 au 25 février 2016. Échantillon de 1 023 personnes, représentatif des Français âgés de 15 ans et plus. Méthode des quotas et redressement appliqués aux variables suivantes : sexe, âge, catégorie socioprofessionnelle et région de l'interviewé(e).

* * * * *

À la demande de *Coca-Cola Entreprise*, Harris Interactive a réalisé **une étude auprès d'un échantillon représentatif de Français sur l'image des métiers de l'industrie.**

Alors que la 6^{ème} édition de la Semaine de l'Industrie se tiendra du 14 au 20 mars, cette étude a vocation à déterminer les *a priori* dont souffrent les métiers relevant de ce secteur d'activité, notamment sous trois angles principaux : leur ouverture aux femmes, les opportunités qu'ils offrent aux jeunes et les perspectives de carrière qu'ils proposent.

Que retenir de cette enquête ?

- Spontanément, lorsqu'ils pensent aux métiers de l'industrie, **les Français se représentent le plus souvent des emplois « ouvriers » en « usine »**, en « déclin » du fait des « délocalisations » et du « chômage ». Cependant, plusieurs insistent sur leur rôle déterminant dans l'économie du pays et soulignent leur dimension technologique et innovante.
- **Plus de ¾ des Français déclarent avoir une bonne image des métiers de l'industrie** (77%, dont 14% une très bonne image). Toutefois, 22% en cultivent une image négative, cette proportion étant plus importante parmi les jeunes de moins de 25 ans (36%).
- **Plus d'un Français sur deux mentionne avoir déjà été exposé à différentes opinions négatives sur les métiers de l'industrie**, qu'il s'agisse de leur inadéquation supposée pour les femmes, de leur manque d'attractivité pour les jeunes ou encore du faible niveau de qualification qui leur serait associé.
- **Les Français indiquent en général moins souvent adhérer personnellement à une opinion négative sur l'industrie qu'y avoir été exposés dans la bouche d'autrui**. 56% estiment néanmoins que les métiers de l'industrie ne savent pas « se vendre » et 55% qu'ils n'offrent pas les mêmes perspectives de carrière aux hommes et aux femmes. En revanche, moins d'un quart des Français considèrent qu'ils sont essentiellement pour les personnes peu ou pas diplômées ou ne sont pas faits pour les femmes.
- **Les jeunes apparaissent à la fois plus susceptibles d'avoir été exposés à des opinions négatives sur les métiers de l'industrie et plus susceptibles d'y souscrire**. Ainsi, près d'une personne sur deux âgée de moins de 35 ans acquiesce à l'idée que ces métiers ne sont pas attractifs pour les jeunes.
- **Les Français se trompent majoritairement lorsqu'ils pensent que moins de 20% des cadres ou ingénieurs dans le secteur industriels sont des femmes** mais ont raison lorsqu'ils jugent véridique l'assertion selon laquelle plus de 40 000 postes et d'ingénieurs techniques ont été ou vont être créés entre 2010 et 2020.
- Pour valoriser les métiers de l'industrie, les Français estiment qu'il **faudrait en priorité communiquer sur le potentiel d'emplois ouverts aux jeunes (48%), leur diversité (43%) et les perspectives de carrière qu'ils offrent (43%)**. **Les entreprises industrielles** sont identifiées comme les mieux placées pour le faire (53%), devant **l'école (38%)**.

Les Français décrivent les métiers de l'industrie comme des emplois le plus souvent ouvriers et indiquent en avoir plutôt une bonne image

Spontanément, lorsqu'ils pensent aux métiers de l'industrie, **les Français se représentent le plus souvent des emplois « ouvriers » en « usine »**, notamment dans le secteur « automobile » ou « métallurgique », parfois qualifiés de « pénibles », **et moins fréquemment des postes d'« ingénieurs »**, par exemple dans l'« aéronautique ». Ils évoquent également « le chômage », la « concurrence » et « les délocalisations » qui touchent ce secteur d'activité. Ces métiers peuvent également souffrir d'une mauvaise opinion, étant perçus comme sources de « pollution ». Toutefois, plusieurs répondants soulignent qu'à leurs yeux, il s'agit d'emplois essentiels, soutenant les « exportations françaises » et créateurs de « richesse ». Ils les associent en outre à la « technologie » et à l'« innovation », y percevant des métiers d'« avenir ».



En première approche, **77% des Français déclarent avoir une bonne image des métiers de l'industrie**, dont 14% « une très bonne image » et 63% « une plutôt bonne image ». A l'inverse, **22% les perçoivent plutôt négativement, et même 36% parmi les jeunes de 15 à 24 ans et 31% parmi les professions intermédiaires.**

Les opinions négatives les plus répandues sur les métiers de l'industrie concernent la place des femmes dans ces professions

Les 2/3 des Français (67%) mentionnent avoir déjà entendu que **les métiers de l'industrie n'offrent pas les mêmes perspectives de carrière aux hommes et aux femmes**. Plus d'un sur deux a également déjà entendu que **ces métiers ne permettent pas aux femmes d'accéder à des responsabilités (55%), voire ne sont pas faits pour les femmes (53%)**. Les hommes indiquent avoir autant été exposés à ces opinions que les femmes. Notons que

les plus diplômés apparaissent encore plus susceptibles que la moyenne d'avoir été confrontés à ces opinions négatives (respectivement 74%, 60% et 55%).

Non seulement les Français déclarent avoir déjà entendu ces critiques, mais ils peuvent également y souscrire. En effet, si seuls 14% sont d'accord pour dire que les métiers de l'industrie ne sont pas faits pour les femmes, **44% estiment qu'ils ne permettent pas aux femmes d'accéder à des responsabilités et 55% qu'ils n'offrent pas les mêmes perspectives de carrière aux hommes et aux femmes**. Les femmes sont encore plus nombreuses à être d'accord avec ces jugements (respectivement 49% et 61%).

Constatons que **81% des Français** (et même 91% des 15-24 ans) **pensent qu'il est exact de dire que moins de 20% des cadres ou ingénieurs dans le secteur industriel sont des femmes alors qu'il s'agit d'une affirmation erronée**¹ (elles étaient un peu plus de 20% en 2008).

Les métiers de l'industrie ne sont pas perçus comme déconnectés des innovations digitales mais n'apparaissent pas nécessairement très attractifs pour les jeunes... selon un jeune sur deux

Seul un quart des Français affirme avoir déjà entendu (26%) et est d'accord pour dire (24%) que **les métiers de l'industrie sont déconnectés de la révolution digitale**. Comme l'esquissait le nuage de mots des évocations spontanées, les métiers de l'industrie peuvent apparaître comme porteurs d'innovations. Relevons néanmoins que les Français peinent à croire (38%) que les établissements industriels de plus de 20 salariés consacrent en un an plus d'un milliard d'euros à des investissements pour protéger l'environnement, alors que cela est vrai². En outre, le fait de pouvoir être perçus comme modernes est-il suffisant pour attirer les jeunes ?

52% des Français déclarent avoir déjà été confrontés à l'opinion selon laquelle les métiers de l'industrie ne sont pas attractifs pour les jeunes et 40% y adhèrent. Cela ne les transforme pas pour autant en des métiers de seniors. En effet, seul un quart des Français a déjà entendu (26%) et est d'accord pour dire (25%) que ce sont des métiers occupés essentiellement par des salariés âgés. Relevons que **les personnes de moins de 35 ans sont plus susceptibles de considérer que ces métiers ne sont pas attractifs pour les jeunes** (48%) et qu'ils sont occupés essentiellement par des personnes âgées (35%).

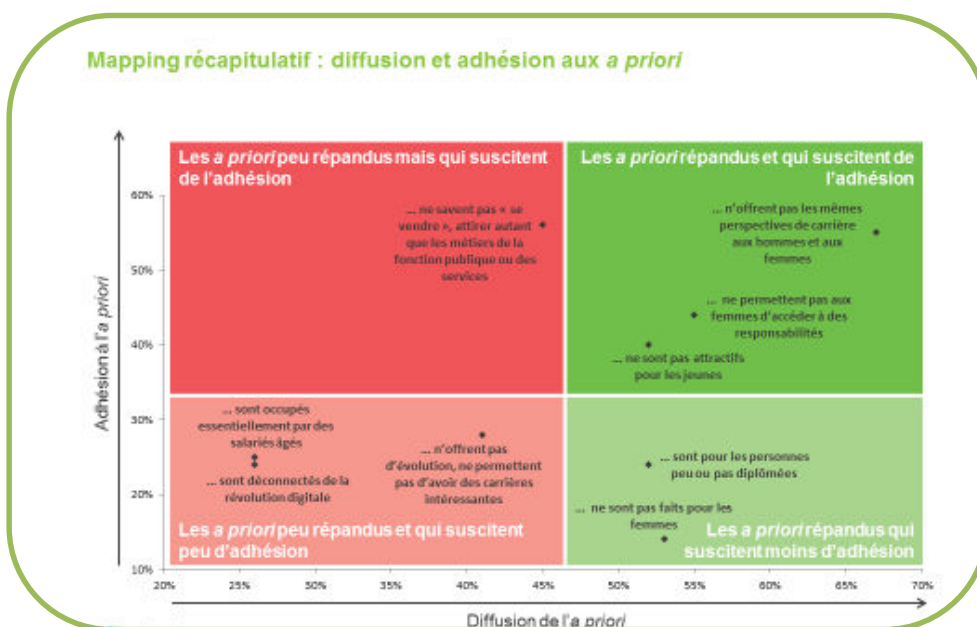
¹ http://femmes.gouv.fr/wp-content/uploads/2012/03/Chiffres_cles-egalite-2011.pdf

² http://www.insee.fr/fr/themes/document.asp?ref_id=if8

Plus d'un Français sur deux estiment que les métiers de l'industrie ne savent pas « se vendre », sans doute parce qu'ils souffrent parfois de l'image de métiers peu qualifiés et/ou offrant peu de perspectives

Seuls 24% des Français estiment que **les métiers de l'industrie sont pour les personnes peu ou pas diplômées** mais ils sont deux fois plus nombreux (52%) à avoir déjà entendu cette opinion et même trois fois plus nombreux (64%) parmi les jeunes de moins de 35 ans. De même, seuls 28% affirment que **ces métiers n'offrent pas d'évolution, ne permettent pas d'avoir des carrières intéressantes**, mais ils sont 41% à avoir déjà été exposés à cette opinion.

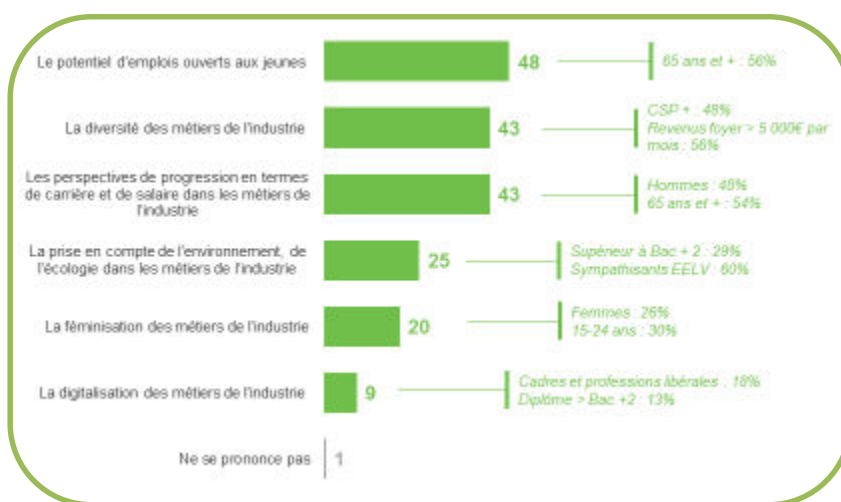
Si les Français n'adhèrent pas en majorité à ces idées, elles semblent néanmoins assez présentes dans l'espace public. Ce qui pourrait contribuer à expliquer que **56% des Français estiment que les métiers de l'industrie ne savent pas « se vendre », attirer autant que les métiers de la fonction publique ou des services**. Seule opinion qui suscite un niveau d'adhésion plus important que le pourcentage de Français l'ayant déjà entendu (45%).



Notons que les Français peinent à évaluer le nombre d'emplois directs dans l'industrie (52% placent la barre au-delà de 2 millions, réponse juste, quand 47% la placent en deçà). 61% ont cependant raison lorsqu'ils estiment véridique l'affirmation selon laquelle plus de 40 000 postes et d'ingénieurs techniques ont été ou vont être créés entre 2010 et 2020³.

³ <http://travail-emploi.gouv.fr/IMG/pdf/2012-022.pdf>

Pour valoriser les métiers de l'industrie, les Français estiment qu'il **faudrait en priorité communiquer sur le potentiel d'emplois ouverts aux jeunes (48%), leur diversité (43% ; 48% des CSP+) et les perspectives de progression en termes de carrière et de salaire qu'ils offrent (43%)**. Ces aspects priment sur la prise en compte de l'environnement dans ces métiers (25%), leur féminisation (20% ; 26% chez les femmes) ou leur digitalisation (9% ; 18% chez les cadres).



Celles qui doivent avant tout porter ce discours sont aux yeux des Français **les entreprises industrielles** (53%). Elles sont jugées mieux placées pour agir et pour valoriser les métiers de l'industrie que l'école, les enseignants (38%) ou que le gouvernement (29%). Moins d'un répondant sur cinq ou moins citent ensuite les syndicats et associations professionnelles (20%), les médias (18%), les salariés travaillant dans ce secteur (16%) ou les collectivités locales (13%).

* * * * *

Merci de noter que toute diffusion de ces résultats doit être accompagnée d'éléments techniques tels que : la méthode d'enquête, les dates de réalisation, le nom de l'institut – Harris Interactive –, la taille de l'échantillon.

A propos de Harris Interactive

Harris Interactive France est un acteur historique du marché des études.

Dirigé par ses fondateurs Nathalie Perrio-Combeaux et Patrick Van Bloeme, l'institut propose des approches innovantes, qualitatives et quantitatives, en France comme à l'international.

Animé par l'énergie de la passion, porté par l'innovation et convaincu que le marché est en pleine mutation, Harris Interactive accompagne ses clients face à leurs nouveaux challenges et repense avec eux le métier des études.

Depuis juillet 2014, Harris Interactive Europe (regroupant Harris Interactive France, Allemagne et UK) a rejoint ITWP permettant ainsi à ce groupe international d'étendre sa présence dans la filière études.

Suivez l'actualité de Harris Interactive sur www.harris-interactive.fr, [Facebook](#), [Twitter](#) et [LinkedIn](#).

Contacts Harris Interactive en France :

Laurence Lavernhe - 39 rue Crozatier - 75012 Paris - Tel: 01 44 87 60 94 - 01 44 87 60 30 - llavernhe@harrisinteractive.fr

Jean-Daniel Lévy - Directeur du Département Politique & Opinion - 01 44 87 60 30 - jdlevy@harrisinteractive.fr