

MECAFORMA.CH

PLATE-FORME DES MÉTIERS DE LA PRÉCISION SUISSE

Une campagne de promotion des métiers de l'industrie de précision suisse

initiée par le



avec le soutien de la



et de nos partenaires



Présentation par:

Jean-Luc Dupont, responsable de la campagne Mecaforma.ch

Frédéric Bonjour, secrétaire général du GIM-CH





**Groupement suisse de l'industrie mécanique
de plus de 200 entreprises en Suisse
romande**

**Section de Swissmechanic, association
faitière qui regroupe 1500 membres en
Suisse**



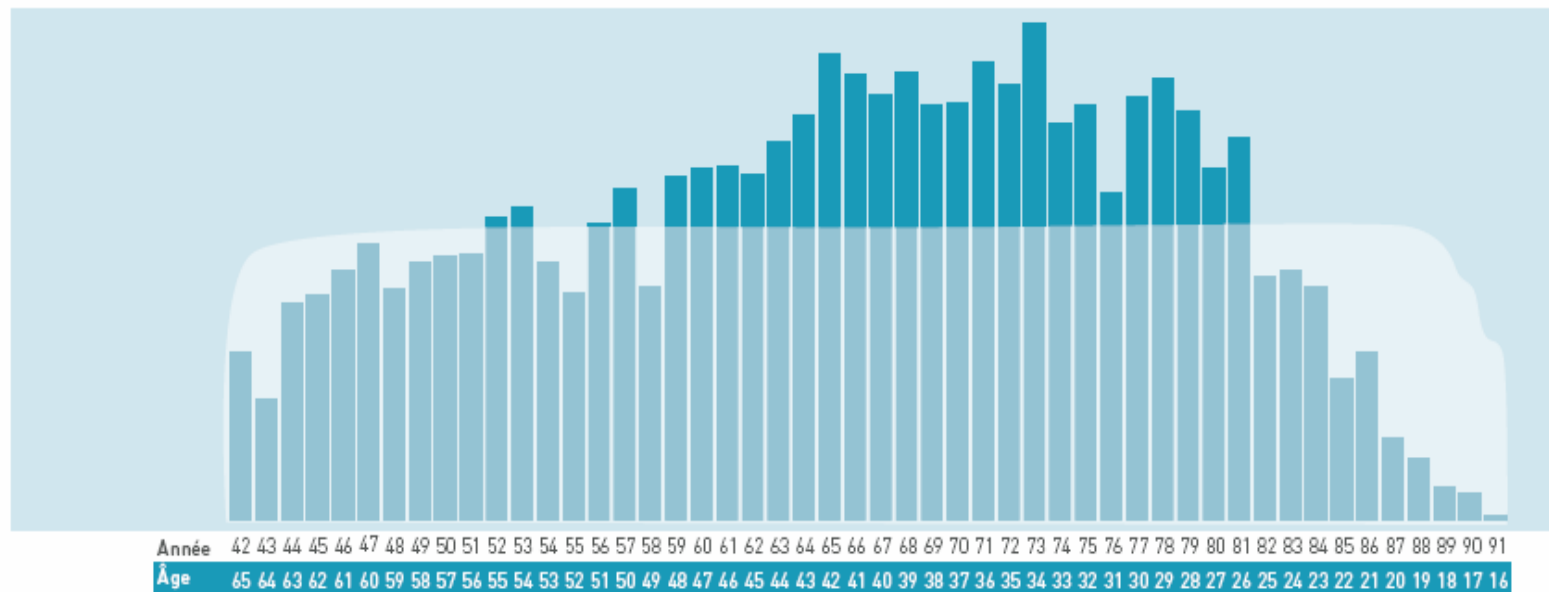
**Initiative nationale de l'industrie, des hautes
écoles et des partenaires sociaux pour
assurer un secteur de production industriel
suisse innovant et fort.**

Situation dans l'industrie romande

- Pénurie importante de main-d'œuvre qualifiée.
20'000 personnes à former en 10 ans.
- 1'300 personnes partent chaque année en retraite
- Chiffres confirmés par une enquête démographique
réalisée auprès de 700 PME romandes
- Pénurie globale de personnel : des postes de
production aux postes d'ingénieurs

L'enquête démographique

La réalité
et la courbe «idéale»



Les résultats de l'enquête

- Polymécanicien : passer de 250 CFC annuel à 500 CFC annuel
- Mécanicien de production : passer 20 CFC par année à 150 - 200 CFC par année
- Opérateurs à former : 300 par année
- Tous métiers MEM confondus il faut passer de 750 CFC délivrés annuellement à 1'500

L'objectif MECAFORMA.CH

- Sur une région déterminée, doubler le nombre de places d'apprentissage dans l'industrie
- Valoriser l'image de l'industrie technique et de ses métiers

Public cible

- Les jeunes dès 13 ans
- Les parents
- Les entreprises

en tenant compte des sensibilités linguistiques et culturelles

La stratégie

Placer la campagne MECAFORMA.CH dans une organisation qui regroupe les associations professionnelles pour coordonner l'ensemble des intervenants



La marque Mecaforma.ch

- Neutre par rapport aux associations professionnelles
- Compréhensible dans toutes les langues nationales
- Décodage rapide par les jeunes qui sont sensibles
« aux marques »

Les coûts de la campagne

- Les coûts directs financés par les entreprises:
 - ✓ Fr. 900'000.- pour 2007 et 2008 pour la campagne
 - ✓ Fr. 1'000'000.- depuis 2004 pour les conditions cadres favorables à la création de places de formation

Les résultats vaudois

- Augmentation de 70% des places d'apprentissage dans les PME (+ 80 places)
- 30% des stagiaires en immersion ont signé un contrat d'apprentissage dans les métiers techniques
- Plus de 30 nouvelles entreprises formatrices
- Une meilleure image de l'industrie auprès des jeunes, des parents et des écoles

Les conditions du développement

- Le projet Mecaforma.ch a besoin, pour se développer à un échelon national ou régional et atteindre les objectifs fixés, d'un financement additionnel.
- Les cantons et la Confédération doivent s'impliquer aux côtés des associations professionnelles.

Conclusions

- MECAFORMA.CH est un exemple réussi de campagne de promotion des métiers réalisée par une association professionnelle
- Les jeunes, les parents, les entreprises, les écoles sont satisfaits
- Etendre ce succès à la Suisse romande sera le seul moyen d'atteindre l'objectif fixé, ce n'est pas utopique
- L'enjeu est le maintien du savoir-faire technique dans l'industrie, aussi au bénéfice d'autres secteurs