

# « High Voltage » : Marketing pour les électriciens de réseau

**Publicité pour le métier d'électricien/ne de réseau CFC** | Le profil professionnel d'« électricien/ne de réseau CFC » est peu connu des conseillers d'orientation, des parents et des jeunes. La branche s'adresse maintenant à un groupe cible plus large, par des mesures marketing renforcées grâce à la campagne « High Voltage ».

TEXTE TONI BISER

**E**n 2017, l'organe responsable de la formation professionnelle d'électricien/ne de réseau met en œuvre son concept de marketing professionnel pour les électricien/nes de réseau. Dès 2013, avant le lancement de la nouvelle formation initiale, l'organe responsable avait mis en pratique plusieurs mesures.[1] Aujourd'hui, le concept actuel de marketing professionnel comble les dernières lacunes. Un sondage [2] mené au sein de la branche a révélé que la situation était tendue sur le marché de l'emploi, et qu'il fallait agir en conséquence. En Suisse, il manque environ 300 spécialistes dans le secteur de l'électricité de réseau.

C'est pourquoi le comité directeur de l'organe responsable a discuté de mesures supplémentaires à tous les niveaux de formation. Le spectre allait d'une intensification du marketing professionnel au développement des offres de cours préparatoires pour les examens professionnels et professionnels supérieurs, en passant par les reconversions proposées pour préparer les électriciens à travailler sur le réseau.

## Formulation d'objectifs quantitatifs

Une chose était incontestable: il fallait donner un nouvel élan au marketing professionnel. Un groupe de travail, sous la direction de Giampaolo Mameli, président du comité directeur, a élaboré un concept ad hoc, dans lequel trois objectifs quantitatifs ont été formulés:

- Le nombre de jeunes s'intéressant au métier d'électricien de réseau doit augmenter de 20 % en l'espace de trois ans.
- D'ici au début de l'année scolaire 2018/2019, le nombre de contrats d'apprentissage signés doit augmenter de 10 %.

● D'ici fin 2017, le nombre d'entreprises (membres de l'organe responsable) qui forment des électricien/nes de réseau doit augmenter de 5 %.

Le groupe de travail a volontairement orienté le concept de manière très large, voulant ainsi s'adresser à la fois aux élèves des deux dernières années de l'école obligatoire et à leurs parents, mais aussi aux entreprises membres de l'organe responsable et aux offices d'orientation professionnelle.

Le groupe de travail a élaboré des solutions pour six champs d'action:

**Flyer Électricien/ne de réseau:** le flyer, au design « High Voltage », doit comporter des messages clairs et concis donnant un aperçu du métier et éveillant l'intérêt.

**Modèles de matériel pour les stands sur les salons professionnels:** des modèles pour les parois de stand au design « High Voltage » sont proposés au téléchargement pour les entreprises membres lorsqu'elles participent aux salons des métiers. L'organe responsable ne mettra pas lui-même à disposition son propre matériel de stand. De plus, il est avantageux que des entreprises régionales soient présentes lors des salons professionnels en compagnie d'électriciens de réseau motivés et communicatifs, qu'elles abordent les jeunes et qu'elles proposent sur leur stand des listes d'entreprises auprès desquelles les personnes intéressées peuvent poser leur candidature pour des stages.[3]

**Internet:** mise à jour du site Internet [www.electricien-de-reseau.ch](http://www.electricien-de-reseau.ch) et traduction d'une partie de son contenu en italien.

**Médias sociaux:** la collaboration avec [www.yousty.ch](http://www.yousty.ch), la plate-forme

d'apprentissages en ligne, est poursuivie. L'attention des entreprises membres est régulièrement attirée sur cette plate-forme, et les dernières nouveautés leur sont transmises.

**Offices d'orientation professionnelle:** l'organe responsable veut communiquer davantage avec les conseillers en orientation professionnelle et identifier les éventuelles lacunes à combler.

**Entreprises membres:** par ailleurs, l'organe responsable élabore une lettre type permettant aux entreprises membres d'écrire aux écoles pour leur proposer des stages. Une présentation type a aussi été préparée pour les classes. Parallèlement, l'organe responsable veut une nouvelle fois signaler aux entreprises membres qu'elles peuvent publier les offres de stages sur [www.orientation.ch](http://www.orientation.ch).

## « High Voltage » s'inspire de « Young Energy »

Pour le choix des mesures et la conception du matériel publicitaire correspondant, l'organe responsable s'est inspiré de la société Elettricità Svizzera Italiana (ESI). L'ESI dispose, avec « Young Energy », d'instruments publicitaires attrayants (dépliant, design de stand, roll-ups) qui plaisent aux jeunes. Toutes les entreprises électriques italophones utilisent ces instruments et leur design commun sur les stands du salon professionnel « Espoprofessionisti » renvoie une image sympathique et moderne. L'évolution des contrats d'apprentissage avec des électriciens de réseau donne raison à l'ESI: en 2015, le nombre de ces contrats signés doublé par rapport aux années précédentes.

C'est donc sur cette base, et en suivant l'exemple de la campagne sur [www.electricien-de-reseau.ch](http://www.electricien-de-reseau.ch), que



Publicité pour le métier d'électricien/ne de réseau « High Voltage ».

L'organe responsable a développé sa publicité pour le métier, en allemand et en français. Il met à la disposition des entreprises membres des flyers ainsi que des modèles électroniques pouvant être utilisés de manière flexible (personnalisés avec le logo et les coordonnées de l'entreprise, par exemple). Ces outils conviennent pour une distribution sur les stands d'exposition des salons professionnels, comme publicité sur les véhicules, pour les présentations dans les écoles ou comme simple documentation.

### Exemples de carrière pour les offices d'orientation

Dans de précédents sondages, les entreprises membres avaient fait remarquer que le métier d'électricien de réseau était très peu connu et que les conseillers d'orientation ne le recommandaient pas. Fin 2016, le secrétariat de l'organe responsable a contacté à ce

sujet les centres d'information professionnelle suisses [4] pour leur demander où un travail pédagogique serait souhaité. Un centre sur deux a déclaré que les conseillers disposaient de suffisamment d'informations sur le métier d'électricien de réseau et qu'ils évoquaient cette profession à la même fréquence que celles de maçon ou de forestier-bûcheron, par exemple. Toutefois, les centres souhaitaient des exemples actuels de carrière ainsi que la possibilité de présenter les professionnels « en action », sur un chantier. Les retours des centres d'orientation professionnelle sont en cours d'analyse approfondie afin que les mesures correspondantes puissent être prises. L'organe responsable considère le contact régulier avec ces centres comme une tâche à long terme.

L'organe responsable oriente son marketing professionnel de manière ciblée sur les principaux groupes intéressés et évite volontairement la « publicité de masse », car les pertes élevées dues à la dispersion qui en résultent créent un mauvais apport coûts/avantages. Les campagnes d'affichage dans les gares et les mesures similaires ne sont donc pas non plus prévues à l'avenir; il est préférable d'agir efficacement et de façon ciblée avec les moyens limités disponibles issus des contributions des membres.

### Les instruments marketing doivent être utilisés

Même les meilleurs outils publicitaires mis à disposition n'ont que peu d'effet si les entreprises ne les utilisent pas. La publicité recèle plusieurs niveaux et facettes, et les différents acteurs endossent des rôles divers.[5] L'organe responsable élabore et améliore les informations (bases marketing, supports publicitaires) et met les acteurs en réseau. Mais ce sont ceux qui offrent des places de formation qui doivent prendre contact avec les jeunes à la recherche d'une place, en utilisant les moyens publicitaires disponibles.

Les organisations telles que le Forum des électriciens de réseau ou la future Association faitière des électriciens de réseau assument également un rôle important pour le marketing professionnel, en complétant judicieusement les activités de la branche.

#### Références

- [1] Céline Reymond, Réforme de la profession électricien/ne de réseau CFC, Bulletin SEV/VSE 8/2013, p. 55-56.
- [2] Toni Biser, Michael Brunner, Simon Eberhard, Fachkräfte gesucht - auf allen Stufen, Bulletin SEV/VSE 9/2015, p. 31-34.
- [3] Landert Brägger Partner, Evaluation der vom Bund geförderten Berufsschauen, im Auftrag des SBFI, August 2014, p. 31-36 et p. 64.
- [4] Mustafa Dikbaş, «Es gibt kaum arbeitslose Netzelektriker», Interview mit Rudolf Schneider, Bulletin SEV/VSE 11/2013, p. 55-56.
- [5] Prof. Dr. Margrit Stamm, Studie «Lehrlingsmangel Strategien für die Rekrutierung des Nachwuchses», Swiss Institute for Educational Issues, September 2013.

#### Auteur

Toni Biser est Spécialiste senior Formation professionnelle à l'AES.  
→ AES, 5001 Aarau  
→ toni.biser@strom.ch

## La campagne «High Voltage»

**Le flyer « High Voltage » est tiré de la campagne de promotion du métier qui avait été élaborée en 2013. Le choix des décors et de l'ambiance crépusculaire permet d'un côté de faire ressortir les électriciens et électriciennes de réseau et de l'autre de mettre en avant le fait que c'est un job d'extérieur se pratiquant par tous les temps. Le flux lumineux jaune symbolise le transport d'énergie, d'informations ou de personnes ne pouvant exister que grâce au travail d'une équipe soudée contribuant ensemble au bien-être de nos sociétés modernes. Ces images ont été réalisées avec d'authentiques électriciennes et électriciens de réseau de différentes entreprises en Suisse qui se sont portés volontaires pour incarner avec fierté leur profession qui fait battre leur cœur.**