



INVESTIR  
DANS VOS  
COMPÉTENCES



# Actions de communication et de sourcing sur le métier de mécanicien d'engins de Travaux Publics

## Cahier des charges

La Fédération Nationale des Travaux Publics (FNTP) représente les 8 000 entreprises de Travaux Publics de toutes tailles, spécialités ou régions. Ce sont ces entreprises qui construisent et entretiennent les infrastructures, qui participent à la compétitivité, la cohésion territoriale et la transition énergétique de notre pays.

La vocation de la FNTP est de faire valoir les intérêts de la profession et de promouvoir les meilleures conditions de développement du marché des Travaux Publics, de contribuer à la qualité du dialogue social notamment à travers la négociation collective de branche et d'assurer un haut niveau de services à l'ensemble de ses adhérents. Les missions de la FNTP s'inscrivent dans l'écosystème BTP et interprofessionnel. Elle agit auprès et avec les acteurs publics et autres parties prenantes au niveau français, européen et international. Son expertise se décline autour de 8 thèmes : développement économique, marchés, travail et protection sociale, formation, santé et sécurité, Europe/international, technique et innovation, développement durable.

Dans le cadre de sa politique de formation, la FNTP a réalisé en 2020 une étude sur les métiers en tension dans le secteur des Travaux Publics. Cette étude a fait ressortir un besoin en recrutement des entreprises de Travaux Publics sur le métier de mécanicien d'engins de Travaux Publics.

Comprenant des effectifs peu nombreux (moins de 3 000 salariés), le métier de mécanicien d'engins présente cependant des caractéristiques à prendre en considération :

- La majorité des salariés sont en CDI (73 % des contrats) et à temps complet (88 %). Les offres d'emploi concernent aussi majoritairement des CDI (64 % des offres en 2019).
- Alors que le niveau de chômage connaît une baisse de 3,7 points pourcentage entre 2015 et 2019, le nombre d'offres publiées a augmenté dans le même temps de 22 %. Ce ratio entre offres d'emploi et demandeurs d'emploi est en très forte augmentation entre 2015 et 2019 (+75,4 points pourcentage) pour s'établir à un niveau très élevé (216 %).
- La part des recrutements jugés difficiles est élevée en 2020 (72 %), en augmentation de près de 20 points pourcentage par rapport à 2015.
- Plus de 60 % des entreprises interrogées mettent plus de 6 mois à recruter.



INVESTIR  
DANS VOS  
COMPÉTENCES



Une première expérimentation a été menée en Ile-de-France, Pays-de-la-Loire et Paca en partenariat avec le SEIMAT, l'AFPA, Constructys et les centres de formation de la profession dans le but de former à court terme des demandeurs d'emploi à ce métier.

Les conclusions de cette première expérimentation font ressortir la nécessité de renforcer la communication et le sourcing sur ce métier afin :

- D'informer les jeunes, les demandeurs d'emploi, le public en reconversion sur le métier et les formations de mécanicien d'engins.
- De constituer un vivier de candidats potentiellement intéressés par la mécanique pour intégrer un cursus de formation initiale ou continue à la mécanique d'engins.

C'est pourquoi la FNTF souhaite déployer un plan de communication multi media et multi cible sur ce métier.

## Objectifs

---

- Améliorer la notoriété et l'attractivité du métier de mécanicien d'engins
- Accroître le nombre de personnes souhaitant entrer dans les écoles et centres de formation préparant à la mécanique d'engins de Travaux Publics

## Cibles

---

- En priorité, les jeunes en seconde professionnelle qui s'orientent plus particulièrement vers les métiers de la maintenance des matériels et des véhicules.
- Les jeunes de troisième
- Les jeunes éloignés de l'emploi
- Les demandeurs d'emploi
- Les salariés en reconversion professionnelle
- Les salariés en transition professionnelle
- Les influenceurs des jeunes (amis, famille, enseignants...) comme levier de conviction.

## Les axes de la communication

---

- Un métier pour lequel il y a de forts besoins de recrutement
- Un métier varié : Diversité des engins, travail en atelier ou sur site, travail en équipe ou individuel
- La modernité du métier, au travers des transitions environnementale et digitale, des évolutions technologiques
- L'utilité du travail réalisé pour la bonne marche des chantiers, donc de l'économie française
- Un métier avec des évolutions de carrière professionnelle



INVESTIR  
DANS VOS  
COMPÉTENCES



- Un métier proposant des salaires attractifs (permettant de construire un vrai projet de vie)
- La féminisation du métier
- Un métier pouvant convenir aux « passionnés » de la mécanique

## Attendus

---

- Proposer et mettre en oeuvre un plan de communication adapté à chaque cible visée. Une attention particulière sera portée :
  - aux élèves de 2<sup>nd</sup>e professionnelle « métiers de la maintenance des matériels et des véhicules »,
  - aux demandeurs d'emploi intéressés par la mécanique.
- Le plan de com devra être également ciblé sur :
  - les régions proposant une offre de formation à la mécanique d'engins
  - et sur les régions où les besoins des entreprises sont les plus forts. Il conviendra à cette fin de réfléchir à un dispositif permettant aux entreprises de s'exprimer sur le sujet.
- Proposer un parcours de sensibilisation au métier de mécanicien d'engins
  - Pour les collégiens et les lycées : un parcours de découverte du métier de mécanicien d'engins s'inscrivant dans le « parcours avenir » au collège et dans les 54 heures dédiées à l'orientation en lycée et plus particulièrement en lycée professionnel (seconde professionnelle de la famille de métier maintenance des matériels et des véhicules)
  - Pour les demandeurs d'emploi et les publics éloignés de l'emploi : un parcours de sensibilisation pouvant être proposé en amont d'une formation.

Ces parcours pourront intégrer les outils (fiches métiers, vidéos, ressources pédagogiques...) déjà réalisés par la FNTP et ses partenaires sur le métier de mécanicien d'engins.

- Proposer un calendrier de mise en oeuvre de ces actions adapté aux phases d'orientation des différentes cibles.

La réponse de l'agence devra présenter :

- La stratégie pour répondre aux objectifs
- La méthodologie
- Les actions envisagées
- La stratégie de médiatisation des différentes actions (comment je fais connaître ce que je fais)
- Les moyens mis en oeuvre
- Le budget
- Le rétro planning.



INVESTIR  
DANS VOS  
COMPÉTENCES



## Budget

---

Cette action s'inscrit dans le cadre d'un EDEC Travaux Publics signé entre la DGEFP et la FNTP.

Le budget maximal est de 100 000 € TTC.