

FIERS D'ÊTRE MAÇONS

Une campagne nationale pour promouvoir le métier de maçon auprès des jeunes, des prescripteurs de l'orientation et des personnes en reconversion professionnelle

Dans un contexte où près de 11 000 emplois de maçons sont à pourvoir partout en France et où le besoin de recrutement atteint plus de 32 000 personnes selon Pôle Emploi, il est aujourd'hui vital de répondre à la forte quête de main-d'œuvre des entreprises de maçonnerie et de former les futures forces vives du secteur. 9 acteurs de la construction et de la formation se sont unis pour aller, depuis 18 mois (lancement en juin 2021), à la rencontre des jeunes avec la campagne nationale de communication « Fiers d'être maçons ».

Cette campagne de communication vise à promouvoir le métier de maçon auprès des jeunes, des personnes en reconversion professionnelle et de l'ensemble des prescripteurs de l'orientation, afin de susciter de nouvelles vocations pour un métier qui offre la certitude d'une insertion professionnelle rapide et réussie et de belles perspectives de carrière. L'angle de cette campagne est également mis sur l'excellence de ce métier passion, un professionnalisme qui attire les reconversions professionnelles, y compris depuis des univers éloignés du BTP. Forte de sa réussite, la campagne Fiers d'être maçons entame désormais sa 3^{ème} année.

Un métier qui innove

Le métier de maçon, une des composantes essentielles d'un chantier de construction, participe à ses différentes étapes, des fondations aux structures porteuses, murs, planchers ou enduits. C'est un métier varié, ancré dans la tradition et avec la fierté du bel ouvrage accompli, traduisant l'excellence de ses gestes et de ses savoir-faire.

C'est aussi un métier innovant et technique, tourné vers l'avenir, au cœur des grandes transformations du secteur de la construction, pour inscrire le bâti dans la sobriété énergétique et l'innovation numérique. L'utilisation d'outils d'aide à la conception, comme la maquette numérique, les objets connectés, ou exosquelettes, ont permis ces dernières années de faciliter certains travaux et de permettre aux femmes d'intégrer plus facilement la filière métier.





Un métier qui recrute

Fin 2022, ce sont près de 11 000 postes de maçons qui étaient à pourvoir immédiatement partout en France, un chiffre en constante augmentation depuis 2015. Il y a eu plus de 27 000 recrutements en 2021 et Pôle Emploi estime même à plus de 32 000 le nombre de projets de recrutements visant à combler les besoins de main-d'œuvre des entreprises du secteur.

Alors que les besoins en recrutement ont été satisfaits à 77 % l'an dernier, les effectifs de jeunes et de personnes en reconversion professionnelle en

formation restent largement insuffisants pour soutenir la demande.

Selon l'Observatoire des métiers du BTP, plus de 4 800 jeunes suivent actuellement une formation initiale à la maçonnerie et 7 600 sont en contrat d'apprentissage.

Choisir le métier de maçon est pourtant la certitude d'une insertion professionnelle rapide, tant les besoins en main-d'œuvre formée et qualifiée sont importants. C'est aussi un métier qui nécessite d'être formé à l'excellence pour acquérir une grande expertise technique, souvent mal connue du grand public et des plus jeunes. Les perspectives de carrières, nombreuses et variées, permettent aux maçons d'évoluer rapidement vers des postes d'encadrement ou de créer son entreprise. Le secteur de la maçonnerie en France représente 178 000 entreprises qui emploient 135 000 salariés.

Une campagne pour susciter de nouvelles vocations

La campagne « Fiers d'être maçons » a pour objectif de promouvoir le métier de maçon, pour susciter de nouvelles vocations pour un métier qualifié, qui offre la certitude d'une insertion professionnelle rapide et réussie et permettre la reconnaissance de son caractère d'excellence, à travers des messages clés :

- la variété du métier ;
- la beauté des ouvrages réalisés ;
- l'utilité du travail au cadre de vie ;
- l'excellence du geste et de la technique ;
- la fierté de l'ouvrage accompli ;
- le travail en équipe ;
- les perspectives d'évolution professionnelle ;
- les innovations du métier à travers l'environnement ;
- les évolutions technologiques ;
- la féminisation du métier ;
- les nombreuses filières de formation.



Une campagne qui valorise les reconversions professionnelles

Cette campagne de communication cible également les personnes en reconversion professionnelle et met en avant divers profils reconvertis depuis des métiers parfois très éloignés de l'univers du bâtiment. Ces exemples de reconversion illustrent l'excellence et l'intérêt que peut susciter le métier.

Nicolas Galy, de la chimie analytique aux belles pierres

Nicolas Galy est diplômé d'un master en chimie analytique et instrumentation et a ensuite débuté un doctorat afin de réaliser une thèse en spectrométrie de masse. Pas assez passionné et même ennuyé par ce domaine, il décide finalement d'arrêter son doctorat pour se tourner vers la maçonnerie. Après avoir découvert l'univers du bâtiment lors de divers jobs d'été et de missions d'intérim, il rejoint les Compagnons du Devoir en 2020 et obtient un titre professionnel maçonnerie en bâtiment anciens en Occitanie. Nicolas est aujourd'hui apprenti et prépare un nouveau titre professionnel de maçon. Son objectif est ensuite d'obtenir un BP maçonnerie. Nicolas s'est découvert une véritable passion pour la pierre et les bâtiments et maisons à rénover. Il souhaite aujourd'hui travailler sur des chantiers de rénovation d'anciennes maisons en pierre.

« L'univers du bâtiment représente pour moi une autre forme d'intelligence, plus manuelle, et m'apporte une nouvelle façon de voir les choses. Ce métier apporte une excellence dans le geste, l'acquisition de techniques très diverses selon les types de maçonnerie et une grande précision. Le métier de maçon demande un long apprentissage pour être exercé correctement. Je me sens aujourd'hui passionné, avec l'envie et la curiosité d'en apprendre encore davantage. La maçonnerie apporte de la reconnaissance et est valorisant. Je conseille aux personnes qui souhaitent rejoindre le métier de préparer un diplôme plutôt que de se lancer dans un apprentissage "sur le tas" afin d'acquérir la théorie et les bonnes pratiques. »

Les publics ciblés

- **Les collégiens et lycéens**

La campagne « Fiers d'être maçons » vise à faire découvrir le métier de maçon et à inciter les jeunes à s'y former, principalement auprès des collégiens et lycéens.

- **Les personnes en reconversion professionnelle**

Les publics en recherche d'emploi ou en quête de reconversion professionnelle. La campagne « Fiers d'être maçons » vise à mettre en avant le grand professionnalisme du métier et son excellence. Un métier qui propose une technicité méconnue.

- **Les prescripteurs de l'orientation**

Les parents, enseignants, conseillers d'orientation, mais encore les CIO, ou les missions locales sont également visés par la campagne.

Un casting de jeunes maçons en formation pour faire découvrir leur métier

La campagne a mis à l'honneur lors de son lancement au printemps 2021, huit jeunes apprentis en formation au métier de maçon, qui sont les ambassadeurs les plus crédibles pour s'adresser aux jeunes en recherche d'une orientation professionnelle. Certains de ces jeunes ont aujourd'hui terminé leur formation, exercent en entreprise et ont même des projets en cours d'entrepreneuriat.

Un dispositif de communication 100 % digital

Le plan de communication est pluri média depuis son lancement : création d'un site Internet, réalisation d'une websérie, campagne organique mais aussi sponsorisée sur les réseaux sociaux, animation d'un réseau d'ambassadeurs de jeunes maçons en formation et salariés, organisation de défis pour faire découvrir le métier, reportages photo/vidéo dans des centres de formation, etc.

Le dispositif de communication 100 % digital permet d'engager une communauté intéressée et passionnée autour de l'univers de la maçonnerie et de son excellence. Il porte aujourd'hui ses fruits et est soutenu par des vagues de sponsorship.

Un site Internet dédié

www.fiersdetremacons.fr

Le site Internet propose toutes les informations pour permettre de découvrir le métier de maçon, accompagner les jeunes dans leur orientation, avec un moteur de recherche des formations au métier sur l'ensemble du territoire ainsi que la diffusion de la websérie réalisée pour la campagne et mettant en scène des apprentis maçons. Le site internet observera des évolutions tout au long de l'année 2023.

Depuis le printemps 2021 et à fin 2022, ce sont plus de 4 500 personnes qui ont consulté près de 10 000 fois les différentes pages du site internet. 30% des accès au site internet proviennent d'un post sur les réseaux sociaux de la campagne. La page proposant aux jeunes et personnes en reconversion professionnelle la liste des sites de formation partout en France a été consultée plus de 900 fois.

YouTube



Une chaîne YouTube dédiée à la campagne, sur laquelle est notamment diffusée la websérie « Fiers d'être maçons » ainsi que des témoignages de jeunes en formation, des vidéos pédagogiques sur les gestes du métier ou encore la série « La Boîte aux Questions ».

La chaîne YouTube possède fin 2022, 22 vidéos cumulant plus de 500 000 vues (2 500 heures de visionnage). 5 vagues de sponsorship de vidéos de la chaîne via YouTube Ads ont permis d'accroître sensiblement son audience. De nouvelles vagues de sponsorship valorisant les nouvelles vidéos de la série « La Boîte aux Questions » seront mises en place au cours de l'année 2023.

- **Une websérie**

Elle met à l'honneur huit personnages, interprétés par des apprentis maçons en formation, ambassadeurs du métier. Chaque épisode présente une des facettes du métier de maçon. Diffusée sur la chaîne YouTube et les réseaux sociaux « Fiers d'être maçon », cette web série est aussi l'occasion d'aller à l'encontre des idées reçues qui peuvent encore nourrir l'imaginaire collectif et valoriser la réalité du métier aujourd'hui.

ÉPISODE 1 :

un travail d'équipe

Le travail d'équipe est une composante fondamentale du métier de maçon qui, au quotidien, travaille en équipe et collabore également avec d'autres corps de métier de la construction.

ÉPISODE 2 :

être son propre patron

Cet épisode met en lumière les nombreuses possibilités de carrières et d'évolution professionnelle qu'offre le métier de maçon, de chef de chantier jusqu'à la création et la reprise d'entreprise.

ÉPISODE 3 :

un métier innovant

Ce troisième épisode montre l'évolution high tech du métier, avec des maçons qui travaillent aujourd'hui avec des outils numériques et connectés.

ÉPISODE 4 :

être utile à la société

Ce dernier épisode met en lumière les belles réalisations et ouvrages de maçonnerie, qui témoignent de la fierté d'être maçon et qui composent le cadre de vie des Français.

• Une série de vidéos sur les différents gestes du métier

Cette série de 10 vidéos pédagogiques propose un focus sur les gestes et techniques spécifiques au métier de maçon, depuis la fabrication d'un escalier jusqu'aux planchers en béton armé, en passant par la réalisation de prémurs.

• Une série de vidéos « La Boîte aux Questions »

Cette série de 5 vidéos (en cours) proposent la mise en avant de témoignages du terrain (jeunes en formation, formateurs, professionnels, etc.) et offre un regard de transparence et de vérité sur ce métier passion. 8 nouvelles vidéos « La Boîte aux Questions » seront réalisées et publiées tout au long de l'année 2023.

Une campagne sur les réseaux sociaux

La campagne se prolonge sur les réseaux sociaux avec une présence sur différentes plateformes. Plusieurs vagues de sponsoring ont permis d'accroître considérablement la visibilité de la campagne.

Instagram



- **Une page Instagram** @fiersdetremacons animée au quotidien avec des posts et stories, qui favorisent l'interactivité avec la communauté. Fin 2022, la page Instagram compte près de 500 abonnés et ses publications ont été vues par plus de 25 000 personnes.
- **Des ambassadeurs** : trois ambassadeurs, parmi les participants à la websérie, qui partagent sur leur propre page Instagram @fiersdetremacons, des photos et vidéos sur leurs projets et différentes activités. Il s'agit de proposer une immersion dans le quotidien d'un apprenti maçon, pour montrer en images aux jeunes en recherche d'une orientation professionnelle, la diversité et les richesses du métier, à travers des contenus ludiques de qualité.

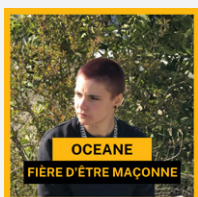
Les portraits des ambassadeurs :



Amélie : apprentie en maçonnerie au CFA du BTP d'Arles au lancement de la campagne, Amélie est aujourd'hui en 1^{ère} année d'un BTS Bâtiment au lycée Saint-Lambert à Paris.



Théodore : apprenti maçon à la maison des Compagnons du Devoir de Dijon au lancement de la campagne, Théodore travaille aujourd'hui en Normandie et est en train de fonder sa propre entreprise de maçonnerie. Une série feuilleton sur l'évolution du projet entrepreneurial de Théodore à travers plusieurs interviews, a débuté fin 2022 et va se poursuivre tout au long de cette nouvelle année de campagne.



Océane : apprentie en maçonnerie en 2^{ème} année de BP au CFA du BTP Bourgogne-Franche-Comté d'Auxerre, Océane travaille au sein de l'entreprise Marc Gremy à Collemiers.

LinkedIn



Une page LinkedIn « Le métier de maçon » animée au quotidien et enrichie par des publications concernant les actualités sur le métier, les chiffres clés ou encore des témoignages.

La page LinkedIn compte plus de 1 300 abonnés à fin 2022. Ses posts ont été visionnés plus de 250 000 fois depuis sa création et ils possèdent un fort taux d'engagement.

Facebook



Une page Facebook @fiersdetremacons est également animée quotidiennement et propose le contenu disponible également sur Instagram et LinkedIn.

À fin 2022, les 240 posts de la page ont été vus par plus de 95 000 personnes.

Réalisation de « Reels »



De nouveaux formats « Reels » vont être diffusés tout au long de l'année 2023 sur les réseaux sociaux de la campagne et accroître ainsi son audience et la diversité de ses contenus. Ces reels vont être réalisés à la suite de différents tournages :

- . Un reportage vidéo devant un collège/lycée pour interroger les jeunes sur leur perception du métier de maçon ;
- . Un second tournage d'un maçon qui réagit au micro-trottoir réalisé devant un collège/lycée ;
- . Des capsules vidéo des partenaires de la campagne, représentant l'écosystème de la maçonnerie en France ;
- . Un reportage vidéo d'un maçon sur un chantier illustrant son quotidien.

Un partenariat avec un influenceur sectoriel

Un partenariat avec un influenceur sectoriel à la communauté importante sur les réseaux sociaux, va être mis en place tout au long de l'année 2023. Cette collaboration va permettre de promouvoir la campagne « Fiers d'être maçons » en maximisant son audience et toucher des centaines de milliers de personnes à chaque post de cet influenceur qui partage nos valeurs et notre vision de la maçonnerie.

Une campagne de communication déjà récompensée

Cette campagne de communication « Fiers d'être maçons » a remporté le Trophée Or du Cadre de vie catégorie communication - stratégie digitale et RSE du Festival Fimbacte 2021, dont la 26^{ème} édition s'est déroulée le 26 octobre 2021.

Ce Trophée Or a récompensé une campagne « campagne digitale innovante, ambitieuse, nécessaire et originale ».

Neuf partenaires unis autour d'une cause commune

CAPEB : la CAPEB est le syndicat patronal de l'artisanat du bâtiment. Si la CAPEB est représentative de l'ensemble des entreprises du bâtiment, elle a fait le choix de défendre les intérêts des TPE et PME du bâtiment. Reconnue partenaire social, la CAPEB représente donc toutes les entreprises artisanales du bâtiment devant les instances de concertation et de décision et en particulier devant les Pouvoirs publics. Elle propose les mesures qu'elle juge nécessaires et adaptées aux entreprises du secteur.

<https://www.capeb.fr>

Le CCCA-BTP (Comité de concertation et de coordination de l'apprentissage du bâtiment et des travaux publics) est une association nationale, professionnelle et à gouvernance paritaire des branches du bâtiment et des travaux publics. Il est chargé de mettre en œuvre la politique de formation professionnelle initiale aux métiers de la construction par l'apprentissage définie par les partenaires sociaux du BTP. Acteur numéro un de l'apprentissage en France, le CCCA-BTP développe depuis près de 80 ans une solide expertise pédagogique de l'alternance. Outil des branches du bâtiment et des travaux publics, le CCCA-BTP est un accélérateur d'innovation dans la formation aux métiers du BTP et un interlocuteur privilégié des organismes de formation aux métiers du BTP. Grâce à son offre de services, le CCCA-BTP les accompagne pour leur permettre d'anticiper les évolutions, gagner en attractivité, assurer le développement de leur activité, optimiser leur performance et garantir une haute qualité. Le CCCA-BTP, qui fait de l'innovation un marqueur fort de son action, soutient les expérimentations et les projets innovants, conçoit les ressources et outils pédagogiques adaptés à la montée en compétences des apprentis, aux nouvelles formes d'apprentissage (réalité virtuelle et augmentée, formation à distance, hybridation des compétences) et aux besoins des entreprises. Il a créé l'incubateur WinLab', incubateur et éclaireur de tendances, pour imaginer les formations aux métiers du BTP de demain.

<https://www.ccca-btp.fr>

f : 3cabtp | @3cabtp | Y : 3cabtp | in : 3cabtp

<https://laconstruction.fr>

<https://www.winlab-cccabtp.com>

CIMbéton : CIMbéton est le pôle Application du Syndicat Français de l'Industrie Cimentière. Il a pour mission de faire connaître les progrès techniques des ciments et des bétons dans tous les secteurs de la construction, bâtiment, travaux publics, génie civil. CIMbéton agit également dans le domaine de la formation, auprès des enseignants, des étudiants et des professionnels en organisant des conférences, en primant des concours ou des travaux de fin d'études.

<https://www.infociments.fr>

Les Compagnons du Devoir : l'Association ouvrière des Compagnons du Devoir et du Tour de France (AOCDTF) est une association de loi 1901 reconnue d'utilité publique. Elle réunit des femmes et des hommes de métier mobilisés autour d'un même idéal : permettre à chacun de s'accomplir dans et par son métier, dans un esprit d'ouverture et de partage. Les Compagnons du Devoir proposent un parcours de formation en alternance, allant du CAP à la licence professionnelle et dont la spécialité est la mobilité en France et à l'étranger. Chaque année, 10 000 jeunes se forment dans une de leurs quatre filières : bâtiment et aménagement, technologies de l'industrie, matériaux souples et métiers du goût.

<https://www.compagnons-du-devoir.com>

École Française du Béton : L'École Française du béton est une Fondation d'entreprises qui entreprend des actions de long terme visant à soutenir et valoriser toute action ou activité améliorant la connaissance du béton. En particulier, ses missions sont de mieux faire connaître les métiers de la construction auprès des jeunes, de leurs parents et des responsables d'orientation et de formation, ainsi que de favoriser la connaissance et l'utilisation du béton et des matériaux à base de ciments auprès des différents participants de l'acte de construire. L'École Française du béton a également pour mission de diffuser et de valoriser les résultats de la Recherche et de l'innovation du secteur des matériaux pour le Génie Civil.

<https://www.efbeton.com>

EGF : ENTREPRISES GÉNÉRALES DE FRANCE.BTP (EGF. BTP) est le syndicat national des entreprises générales de bâtiment et de travaux publics, reconnues pour leur capacité à proposer à leurs clients une approche globale de l'acte de construire. La vocation du syndicat s'est étendue de la technique à l'ensemble des domaines qui conditionnent la vie et le progrès de ses entreprises : la promotion de contrats efficaces, les outils d'approche du marché, l'amélioration de la législation et de la réglementation nationale et européenne, la réponse aux défis de la transition énergétique et numérique, les rapports sociaux, la formation, l'optimisation des relations avec les sous-traitants et les fournisseurs.

<https://www.egfbtp.com>

FFTB : la Fédération Française des Tuiles et Briques représente les fabricants de tuiles et briques depuis 1936. La France est le 2^{ème} producteur européen de produits terre cuite pour la construction en Europe avec 135 lignes de production, 4 500 emplois directs et des emplois induits pour 430 000 maçons, 45 000 couvreurs, 72 000 salariés du négoce. 95% des tuiles et briques utilisées en France sont produites en France : 1 logement neuf sur 3 est construit en briques et plus de 2 maisons neuves sur 3 sont protégées par des tuiles.

<https://www.fftb.org>

SNBPE : le Syndicat National du Béton Prêt à l'Emploi (SNBPE) a pour objet la promotion du béton et défend les intérêts de ses 200 adhérents depuis 1964. Il représente 80% de la production de béton en France. Mieux habiter, mieux circuler, mieux vivre en protégeant la planète, le béton prêt à l'emploi est au cœur d'un aménagement durable des territoires en étant un acteur local et non délocalisable de la construction, un acteur responsable et en accord avec son temps et un acteur aux utilisations et constructions diversifiées.

<https://www.snbpe.org>

UMGO : l'Union de la Maçonnerie du Gros Œuvre représente les entreprises du secteur. Avec 460 000 actifs, 45 milliards € de chiffre d'affaires, la maçonnerie / gros œuvre est un acteur majeur de la société française. L'Union de la maçonnerie et du gros œuvre rassemble, au sein de la Fédération française du bâtiment, 15 000 entreprises de toutes tailles (13 salariés en moyenne) qui emploient 2/3 des salariés du secteur et réalisent 2/3 de son chiffre d'affaires. Elle a 6 missions essentielles : fédérer les entreprises, les défendre, communiquer, promouvoir le métier, anticiper, innover.

L'UMGO s'appuie sur l'APMGO (l'Association pour la Promotion des Métiers du Gros Œuvre, association déclarée et fiscalisée, régie par la loi du 1^{er} juillet 1901) pour organiser les Rencontres des métiers du gros œuvre pendant lesquelles l'UMGO-FFB organise son assemblée générale. L'APMGO coordonne le budget de la campagne #fiersdetremaçons.

<https://www.umgo.ffbatiment.fr>

CONTACT PRESSE :

stephane.charbit@obe.fr / 06 60 42 73 76