

Faire aimer l'industrie.

Le contexte de l'innovation Aux portes de la Bretagne, le pays de Vitré est un territoire rural qui, pour compenser les emplois perdus dans l'agriculture, a muté vers l'industrie et plus particulièrement l'agroalimentaire. Son dynamisme industriel est désormais reconnu. Vitré Communauté affiche aujourd'hui un taux de chômage de 5%. Il faut désormais préparer l'avenir en faisant connaître l'industrie, la faire aimer et orienter les jeunes vers les métiers et secteurs qui recrutent.

L'idée innovante

Faire aimer l'industrie, c'est valoriser et faire connaître l'économie locale et inciter les jeunes à aller vers les métiers qui recrutent. Le projet est porté par la Communauté d'Agglomération et la Maison de l'Emploi, de l'entreprise et de la Formation qui mobilisent de nombreux partenaires.

L'objectif recherché

Faire connaître l'industrie auprès des familles afin d'amener les jeunes générations à entreprendre des formations dans les secteurs qui embauchent tout en répondant aux besoins en main d'œuvre des entreprises.

La démarche mise en œuvre (programmation, partenariats)

Deux axes sont menés conjointement : la communication et la formation

Ces axes sont menés par deux structures liées par une convention pluriannuelle d'objectifs : Vitré Communauté et la Maison de l'Emploi de l'Entreprise et de la Formation (MEEF). La MEEF regroupe 11 structures dont Pôle Emploi, Mission locale, le service Insertion de Vitré Communauté (gestion du RSA), Centre d'Information et d'Orientation, Point Information Jeunesse, une cyberbase emploi®, les chambres consulaires (CCI, Chambre d'agriculture et Chambre des Métiers)... D'autres partenaires notamment du milieu éducatif sont mobilisés en fonction des actions.

Le contenu de la réalisation

- La communication :

Les actions de communication sont menées auprès de deux cibles :

Les habitants et familles du territoire afin de leur faire connaître et aimer l'industrie locale et inciter les jeunes et moins jeunes à se former pour travailler dans l'industrie locale

Les publics extérieurs au territoire pour identifier Vitré Communauté comme un bassin d'emploi dynamique, créer une émulation auprès des habitants et attirer de nouvelles entreprises.

Les actions de communication se complètent autour de ces deux objectifs :

Un journal diffusé à 28000 exemplaires auprès des foyers de la Communauté

d'Agglomération qui consacre une part importante de ses 32 pages aux entreprises et à des témoignages de jeunes ayant fait le choix d'une formation professionnelle.

Un film réalisé en partenariat avec le Rectorat et diffusé dans les établissements scolaires (secondaire)

Un supplément économique élaboré en étroite collaboration avec les entreprises locales pour faire aimer ces entreprises.

Des actions régulières pour faire connaître ces entreprises : visites, exposition lors de grands rendez-vous populaires, découverte des productions locales...

Un dossier de promotion du dynamisme économique local.

Un site internet à double entrée avec une page d'accueil et un développement spécifique sur l'économie locale, les forces du territoire, les terrains et bâtiments disponibles.

- La formation :

Par la valorisation du capital humain au travers de la MEEF. Sa mission est d'accompagner les publics vers la recherche et/ou la reconversion professionnelle. Le bassin vitréen est l'un des territoires pilotes sur le Contrat de Transition Professionnelle dont les résultats sont de l'ordre de 80% de retour à l'emploi. Le dispositif Trans'compétences est un autre outil utilisé localement pour permettre aux publics de rebondir dans des secteurs qui continuent d'embaucher.

Par l'anticipation des besoins : La MEEF propose aux jeunes et aux demandeurs d'emplois des formations, qualifiantes afin de répondre voire d'anticiper les besoins des entreprises. En contrepartie, des entreprises s'engagent à embaucher des publics ainsi formés. Exemple : ouverture d'un BAC Pro PSPA (pilotage des systèmes de production automatisés) à la rentrée 2012 en partenariat avec deux lycées professionnels et une quinzaine d'entreprises.

Les moyens humains et financiers (budget total, coûts pour la collectivité)

Vitré Communauté : travail collaboratif entre le développement et la communication (2 personnes).

MEEF : équipe de 5 personnes s'appuyant sur les structures membres de la MEEF.

Moyens financiers : Communication : 10 000 €/an ; MEEF : intégré dans le budget de fonctionnement annuel.

Le bilan de la réalisation (évaluation, suivi, projet d'évolution)

Les résultats : un taux de chômage à 5 %.

Ouverture de formations diplômantes pour les métiers de l'industrie (pilote de ligne, maintenance industrielle...)

Fort développement de la Méthode de recrutement par simulation pour tous les secteurs

Un partenariat étroit et solide avec les entreprises locales

Une reconnaissance régionale et nationale des résultats économiques de Vitré : Le Monde du 8 février 2011, Journal télévisé de 20h sur France 2 le 25 mai 2011.

Le suivi : poursuite des actions avec le maintien et le développement de la formation professionnelle. Parallèlement, poursuite des actions de communication engagées auxquelles vont être ajoutées de nouvelles actions fortes à partir de septembre 2011.

Contact

Chrystèle Brocherioux, responsable du service communication

Tél. : 02.99.74.52.61

courriel : c.brocherioux@vitrecommunaute.org