



Pas de réindustrialisation sans “talents”

La question de l'attractivité des métiers industriels et de l'image de l'industrie française est centrale de la réindustrialisation. Le secteur souffre d'un fossé béant entre la perception externe, largement négative et datée, et la réalité vécue par les professionnels. Le résumé de cette 3^{ème} conférence « Penser notre renaissance industrielle » explore les racines de ce déficit d'image et les leviers identifiés pour y remédier.

I. Le paradoxe de l'attractivité : une image en déclin malgré un consensus sur son importance

Malgré un besoin criant de talents (estimé à 60 000 postes non pourvus actuellement), l'industrie peine à séduire. Le recrutement et la formation aux compétences industrielles sont cités comme le deuxième principal enjeu de l'industrie française par les ingénieurs Arts et Métiers.

L'image publique est sombre : plus d'un Français sur deux considère que la France n'est plus une grande puissance industrielle. Les enquêtes révèlent que l'industrie est spontanément associée aux notions de déclin, de pénibilité, et de hiérarchies rigides. Le Net Promoter Score (NPS) « êtes-vous certain de recommander à vos enfants d'aller travailler dans l'industrie » atteint un plus bas depuis 15 ans, avec un score de -58. Cette situation est particulièrement marquée chez les jeunes et les femmes, les catégories de population pourtant essentielles et à mobiliser pour rejoindre l'industrie.

Paradoxalement, l'industrie bénéficie d'un consensus national sur son importance pour l'innovation et le développement économique. Selon les sondages, entre 80% et 90% des Français soutiennent notre réindustrialisation et soulignent sa nécessité. C'est l'un des rares sujets politiques en France disposant d'un tel consensus.

De plus, ceux qui travaillent dans le secteur en ont une perception très positive : le NPS des ingénieurs s'approche de +20, et ils sont extrêmement de leur profession. En termes de réalité matérielle, les métiers industriels offrent des salaires mesurés 13 % plus élevés que la moyenne nationale, une forte stabilité (près de 90 % de CDI), et sont jugés par leurs acteurs comme utiles, stables et bien rémunérés.

Le seul point faible relevé par les ingénieurs interrogés est justement le manque de "reconnaissance sociale".

II. Les sources du hiatus : culture, réalité et individualisme

Le décalage entre perception et réalité est ancré dans plusieurs facteurs profonds :

1. Un imaginaire culturel et littéraire figé : La France, pays de tradition littéraire, peine à créer un imaginaire moderne et tourné vers l'avenir. Les stéréotypes persistent, souvent basés sur des œuvres du XIXe siècle (*Germinal*) ou du début du XXe siècle (*La Condition ouvrière* de Simone Veil, proposée comme sujet au bac de philosophie en 2024), qui dépeignent des conditions de travail difficiles et un travail à la chaîne aliénant. Par ailleurs, comme le soulignait le philosophe Michel Serres, l'avènement de l'ère de la bombe atomique a créé une rupture dans le lien entre progrès et science : la science n'est plus nécessairement porteuse de progrès, or l'industrie est la « petite fille de la science » : sciences – techniques – industrie.

2. Le choc de la réalité : La désindustrialisation massive (passant de 6 à 3 millions de salariés en 50 ans) a meurtri de nombreux territoires. Les fermetures d'usines créent des "dramas" qui ont un impact psychologique et médiatique destructeur, annihilant l'effet de toute campagne de communication positive. D'autant que cette souffrance n'a jamais été vraiment reconnue par la Nation, c'était la loi du progrès : pays agraire, puis industriel, puis tertiaire. De plus, les préoccupations environnementales, notamment les accidents (xxx) la pollution (impact des 50 sites les plus polluants) et la contamination (récemment « aux PFAS »), sapent l'image du secteur et le récit d'un "mieux demain".

3. Le manque de récit collectif : L'industrie est, par essence, un lieu de production collective, exigeant une présence et une coopération sur le long terme.

Or, la société actuelle survalorise l'individualité, la flexibilité et l'autonomie (l'imaginaire de la "start-up nation"). Ce modèle, illustré par la hausse des micro-entrepreneurs (souvent dans les services) au détriment des créations d'entreprises industrielles, est contradictoire avec les valeurs du travail industriel.

Ce récit qui sape les aspects positifs du monde industriel et le transforme en « contre-culture » commence très tôt dès l'école. Si l'on est nul à l'école en France, alors on va à l'usine et la voie professionnelle est vécue comme une exclusion de la voie générale. Les garçons en échec scolaire vont dans l'industrie ; les filles, qui sont majoritaires à suivre des études plus longues, vont dans les services. À la fin, ce sont les garçons qui ont les meilleures conditions de travail, mais leur filière était la moins valorisée. Aller à l'usine, c'est le sentiment qu'on ne vaut rien et qu'on n'a pas de diplôme.

C'est l'usine ou le McDo. Ce n'est pas un choix, ce n'est pas un souhait, mais c'est par défaut, une fois que l'école vous a assigné à une place de mauvais élève.

III. Les pistes : construire le récit du progrès et du collectif

Pour surmonter ces défis, la réflexion s'est orientée vers la construction d'un nouveau récit, inspiré notamment par l'étranger.

1. S'inspirer de modèles narratifs puissants

- **Allemagne** : Le récit est simple et puissant, fondé sur la Deutsche Qualität, qui évoque solidité, efficacité et haute performance.
- **États-Unis** : L'industrie est perçue comme la capacité à imaginer et à réaliser des fictions technologiques (techno-utopie), propulsée par la proximité d'Hollywood et de la Silicon Valley. Ce récit de progrès ("ce sera mieux demain") fait désormais défaut en France.

2. Les nouveaux leviers du récit français : Les intervenants ont soulevé plusieurs thèmes pour rendre l'industrie à nouveau "cool"

- **L'Industrie verte et la finitude** : L'Europe pourrait fonder son récit sur la conscience de la finitude des ressources, se positionnant comme le continent de l'industrie verte. Il faut valoriser la contribution de l'industrie aux solutions environnementales, notamment la low-tech, l'économie circulaire (réparation, maintenance), et la création d'indices de réparabilité.
- **Le produit final et la fierté** : Il est crucial de communiquer sur la finalité inspirante des produits (faire voler un avion, naviguer un bateau) plutôt que sur le seul processus de production. Les industries françaises de l'excellence (aéronautique, luxe, agroalimentaire) pourraient servir de locomotive, en dépit de la réticence du luxe à se définir comme "industrie".
- **Valoriser les héros et les projets à long terme** : Il est nécessaire de montrer plus de réussites et de "belles initiatives". La création d'une image de "héros industriels" et la communication sur les aventures humaines qui se terminent bien (même si elles ont commencé par des difficultés) sont essentielles pour susciter des vocations.
- **Le collectif et les territoires** : L'effort doit être territorialisé. L'industrie doit adapter ses modes de fonctionnement aux aspirations individuelles de flexibilité, mais surtout reconstruire un récit du "mieux ensemble". La réussite du Creusot, qui a retrouvé son niveau d'emplois après une faillite majeure grâce à une priorité politique exclusive donnée à la réindustrialisation, illustre la nécessité d'un projet collectif fort et d'une vision inscrite dans le temps long.

3. Action structurelle et éducation : L'enjeu nécessite des changements profonds, au-delà de la communication.

- **Le levier éducatif** : L'éducation nationale est considérée comme le levier principal. Les professeurs, prescripteurs d'orientation, méconnaissent souvent la réalité des métiers modernes de l'industrie. L'apprentissage et l'alternance, à tous les niveaux de qualification, doivent être valorisés pour rendre les métiers techniques à la mode, tout en revalorisant la "main" par rapport au "savoir livresque".
- **La question du vocabulaire** : L'utilisation de termes comme "ouvrier" par exemple (associé aux luttes sociales) ou "opérateur" (qui neutralise le savoir-faire) doit être repensée pour nommer les métiers de manière à qualifier l'expertise et les savoir-faire.

En conclusion, la réindustrialisation exige non seulement des mesures économiques, mais un projet sociétal global qui réconcilie l'industrie avec les valeurs collectives, le progrès, et la modernité, en transformant profondément les perceptions culturelles et les modes de transmission du savoir. L'industrie doit cesser de communiquer sur l'individu (comme le font souvent les campagnes actuelles) pour embrasser la dimension du collectif, qui est son essence.

Synthèse des échanges dirigés par Aurélien Herbert et Ella Cerfontaine