

4 ans campagne de recrutement  
go4mechanic.ch – une rétrospective

## A la recherche des jeunes les plus aptes à suivre une formation

**go4mechanic.ch, telle est l'appellation de la campagne nationale de promotion de la relève menée par l'Union Suisse du Métal (USM) en faveur de la technique agricole. Lancée en 2010, elle a été régulièrement adaptée aux évolutions intervenues dans le domaine de la formation pour afficher, au bout de quatre ans, un résultat positif. Mais en fait, que se cache-t-il derrière cette campagne? Et comment trouve-t-on les élèves les plus susceptibles de suivre les apprentissages en question?**

Dès sa mise en place, l'objectif de la campagne de recrutement go4mechanic.ch consistait à s'adresser, au moyen d'informations complètes et approfondies, aux jeunes les plus aptes à réussir un apprentissage de mécanicien en machines agricoles, en machines de chantier ou d'appareils à moteur. L'entreprise fut particulièrement ardue, du fait que le marché de la formation était marqué depuis un certain temps par l'arrivée des générations issues des années à faible natalité. La lutte des différentes branches professionnelles pour interpeller les jeunes susceptibles de suivre une formation battait donc son plein. Le site web go4mechanic.ch est ainsi devenu une pierre angulaire de toute la campagne de promotion de la relève, car à notre époque des réseaux sociaux, les futurs apprentis veulent être informés de façon rapide, directe et moderne des possibilités de formation et de formation continue qui s'offrent à eux.

### Des portraits de jeunes professionnels qui vont de l'avant

Grâce au site web bien en phase avec notre temps, la technique agricole de l'USM se fait fort d'attirer des élèves talentueux et intéressés. Comment se déroule la formation de base? Quelles possibilités ai-je à ma disposition une fois mon apprentissage réussi? Autant de questions auxquelles il est répondu en détail avec, en plus, de superbes photos. On s'évertue, par ailleurs, de donner un visage aux différentes possibilités de formation en dressant le portrait de jeunes professionnels et en démontrant qu'en dépit de charges

multiples, à savoir école professionnelle/travail/entraînement, les métiers de la technique agricole sont tout à fait compatibles avec une carrière internationale de sportif de haut niveau, comme le prouvent de manière impressionnante les frères Lukas et Matthias Flückiger (VTT) ou Nils Mani (ski alpin). La campagne de promotion de la relève 2010 – 2013 a entre autres mis en évidence que le chômage est quasiment inexistant dans la technique agricole. Un fait qui ne revêt pas seulement une très grande importance pour les futurs apprentis, mais aussi pour les parents soucieux des perspectives de travail à long terme de leurs enfants. Avec le Concours professionnel national, la campagne de recrutement dispose d'un outil supplémentaire pour encourager les jeunes. Celui qui obtient de bons résultats au cours de sa formation a notamment la possibilité de se qualifier pour les SwissSkills de la technique agricole. Sans doute une excellente carte de visite pour la suite du parcours professionnel.

### Le test d'aptitudes professionnelles «compass» – qu'est-ce que je veux et qu'est-ce que je sais vraiment faire?

Une autre nouveauté réside dans l'outil de sélection «compass» de l'entreprise Nantys SA. Ce dernier a été conçu pour servir d'aide à l'orientation face à la pléthore d'offres de formation professionnelle. L'outil de diagnostic «compass» consiste en un système de tests de dernière génération permettant d'évaluer les capacités et les compétences intellectuelles et personnelles des (futurs) apprentis. Avec la publication d'une

nouvelle brochure destinée aux orienteurs professionnels, on est passé à l'offensive dans ce domaine également.

### La technique agricole à l'assaut des cinémas

Afin d'augmenter le degré de notoriété de la technique agricole, de nouvelles voies ont été explorées. La technique agricole s'est ainsi dotée d'un spot publicitaire pouvant être visionné en format haute résolution sur le site web et qui a été, de plus, diffusé dans 50 cinémas. Les retours concernant ce spot ont été extrêmement positifs. Les nombreuses présences aux salons des métiers ont elles aussi constitué un important outil de la campagne de promotion de la relève visant à éveiller l'intérêt des jeunes susceptibles de travailler dans la technique agricole. Ce faisant, il s'agissait d'une part de fournir toutes les informations nécessaires aux visiteurs des salons et, de l'autre, de faire connaître les possibilités de formation et de formation continue par le biais d'entretiens personnels avec les exposants de l'USM ou les apprentis sur place. Les concours mis sur pied permettaient en outre de gagner de magnifiques prix. Pour ce qui est du travail médiatique, les journées d'information professionnelle ont posé des jalons. A cette occasion, les élèves ont eu la possibilité d'effectuer un stage dans une entreprise de technique agricole.

### Poursuivre les efforts en matière d'innovation

Au bout des quatre ans qu'a duré la campagne de la relève, l'Association professionnelle technique agricole a réussi la promotion de ses métiers et dispose actuellement d'outils de communication modernes et axés sur le groupe cible. Mais pour maintenir notre position au sein de la compétition visant à attirer les jeunes les plus aptes à entamer une formation professionnelle, il nous faut cette année encore ainsi que dans celles à venir une campagne de recrutement novatrice et orientée vers le futur. ■

Silvio Weilenmann



4 Jahre Nachwuchskampagne go4mechanic.ch – ein Rückblick

# Die knifflige Suche nach den geeignetsten Jugendlichen

**go4mechanic.ch heisst die nationale Nachwuchskampagne der Schweizerischen Metall-Union (SMU) für die Landtechnik. 2010 ins Leben gerufen und immer wieder der Entwicklung im Ausbildungswesen angepasst, kann nach vier Jahren ein positives Fazit gezogen werden. Was steckt eigentlich hinter dieser Kampagne? Und wie findet man die geeignetsten Schüler für die entsprechenden Lehrstellen?**

Das Ziel der Nachwuchskampagne go4mechanic.ch war es von Anfang an, mit fundierten und umfassenden Informationen jene Jugendlichen anzusprechen, die sich am besten für eine Ausbildung als Landmaschinen-, Baumaschinen- oder Motorgeräte-mechaniker eignen. Das Unterfangen war besonders schwierig, weil in den letzten Jahren die geburtschwachen Jahrgänge auf den Ausbildungsmarkt gelangten. Der Kampf der verschiedenen Berufsbranchen um die geeignetsten Jugendlichen war also lanciert. Die Website go4mechanic.ch wurde deshalb zu einem Eckpfeiler in der ganzen Nachwuchskampagne, denn Jugendliche wollen im Zeitalter der sozialen Netzwerke schnell, direkt und modern über Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten informiert werden.

## Mit Porträts erfolgreiche junge Berufsleute vorstellen

Dank der zeitgerechten Website spricht die Landtechnik der SMU talentierte und interessierte Schüler bislang mit Erfolg an. Wie sieht die Grundbildung aus? Was für Möglichkeiten habe ich nach erfolgreichem Lehrabschluss? Fragen, die vollumfänglich und unterstützt durch tolle Bilder beantwortet werden. Zudem versucht man mit Porträts von jungen Berufsleuten, den Ausbildungsmöglichkeiten auch ein Gesicht zu geben und aufzuzeigen, dass trotz Mehrfachbelastung mit Berufsschule/Arbeitsplatz/Training bei den Landtechnikberufen sogar internationale Karrieren im Spitzensport möglich sind,

wie Nils Mani (Ski alpin) und die Brüder Lukas und Matthias Flückiger (Mountainbike) auf eindrückliche Art und Weise unter Beweis stellen.

In der Nachwuchskampagne 2010 - 2013 ist es zudem gelungen darauf hinzuweisen, dass die Landtechnik praktisch keine Arbeitslosigkeit kennt. Eine Tatsache, die nicht nur für die angehenden Lernenden von grosser Bedeutung ist, sondern auch für Eltern, die vor allem auf die langfristigen beruflichen Perspektiven ihrer Kinder schauen. Mit dem Nationalen Berufswettbewerb hat die Nachwuchskampagne der Landtechnik ein weiteres Instrument, um die Jugendlichen anzusprechen. Wer nämlich während der Ausbildung gute Leistungen erzielt, kann sich für den Nationalen Berufswettbewerb der Landtechnik qualifizieren. Für die berufliche Zukunft ist dies sicher eine gute Visitenkarte.

## Eignungstest «Kompass» – was will und was kann ich wirklich?

Ein Novum hat man auch mit dem Eignungstest Kompass der Firma Nantys AG geschaffen. Dieser soll eine Orientierungshilfe in dem breiten Angebot an Berufsausbildungen sein. Beim berufsbezogenen Eignungsverfahren «Kompass» handelt es sich um ein Testsystem neuester Generation zur Beurteilung der intellektuellen und persönlichkeitsbezogenen Fähigkeiten und Kompetenzen (angehender) Lernender. Mit der Lancierung einer Berufsberater-Broschüre ist man auch in diesem Bereich in die Offensive gegangen.

## Landtechnik erobert die Kinos

Um den Bekanntheitsgrad der Landtechnik zu erhöhen, ging man auch neue Wege. So wurde ein Werbespot der Landtechnik auf die Beine gestellt, der nicht nur auf der Website in hochauflösender Form zu sehen ist, sondern in 50 Kinos gelaufen ist. Die Feedbacks zu diesem Film fielen sehr positiv aus. Auch die zahlreichen Auftritte an Berufsmessen waren in der Nachwuchskampagne ein wichtiges Instrument, um geeignete Jugendliche für die Landtechnik-Berufe zu gewinnen. Dort ging es nicht nur darum, die Messebesucher mit Informationen einzudecken, sondern auch in persönlichen Gesprächen mit Exponenten der SMU oder Lernenden die Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten aufzuzeigen. Zudem konnte man bei Wettbewerben tolle Preise gewinnen. Auch in der Medienarbeit setzte man mit Berufsinformationstagen Meilensteine. Schülerinnen und Schüler hatten die Möglichkeit, in einem Landtechnik-Betrieb zu schnuppern.

## Innovativ am Ball bleiben

Der Fachverband Landtechnik ist nach der vierjährigen Nachwuchskampagne professionell aufgestellt und verfügt über moderne und zielgruppengerichtete Kommunikationsinstrumente. Um aber im Wettbewerb um die geeignetsten Jugendlichen bestehen zu können, braucht es auch in diesen und in den weiteren Jahren eine innovative und zukunftsgerichtete Nachwuchskampagne. ■

Silvio Weilenmann

