



Garder les salons de l'emploi à jour: Que recherchent les jeunes et est-ce que cela fonctionne?



**Commission de planification
de la main-d'oeuvre**
de Waterloo Wellington Dufferin

Notre Vision: Nous envisageons le développement continu d'une main-d'oeuvre de pointe.

Notre Mission: Engager et impliquer les partenaires pour trouver des solutions aux besoins de développement de la main-d'oeuvre locale.

Le matériel contenu dans ce rapport a été préparé par la Commission de planification de la main-d'oeuvre de Waterloo Wellington Dufferin (*Workforce Planning Board of Waterloo Wellington Dufferin- WPBWWD*) et est tiré d'enquêtes menées d'avril à novembre 2023. En fournissant ce matériel, WPBWWD n'assume aucune responsabilité

Canada 



Ontario 

Ce projet est financé en partie par le gouvernement du Canada et le gouvernement de l'Ontario.

Les opinions exprimées dans ce document ne reflètent pas celles du gouvernement du Canada ou du gouvernement de l'Ontario.

Table des matières

Comment nous avons entrepris cette recherche	4
Section A : La collecte de données	5
Section B : Réflexions des participants	6-7
Critères importants pour les travaux futurs	8
Critères liés à la visite de stands	9
Ce qui ne fonctionne pas pour les participants	10
Section C : Engagement des participants non liés au salon de l'emploi	11
Section D : Essai par les employeurs de nouvelles idées	12
Évaluation par les employeurs de l'engagement des participants à leur stand	13



Comment nous avons entrepris cette recherche

Lors des salons de l'emploi, on pouvait entendre des commentaires sur le fait qu'ils « étaient les mêmes comme dans les 15 dernières années » et qu'ils n'avaient pas changé ou adapté pour répondre aux besoins des nouvelles générations. Combinez cette impression dépassée avec la stig-matisation persistante à l'égard de certaines industries « cols bleus », les salons de l'emploi ont be-soin d'une refonte pour garantir qu'ils valent l'effort de la part des employeurs et des participants.

Pour cette recherche, le personnel de la Commission de planification de la main-d'oeuvre de Waterloo Wellington Dufferin (WPBWWD) a participé à des salons de carrière organisés par des organisa-tions partenaires Business Education Partnership Waterloo Region (BEPWR) et le Career Education Council (CEC). Le personnel du WPBWWD a parlé directement avec les jeunes participants, entre outre de ce qu'ils recherchaient, pourquoi ils avaient choisi certains stands plutôt que d'autres et quels cheminements de carrière ils envisageaient suivre. Les jeunes ont été encouragés à répondre à une enquête rapide où des données plus spécifiques pourraient être collectées afin de visualiser les tendances qui pourraient survenir.

Ces données, une fois compilées, ont été partagées avec les organisations partenaires et les em-ployeurs avant les salons de l'emploi à l'automne 2023 afin que les employeurs puissent tester les idées suggérées par les jeunes. À cette époque, les employeurs ont été interrogés pour déterminer si certains de ces petits changements, comme le fait d'avoir des activités pratiques ou des bonbons/cadeaux gratuits à leur table, avaient un impact non seulement sur le nombre de participants qui ont visité leur stand, mais également sur la qualité des interactions.

Grâce à ce rapport, vous découvrirez quelles industries retiennent actuellement l'attention des jeunes, quels facteurs clés contribuent à stimuler l'engagement des jeunes et des données démon-trant comment cette approche a aidé les employeurs. Ce rapport constitue pour le moment un guide pour les futurs salons de l'emploi, et les meilleures pratiques doivent continuer d'évoluer à mesure que les générations continuent de faire de même.

Section A : La collecte de données

Les Jeunes

Les données ont été recueillies auprès de 73 participants issus de divers groupes démographiques lors de salons de carrière organisés par le BEPWR et le CEC au printemps 2023. Les données ont été compilées en fonction du niveau d'études le plus élevé atteint par les participants pour voir s'il y avait des différences dans les désirs/besoins à mesure que les jeunes vieillissaient. Parmi les participants, 52 (71 %) avaient une scolarité de 8e année ou moins, préscolaire, avec des options entièrement ouvertes. Ces jeunes constituent la dernière génération de la génération Z. Ces commentaires permettent aux employeurs et aux organisations qui organisent des salons de carrière de créer des messages qui peuvent cibler les jeunes avant l'école secondaire et de leur offrir des options alternatives avant de choisir des cours qui pourraient élargir leurs choix d'études postsecondaires.

Les Employeurs

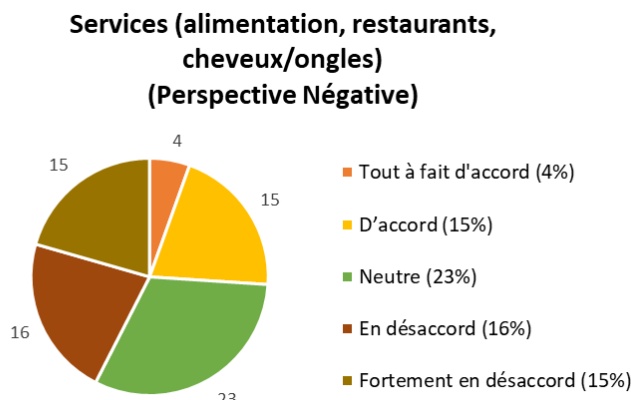
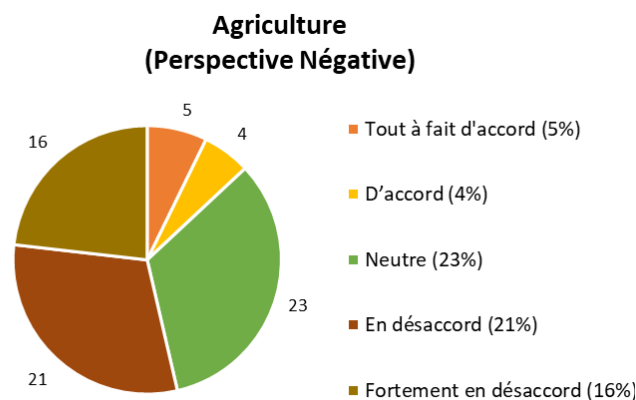
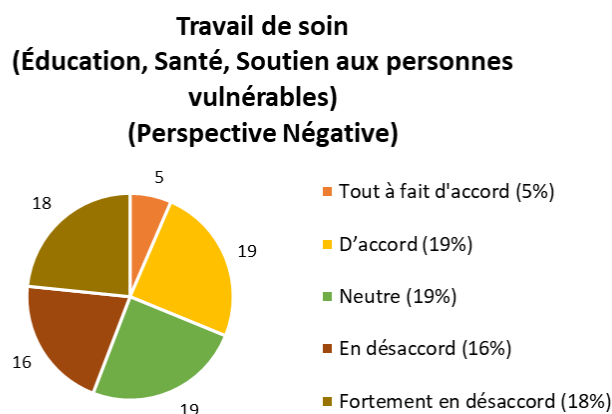
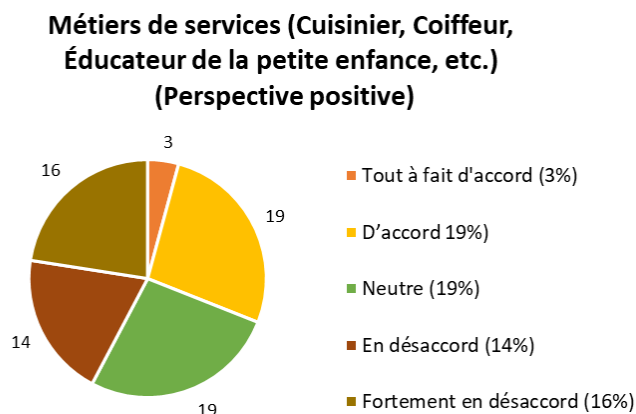
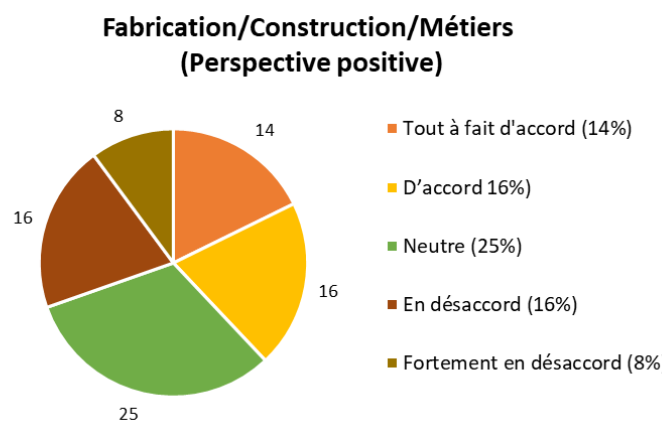
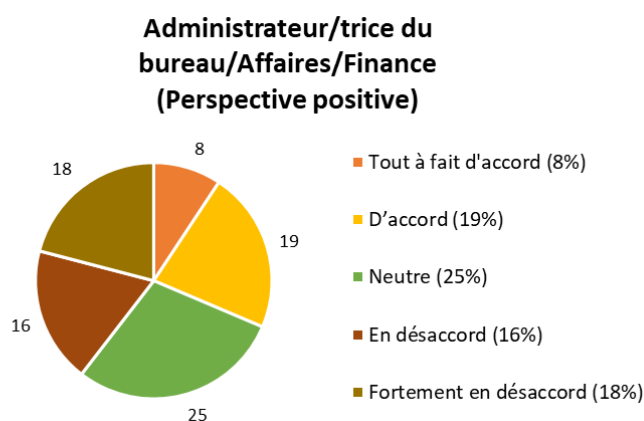
Les données ont été collectées à travers les enquêtes de rétroaction du *Career Education Council Career Fair* menées auprès des employeurs qui avaient un stand lors de leurs salons de l'emploi de l'automne 2023. Des questions ont été posées sur la façon dont les employeurs évalueraient le nombre de participants ayant visité leur stand, si de nouvelles stratégies étaient utilisées dans l'espoir d'attirer plus de participants et, au cas où la réponse était « oui », pensaient-ils qu'une différence avait été faite dans leurs résultats. Au total, 37 employeurs de divers secteurs ont été interrogés.



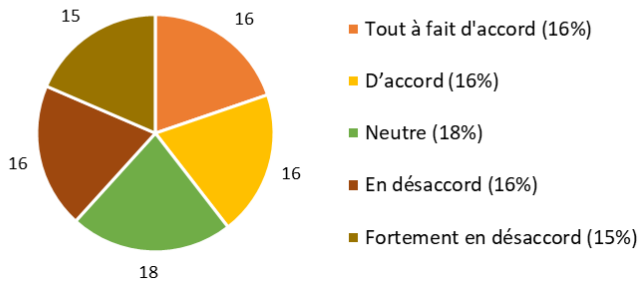
Section B: Réflexions des participants

Dans le cadre de l'enquête, il a été demandé aux 73 participants à l'enquête ce qu'ils pensaient de la poursuite d'une carrière dans les industries principales. Vous trouverez ci-dessous les réponses qui ne prennent pas compte ni de l'âge ou niveau de l'éducation des participants.

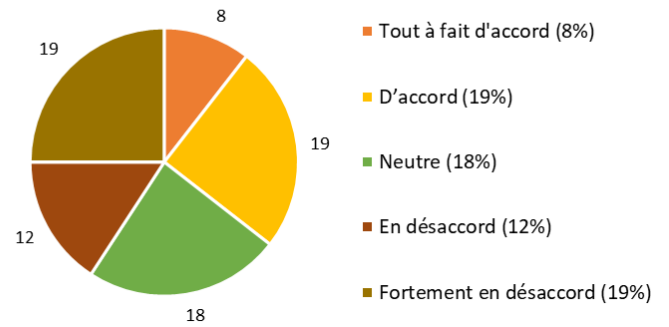
REMARQUE : plusieurs réponses ou aucune réponse pouvaient être sélectionnées, ce qui conduisait à des pourcentages totaux supérieurs/inférieurs à 100 %



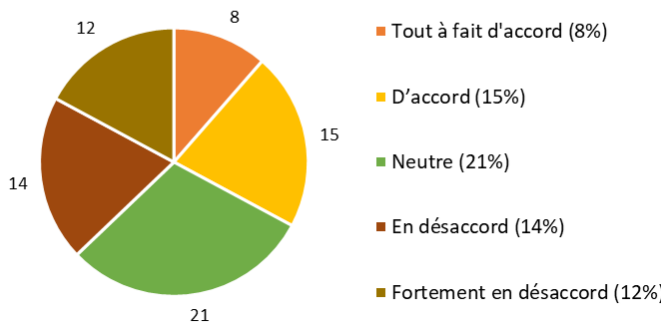
**Carrières informatiques (Sciences Informatiques)
(Perspective Neutre)**



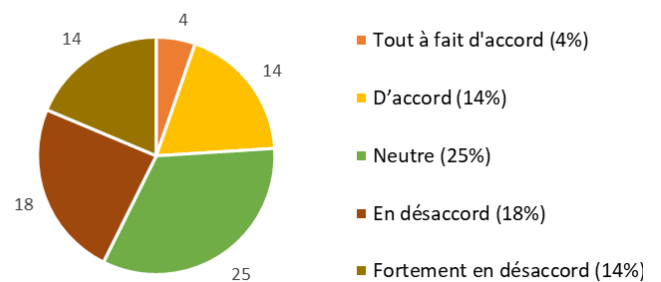
**Travaux juridiques ou gouvernemental
(Perspective Négative)**



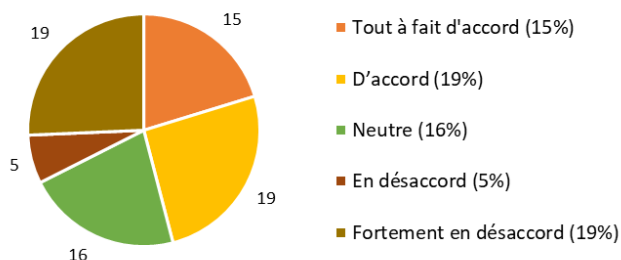
**Travaux communautaires
(Perspective Neutre)**



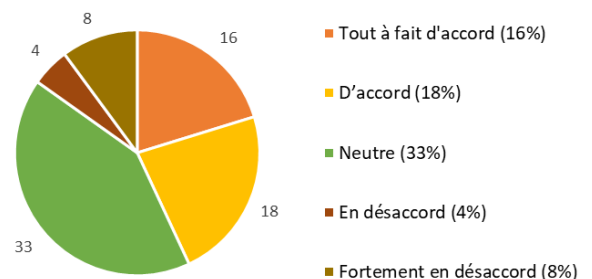
**Carrières en voyage/ transport : opérateurs d'équipement /chauffeur
(Perspective Négative)**



**Emplois scientifiques (laboratoire, biologiste, conservation, etc.)
(Perspective Positive)**



**Entrepreneuriat (posséder sa propre entreprise)
(Perspective positive)**

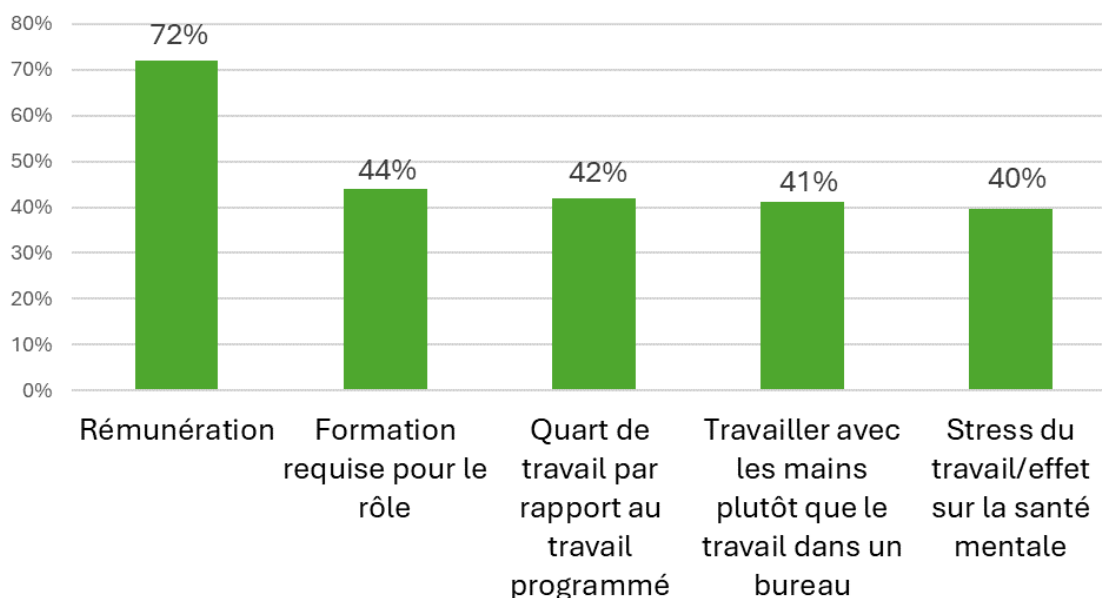


Lorsqu'on examine l'état d'esprit des jeunes par rapport aux industries, certaines tendances émergent. La neutralité ou la proximité (d'accord/pas d'accord) ont tendance à être ce qui est le plus applicable. Cela est logique puisque la taille principale de l'échantillon était celle des élèves de 8e année, et ils sont encore en train de déterminer ce qu'ils veulent poursuivre.

Réfléchissez: 22 (30 %) des participants sont d'accord ou tout à fait d'accord qu'ils seraient intéressés à poursuivre une carrière dans la fabrication, la construction et les métiers, qui sont tous des secteurs qui ont du mal à attirer les jeunes. 25 % supplémentaires sont neutres et pourraient être convaincus de poursuivre ce travail. Serait-ce le début d'un retour générationnel vers ces industries avec le bon message et la bonne présence aux salons de l'emploi.

Critères importants pour des futurs travaux

Après avoir découvert ce que les participants pensaient de certains secteurs, l'enquête a demandé quels critères les attireraient vers une certaine carrière. Ces informations aideront les employeurs à orienter leurs conversations avec les jeunes et leurs efforts de marketing pour aborder les choses importantes qui intéressent les jeunes.



En examinant les critères importants choisis tout au long de l'enquête, la rémunération est arrivée en tête, 72 % des participants déclarant qu'il s'agissait d'un facteur important pour eux.

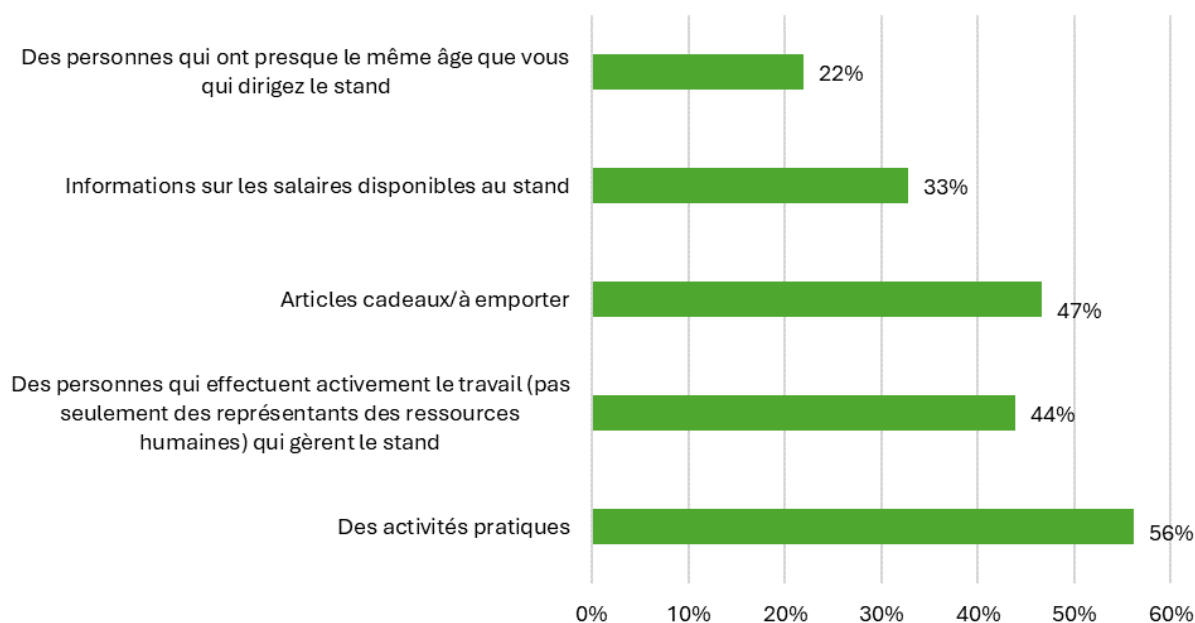
Après une communication plus approfondie avec les participants, un schéma commun a été mis en évidence : même si le salaire est important, les jeunes veulent pouvoir être à l'aise et ne pas stresser à propos de choses comme la nourriture, le logement, etc., mais ils n'ont pas besoin de gagner d'énormes sommes d'argent. Au-delà de ça. Les autres facteurs étaient stables dans la fréquence à laquelle les participants les choisissaient, oscillant autour de 40 %. Cela peut indiquer des préférences personnelles concernant les conditions de travail.

Réfléchissez : Si chaque organisation de votre secteur se concentre sur les salaires, alors, en théorie, les demandeurs d'emploi s'adresseront au « plus offrant ». Si votre organisation ne peut pas se permettre de payer le plus, quels sont d'autres facteurs positifs de votre entreprise qui pourraient être exploités d'une part pour rendre les emplois attractifs pour les jeunes et d'autre part répondre à ces autres facteurs.

Critères liés à la visite de stands

55 % des participants interrogés ont visité un stand auquel ils n'avaient pas prévu d'assister avant l'événement. Aucune industrie n'a dominé les visites. Cela concorde avec les données des participants concernant les secteurs d'intérêt, pour lesquels la réponse moyenne avait tendance à être neutre et les gens gardaient leurs options ouvertes.

Qu'est-ce qui vous attirerait vers un stand que vous ne visiteriez pas autrement

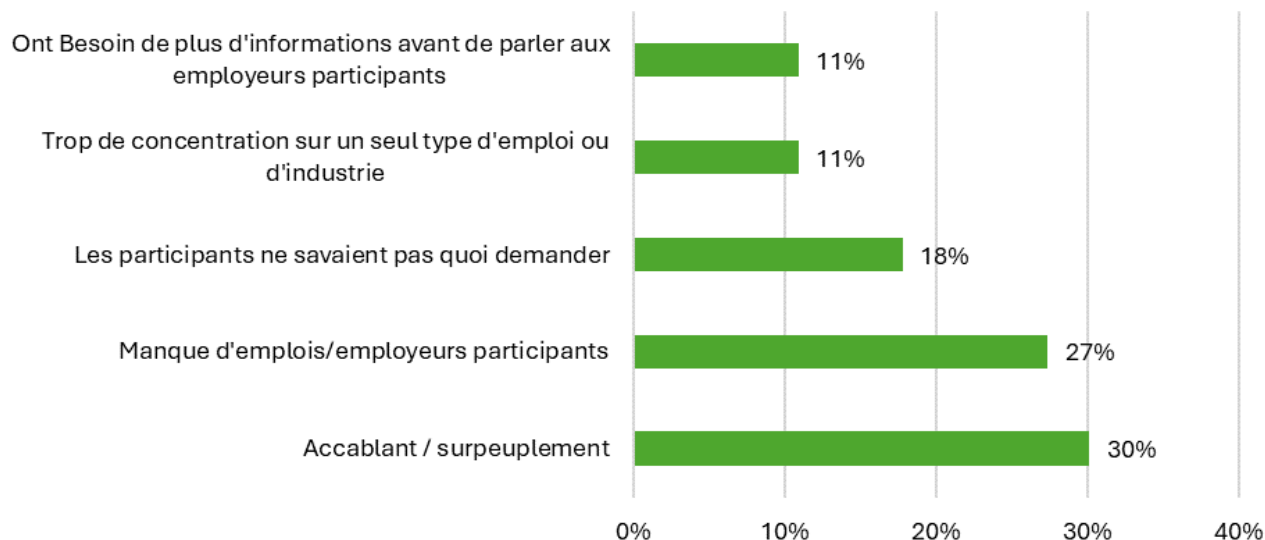


De nombreuses organisations tentent d'utiliser des cadeaux ou des cadeaux gratuits afin d'attirer les jeunes à leur stand. Bien qu'efficaces pour de nombreux participants (47 %), les activités pratiques (56%) sont plus susceptibles de susciter leur intérêt. Des exemples de ce qui a été vu dans le passé incluent, sans s'y limiter, l'utilisation pratique d'outils, de machines ou de puzzles logiciels, des configurations de soudage ou de conduite simulées et des expériences de réalité virtuelle qui permettent aux participants « d'effectuer le travail » en temps réel.

Réfléchissez: Certaines de ces options sont évidemment plus coûteuses et peuvent ne pas convenir à toutes les organisations. Les employeurs doivent déterminer « ce qui nous rend unique » et envisager de développer des expériences centrées sur leur caractère unique. Étaler ce que votre entreprise est sur le point d'attirer chez les jeunes.

Cela vaut également pour les types de cadeaux que vous offrez. Est-ce que ce sont des notes auto-collantes qui seront utilisées puis potentiellement jetées à côté ? Ou mettez-vous votre logo sur quelque chose d'unique comme un yo-yo ou une balle anti-stress dont les participants sont plus susceptibles d'avoir des souvenirs et d'utiliser au-delà de l'événement?

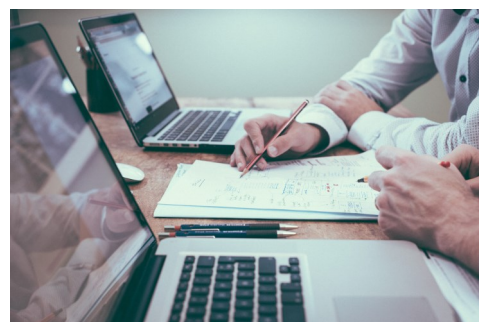
Ce qui ne fonctionne pas pour les participants



L'enquête demandait aux participants ce qu'ils n'appréciaient pas dans le fait de participer à des salons de l'emploi. La réponse la plus courante (30 %) était que les événements étaient surpeuplés ou accablants. Viennent ensuite le manque d'emplois ou de participants employeurs (27%). Ces deux éléments sont liés l'un à l'autre. Lorsqu'il y a plus d'employeurs, les participants peuvent se disperser davantage et cela peut sembler moins accablant ou encombré. Le fait d'avoir plus d'employeurs permet aux jeunes de vraiment parler aux employeurs et de ne pas avoir l'impression que leurs conversations sont précipitées afin que l'employeur puisse parler au prochain participant au stand.

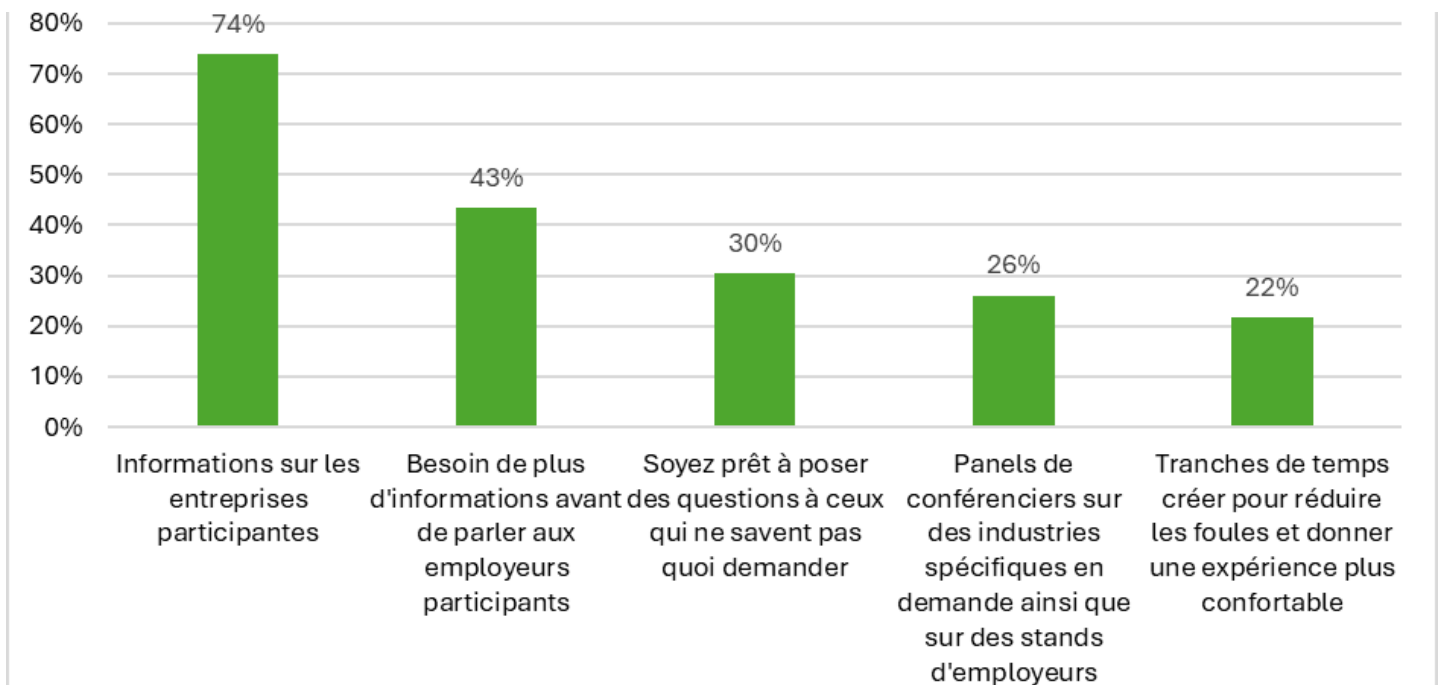
La surpopulation et la fréquentation ne sont qu'une partie du problème. L'un des autres problèmes majeurs est que les participants ne savaient pas quoi demander (18 %). Ils n'ont pas l'impression d'être préparés pour les séances. Les employeurs doivent avoir des idées sur la manière de mener la conversation avec les jeunes et d'attirer l'attention des passants.

Réfléchissez: Quel genre de questions pourriez-vous poser aux jeunes pour engager la conversation lorsqu'ils visitent votre stand ? Comment pouvez-vous les saluer lorsqu'ils ne sont pas sûrs de s'approcher et leur faire sentir qu'ils sont invités ? Se tenir derrière des tables n'aidera pas.



Section C : Engagement des participants non liés au salon de l'emploi

Afin de recueillir davantage d'informations sur les jeunes, une enquête numérique a été publiée auprès de ceux qui n'avaient pas récemment participé à un salon de l'emploi mais qui souhaiteraient peut-être le faire à l'avenir. 19 personnes interrogées ont répondu à cette partie du sondage concernant ce qu'elles souhaiteraient voir lors d'un salon de l'emploi.



La réponse commune la plus importante de 74 % des participants à l'enquête était qu'ils seraient plus susceptibles de participer à un salon de l'emploi s'ils savaient à quelles entreprises participent. Cela leur permet de planifier les « visites incontournables » et peut contribuer à susciter l'intérêt de ceux pour lesquels ils hésitent. Au-delà de cela, de nombreux participants à l'enquête ont exprimé qu'ils souhaitaient de l'aide dans les situations sociales entourant les salons de l'emploi, que ce soit sous la forme d'être prêts à poser des questions pour aider à démarrer la conversation (30 %) ou simplement d'avoir plus d'informations sur les organisations participantes au-delà de leur nom (43 %).

Réfléchissez: en tant qu'employeur, plus vous faites connaître votre organisation à l'avance, plus il est facile pour quelqu'un de s'approcher de votre stand. Parfois, pour les jeunes, l'interaction initiale peut être la plus difficile, surtout s'ils ont l'impression de « partir à l'aveugle ».

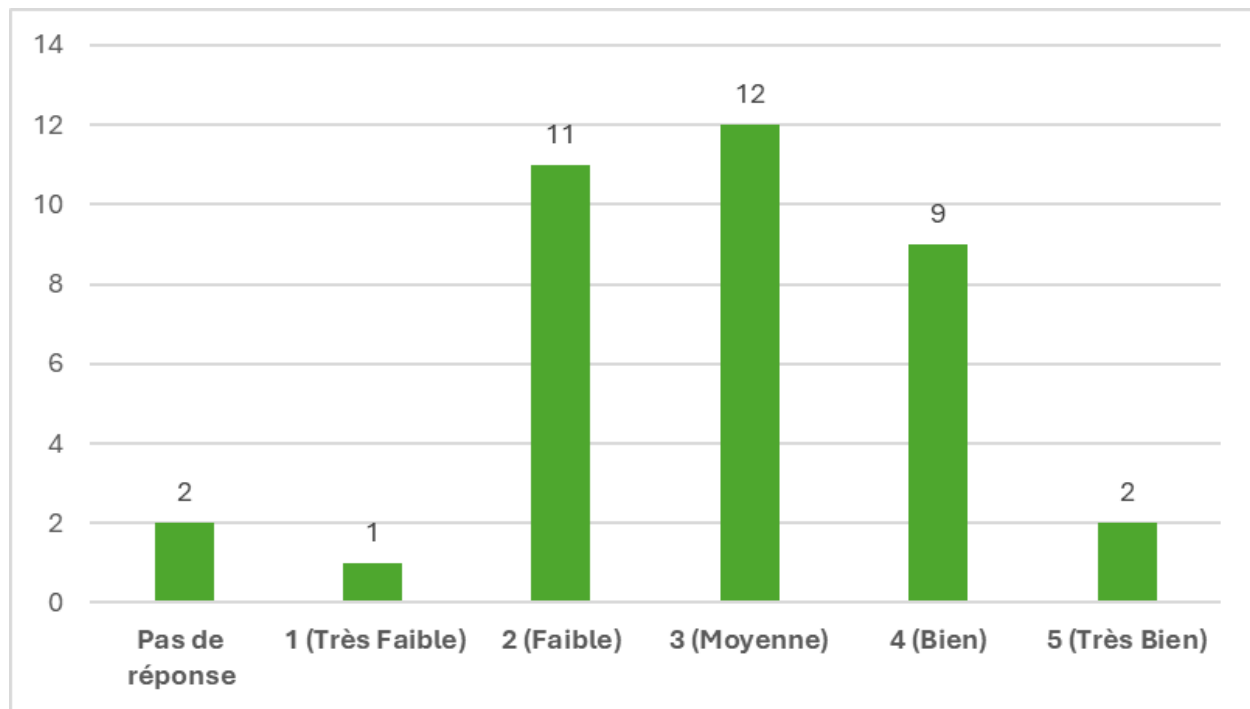
Section D : Essai par les employeurs de nouvelles idées

Après la conclusion de l'enquête auprès des jeunes au printemps 2023, les principaux points à retenir ont été élaborés et distribués à la CEC et au BEPWR. Ces organisations ont pu partager leurs résultats avec les employeurs lors de leurs événements de l'automne 2023. Ces employeurs ont ensuite été interrogés pour voir s'ils trouvaient une différence en apportant certains des changements suggérés et s'ils étaient satisfaits du nombre de participants qui ont assisté à leur stand. Les suggestions proposées se trouvent dans la section E à la page 14. 37 employeurs ont été interrogés dans le cadre des enquêtes de suivi des événements de la CEC après les événements « Votre avenir, votre choix » et « Vos parcours, votre choix ». Trois questions principales ont été posées.

- 1) Comment évalueriez-vous le nombre de participants reçus par votre stand (échelle de 1 à 5)
 - 2) Avez-vous essayé des stratégies pour attirer l'intérêt des participants à votre stand ?
 - 3) Si oui, qu'avez-vous mis en oeuvre et pensez-vous avoir constaté une différence grâce à cela ?
- Parmi les personnes interrogées, 6 employeurs (16 %) n'ont tenté aucune des stratégies visant à attirer les jeunes à leur stand. Parmi ces 6, aucun n'a évalué son engagement envers les participants au-dessus de 3.
 - Les employeurs qui tentaient des stratégies pour attirer les jeunes étaient plus satisfaits du nombre de participants reçus à leur stand. 64 % des employeurs qui ont tenté des stratégies ont attribué une note de 3 ou plus à leurs interactions avec les jeunes.
 - Les cadeaux, ou articles gratuits, tendaient à être le moyen le plus fréquent utilisé par les employeurs pour attirer les jeunes, 21 (57 %) des personnes interrogées utilisant cette stratégie.



Évaluation par les employeurs de l'engagement de participants à leur stand



Lorsqu'on leur a demandé comment ils avaient évalué le nombre de participants au stand, les employeurs ont été divisés presque directement au milieu avec une note moyenne de 3. Malgré cela, dans les commentaires, certains employeurs qui ont évalué la participation à 2 ou moins ont noté qu'ils avaient constaté une augmentation de la participation. Des jeunes en raison des stratégies mises en oeuvre et que la note inférieure était due à la fréquentation globale de l'événement. Ces employeurs auraient peut-être évalué la participation encore plus basse s'ils n'avaient pas mis en oeuvre ces stratégies pour entamer la conversation avec les participants.

Réfléchissez: avoir des stratégies pour attirer les jeunes à votre stand ne doit pas nécessairement être coûteux ou tape-à-l'oeil. Les conversations et les « arguments de vente » doivent rester essentiels, mais des stratégies pour entamer ces conversations doivent être développées pour une interaction réussie lors des salons de l'emploi. Certains exemples vus comprenaient une roue tournante avec des questions sur le participant afin que l'organisation puisse lier la réponse à ce qu'il fait, des cadeaux gratuits (le plus c'est unique, mieux c'est) ou des démonstrations pratiques d'outils/logiciels utilisés dans le travail.

Section E : Meilleures pratiques des employeurs

- 1)** Engagez-vous personnellement auprès des jeunes pour les aider à démontrer que leurs intérêts peuvent faire partie de votre organisation. Allez au-delà de la description de poste et expliquez comment vos emplois ont un sens pour eux et pour le monde qui les entoure.

- 2)** Lorsque vous réfléchissez aux articles sur lesquels vous apposerez le logo de votre organisation pour des cadeaux, pensez à vous-même : « est-ce quelque chose d'unique dont les gens se souviendront ? Ou s'agit-il simplement d'un autre objet de bureau qui sera mis de côté et oublié ? » Même si c'est petit et perdu au fil du temps, quelque chose d'unique rappellera aux jeunes « oh, c'est cette entreprise qui m'a donné ce Yo-Yo ».

- 3)** Assurez-vous que le personnel participant aux événements peut parler des politiques de l'entreprise telles que l'EDI et de l'environnement, au-delà du simple fait de savoir qu'elles sont en place dans l'organisation. Les jeunes ont besoin de « changer le monde » dans leur future carrière et veulent s'assurer que les organisations pour lesquelles ils travaillent sont alignées sur leurs valeurs, non seulement en tant qu'employés mais en tant qu'individus. Il ne sera pas rare que des jeunes discutent avec votre organisation de la manière dont vous pouvez les aider à atteindre cet objectif de changer le monde.

- 4)** Organisez des activités pratiques pour attirer les jeunes et les aider à entamer la conversation. Les jeunes qui participent à des événements ne savent souvent pas quoi demander aux employeurs ni par où entamer la conversation, surtout s'il s'agit d'un domaine qu'ils n'ont pas nécessairement pensé à poursuivre dans le passé. Avoir des activités pratiques peut aider à briser la glace et à développer des relations. Votre discussion avec les jeunes sur votre industrie peut commencer et aller au-delà du niveau de base. "C'est notre travail et c'est ce que nous faisons."

- 5)** Faites savoir que vous assistez à l'événement à l'avance. 43 % des jeunes interrogés ont déclaré qu'ils seraient plus susceptibles de participer à un salon de l'emploi s'ils en savaient davantage sur les entreprises présentes. Ainsi, en déclarant que vous serez présent et en communiquant des informations préalables sur votre organisation, davantage de jeunes peuvent venir à l'événement et bénéficier d'une reconnaissance de marque concernant votre entreprise, ce qui peut conduire à plus d'interactions et à plus d'intérêt pour l'événement.



Commission de planification de la main-d'oeuvre

de Waterloo Wellington Dufferin

**Pour vous impliquer dans de futurs projets ou si vous avez des questions sur
les données**

**Commission de planification de la main-d'œuvre de Waterloo Wellington
Dufferin**

**73, rue Water Nord, bureau 407
Cambridge (Ontario) N1R 7L6
info@workforceplanningboard.com**

www.workforceplanningboard.com