

COMMUNIQUE DE PRESSE

08 mars 2022

## ENERGY MAKERS LA MARQUE PLEINE D'ÉNERGIE DU SYNASAV DÉDIÉE À L'ATTRACTIVITÉ DES MÉTIERS DE LA MAINTENANCE.

Ce 09 mars, les professionnels de la maintenance du SYNASAV lancent leur opération de séduction auprès des jeunes et des moins jeunes pour les métiers de la maintenance au travers de leur nouvelle « marque plateforme » :  
« #ENERGYMAKERS by SYNASAV ».

# ENERGY MAKERS

## BY SYNASAV

[KIT PRESSE](#)



**Roland  
BOUQUET,**  
Président du  
SYNASAV

« Ce qui fait la force d'une entreprise, et plus largement celle d'une profession, c'est sa capacité à se renouveler et à se réinventer en permanence pour évoluer avec son temps. Elle doit savoir grandir avec son époque et favoriser en son sein l'épanouissement de toutes les générations.

Les professionnels de la maintenance du SYNASAV l'ont bien compris et c'est peut-être même là leur marque de fabrique : « rien n'est jamais définitivement acquis » et les événements qui se déroulent actuellement à l'Est de l'Europe sont malheureusement là pour nous le rappeler.

La problématique est simple pour la profession, comment faire se croiser l'envie d'idéal de nos jeunes générations, avec les besoins humains des entreprises de maintenance ? Notre défi, c'est d'imaginer les solutions qui nous permettront de répondre à cette problématique à plus ou moins long terme.

Il faut être réaliste, la pénurie des vocations que nous subissons actuellement est forte et touche toutes les professions.

Nous estimons qu'il va nous falloir cette année plus de 2 500 techniciens de maintenance supplémentaires et que ce besoin va progresser de 500 techniciens par an. Quand on sait qu'il faut environ une personne ressource pour 4 techniciens, on imagine aisément l'imposant défi RH qui s'impose à notre profession et aux professionnels que nous représentons.

Nous travaillons ardemment sur cette problématique à tous les niveaux avec les pouvoirs publics, l'Éducation nationale, Pôle emploi, les structures d'intérim, etc.

Nous contribuons à la réforme des parcours de formation qui nous concerne, c'est le cas par exemple avec la réforme du bac pro TMSEC en MEE pour le rendre plus opérationnel et les travaux en cours sur le développement d'un BTS dédié à la maintenance des systèmes individuels.

Nous sommes fortement impliqués localement en région pour soutenir et alimenter les centres de formations, les lycées professionnels en candidats, mais aussi leur fournir matériels et équipements de dernière génération avec l'aide précieuse de nos amis du Club des partenaires SYNASAV.

Maintenant, ce n'est pas le tout d'avoir des classes et des formations adaptées aux spécificités des métiers de la maintenance. Il nous faut des candidats, volontaires et les accompagner pour faire d'une idée, d'une ambition, d'un rêve d'idéal, une réalité accomplie dans l'entreprise.

Le cœur du réacteur de cette entreprise, c'est le cœur des hommes. Ce n'est pas de la poésie, c'est la réalité. Vous avez beau avoir les meilleurs outils, l'informatique la plus performante du moment, les équipements de toute dernière génération, si vous n'avez pas des bras et des têtes bien faites, fédérés autour de votre projet d'entreprise, vous n'avez rien fait, n'en n'espérez donc pas des résultats en retour.

Très concrètement, nous savons que l'équation gagnante pour nos entreprises c'est de recruter les bonnes compétences au bon moment et au bon endroit. J'insiste sur ce dernier point. Former des techniciens en maintenance de chaudière ou de PAC qui habitent dans le sud, alors que vos besoins sont sur les Hauts-de-France, n'oubliez pas qu'ils vont quitter parents et amis pour venir créer de la valeur ajoutée dans votre entreprise. Il faut créer les vocations là où se situent les besoins.

Cette crise des vocations n'est pas liée à un désintérêt des jeunes pour nos métiers. Nous souffrons d'une invisibilité abyssale de la filière dans l'espace vécu des jeunes. Nous ne sommes pas face à un problème de déficit d'image du technicien de maintenance, le problème c'est qu'il n'y a pas d'image du tout.

Je ne crois pas à la fatalité. À chacun de prendre sa part de responsabilité. Alors oui nous nous impliquons et nous continuons à nous impliquer au sein de tous les organismes et auprès de toutes les structures pouvant contribuer au recrutement et à la formation des techniciens de maintenance. Mais pour aller plus loin nous avons décidé de développer un nouvel outil de sensibilisation et d'accompagnement des jeunes et des moins jeunes vers nos métiers au travers d'une marque et d'une plateforme interactive dédiée et utilisant leurs codes : « #ENERGYMAKERS by SYNASAV ».



**Cyril RADICI,**  
Directeur  
Général du  
SYNASAV

## C'EST QUOI « #ENERGYMAKERS BY SYNASAV » ?

**« Avant d'être une marque, c'est surtout un concept et un concept qui se veut évolutif et interactif ! Je m'explique.**

Pour aller à la rencontre des jeunes générations, il faut aller là où elles se trouvent. Nous n'avons pas attendu aujourd'hui pour présenter les valeurs de nos métiers de la maintenance.

Cela fait une décennie que les professionnels du SYNASAV vont en région à la rencontre des élèves et des enseignants dans les lycées lors des portes ouvertes des établissements scolaires. Et cela porte ses fruits. Mais nous voulons aller plus loin. Beaucoup plus loin ! Comment ? En captant leur intérêt là où ils échangent, inter-échantent, s'informent, se questionnent : les réseaux sociaux.

Pour être efficace, nous avons décidé de créer un univers autour de ce que j'appelle une « marque plateforme » : « #ENERGYMAKERS by SYNASAV ». Cette plateforme qui vient d'être finalisée héberge toutes les informations relatives au métier de technicien de maintenance, des témoignages, les cursus et surtout une géolocalisation des centres de formation. À terme, une fois diplômé, le jeune pourra revenir y déposer gratuitement son CV.

Nous allons promouvoir cette plateforme via les réseaux sociaux par des campagnes récurrentes de diffusion de vidéos très courtes et très tendances (design, musique, verbatim...).

Ces vidéos diffusées régulièrement sur les réseaux sociaux doivent susciter l'intérêt des jeunes par un biais que je trouve à mon sens très pertinent et que les jeunes surnomment : « le Skill ». Dans leur langage c'est un talent, une aptitude, une qualité. Le message fort de ces campagnes sera : « Fais de ton Skill un job ! ». Un lien cliquable leur permettra d'accéder gratuitement à la plateforme.

Ces campagnes répétitives sont prévues pour s'étaler sur 3 ans à des moments précis dans l'année où les jeunes et leurs parents entrent en réflexion quant à leur orientation. Ces campagnes seront ciblées sur des profils identifiés comme pouvant posséder « le savoir-être » indispensable à un technicien de maintenance (ouverture aux autres, intérêt pour la technique, préoccupations environnementales etc.).

Pour les moins jeunes, une campagne spécifique « Reconversion » trouvera son pendant dans la campagne via des réseaux sociaux plus familiaux comme Facebook où la communication vers des groupes affinitaires permettra de susciter les vocations.

Nous savons que nous nous sommes engagés dans une action de longue haleine et dont il ne faut pas attendre les premiers résultats sur le terrain avant une à deux années en ce qui concerne les effectifs des classes et deux à trois ans en ce qui concerne l'arrivée sur le marché de l'emploi de nouvelles techniciennes et de nouveaux techniciens. »



[KIT PRESSE](#)

**Contact SYNASAV**

Amélie BRUNEL Responsable Communication - [a.brunel@synasav.fr](mailto:a.brunel@synasav.fr) - 06 73 66 45 74