

COMMUNIQUE DE PRESSE

Paris, le 13 avril 2026

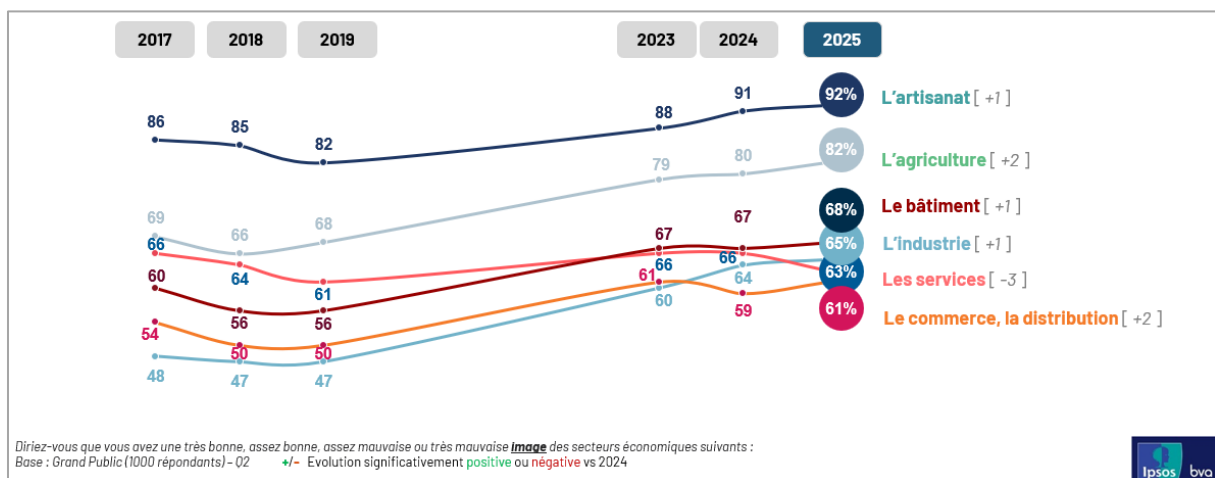
Sans reconquête de l'opinion pour attirer nos talents, pas de réindustrialisation

OPCO 2i, l'opérateur de compétences interindustriel, a dévoilé les **résultats de son enquête annuelle menée par l'institut de sondage Ipsos BVA sur la perception du secteur industriel**, ainsi que **l'impact auprès du grand public de la campagne « Viens, on accélère avec l'industrie ! »**.

Une attente forte envers l'industrie

Dans un contexte économique particulièrement morose, **l'industrie fait face à des paradoxes** :

- 57% jugent que le secteur de l'industrie est plutôt en déclin (+10 points par rapport à 2024)
- Pourtant, 85 % des Français soutiennent la réindustrialisation
- Et **l'image globale de l'industrie progresse**, avec **65 % d'opinions positives (soit la plus forte progression depuis 2019 tous secteurs confondus)**, dépassant même désormais en termes d'opinions favorables les secteurs des services, du commerce et de la distribution.



Comparée aux autres, l'industrie est jugée comme **le secteur qui contribue le plus à l'économie française, qui est le plus innovant, et qui offre les salaires les plus compétitifs**. Il a cependant encore besoin de montrer les efforts qu'il fournit en matière de respect de l'environnement, critère sur lequel il est jugé le plus faible.

En résumé, **les Français veulent croire en l'industrie, mais attendent d'être convaincus**.

C'est dans ce cadre qu'a été mesuré l'impact de la nouvelle campagne de communication « *Viens, on accélère avec l'industrie !* » lancée fin octobre dernier par les 29 branches industrielles sous la marque ombrelle Avec l'Industrie®.

Le constat est sans appel : **une communication bien pensée peut réellement faire évoluer les mentalités**.

Une campagne qui fait concrètement bouger les lignes

La campagne « *Viens, on accélère avec l'Industrie !* » a su avoir un réel impact auprès de la population, mesuré de manière tangible par l'institut de sondage Ipsos et la plateforme de sondage Toluna :

- **79 % des Français ont une perception positive de la campagne, jusqu'à 87% chez le public jeune des 15-24 ans**, quand les normes habituelles d'agrément sont de 71%.

Mais son vrai succès est plus profond. **Elle redessine l'image du secteur**.

Pour les personnes ayant vu la campagne (que ce soit le film publicitaire, l'affichage urbain ou le contenu digital) :

- L'industrie apparaît **plus innovante, dynamique et tournée vers l'avenir**,
- Les **conditions de travail et les niveaux de salaire** sont **mieux perçus**,
- Les personnes exposées **recommandent plus volontiers d'y travailler**,
- 77 % affirment que la campagne leur donne envie d'en apprendre davantage
- Le site aveclindustrie.fr a d'ailleurs vu son trafic bondir de 85 % en un an, signe d'un réel intérêt

Un enjeu stratégique pour attirer les talents

Dans un contexte de **tensions sur les recrutements dans l'industrie**, cette étude met en lumière une réalité essentielle : **sans amélioration de l'image, difficile d'attirer de nouveaux profils**.

La campagne permet donc d'**agir directement sur les freins identifiés** : le manque d'information, les idées reçues sur les métiers et une vision, souvent négative, des conditions de travail et de rémunération. Elle contribue ainsi à **rapprocher la perception du grand public de la réalité du terrain**.

Les enseignements de cette étude adressent un signal clair aux pouvoirs publics : **la reconquête industrielle passe aussi par une reconquête culturelle.**

- La bataille industrielle se joue désormais autant dans les usines que dans les esprits
- La communication s'impose comme un levier stratégique d'intérêt général
- La valorisation des métiers est une condition indispensable pour accélérer le changement de regard sur l'industrie et **répondre aux besoins massifs en compétences qui conditionnent l'avenir industriel du pays.**

« Dans un contexte où le pessimisme n'a jamais été aussi fort, l'industrie doit redevenir une perspective crédible et attractive. Les Français y sont favorables, mais attendent des preuves concrètes. Cette campagne montre que lorsque l'on parle vrai, lorsque l'on montre la réalité du secteur, on change les regards, on peut faire évoluer les mentalités. C'est un enjeu stratégique pour notre souveraineté industrielle. » souligne **Edwin LIARD, Président d'OPCO 2i.**

Pascal LE GUYADER, Vice-président d'OPCO 2i, explique que *« les résultats sont très clairs : la communication n'est pas un sujet accessoire, c'est un levier structurant. Là où la campagne est visible, l'image de l'industrie progresse, l'envie augmente et l'adhésion aussi. Face à la pénurie de compétences, investir dans l'attractivité est une nécessité économique. Car sans compétences, pas d'industrie en France. Il y va de notre indépendance dans de nombreux domaines stratégiques de l'industrie. »*

A PROPOS

OPCO 2i, l'opérateur de compétences interindustriel, répond aux enjeux de compétences, de développement de l'alternance, d'anticipation des évolutions en matière d'emploi et de qualifications. Dans tous les territoires, il accompagne les entreprises, en déclinaison des politiques des branches interindustrielles pour : porter les projets de formation et de recrutement, faciliter l'accès des salariés notamment des TPME à la formation professionnelle, financer et développer l'apprentissage. Il s'engage auprès des branches et entreprises industrielles pour leur permettre de faire face à la transformation des métiers et aux nouveaux défis (environnement, digitalisation...). **La marque interindustrielle Avec l'Industrie® est une initiative des 29 branches professionnelles membres d'OPCO 2i pour la promotion des métiers industriels.**

CONTACTS PRESSE

Alix Bougeret – Ideéal Conseil 06 63 61 16 19 alix.bougeret@ideealconseil.com
Contact presse OPCO 2i : contact_presse@opco2i.fr