



## Enquête visites d'entreprises

Sabrina Labbé, Michel Lac, Lucile Courtois, Sara Fougères

### ► To cite this version:

Sabrina Labbé, Michel Lac, Lucile Courtois, Sara Fougères. Enquête visites d'entreprises. [Rapport de recherche] Université Toulouse - Jean Jaurès. 2012. halshs-02563649

**HAL Id: halshs-02563649**

**<https://shs.hal.science/halshs-02563649v1>**

Submitted on 5 May 2020

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

# ENQUETE VISITES D'ENTREPRISES

*Semaine des métiers et de l'économie locale  
Territoire Ouest Aveyron*

Etude réalisée par Sabrina Labbé et Michel Lac  
Maîtres de Conférences en Sciences de l'Education  
Lucile Courtois et Sara Fougères, Doctorantes  
UMR EFTS – Université de Toulouse 2 – Le Mirail  
Automne 2012



# ENQUETE VISITES D'ENTREPRISES

*Semaine des métiers et de l'économie locale Territoire Ouest Aveyron*

*Nous présentons ici les résultats d'une enquête réalisée dans le cadre d'une action lors d'un évènement appelé la semaine des métiers et de l'économie locale, menée par la GTEC (Gestion Territoriale des Emplois et des Compétences) Ouest Aveyron.*

*Lors de cet évènement, les participants étaient invités à visiter certaines entreprises du territoire. Au total 73 personnes ont accepté de répondre au questionnaire qui leur a été distribué dans les 9 entreprises suivantes : Bourgeois métal, CMA, Cryostar, MTL, RCI, RLD, STS, les Thermes de Cransac et Umicore. Trois moments distincts constituaient les phases du questionnaire : un moment avant la visite, un autre pendant, et un juste après.*

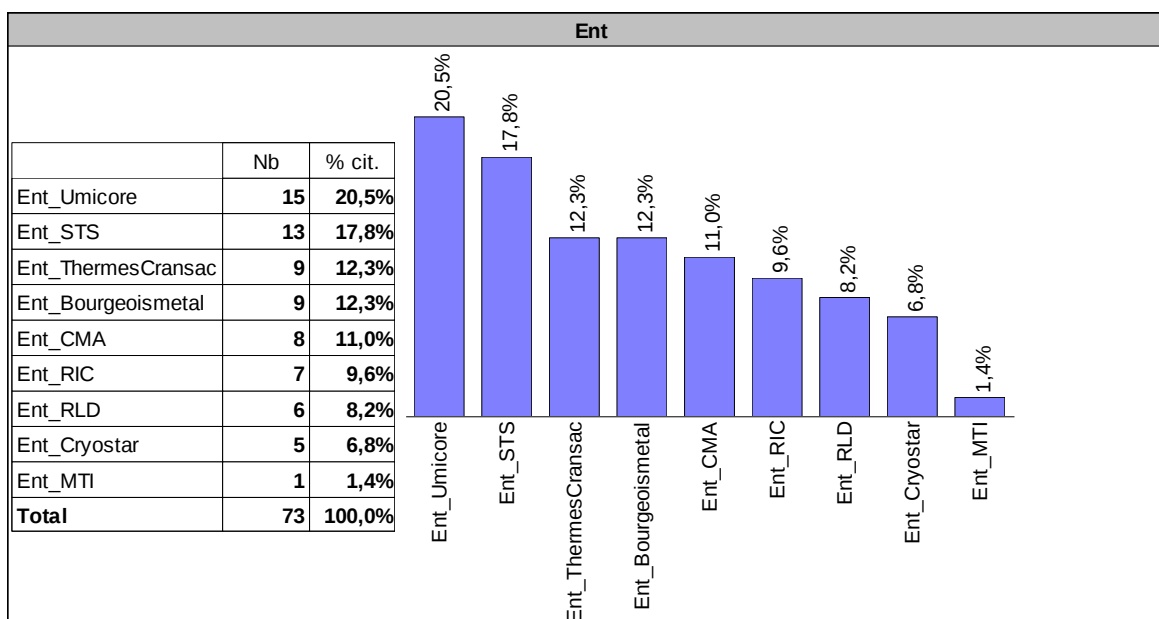
*Les résultats présentés ici ont pour objectif de rendre compte des attentes, des attitudes et des satisfactions des participants à ce type de démarche.*

*Nous remercions à la fois les entreprises et les visiteurs de leur participation à cette enquête.*

## Sommaire

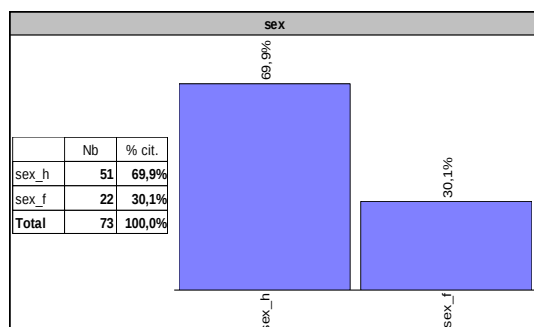
|   |                                                                  |    |
|---|------------------------------------------------------------------|----|
| 1 | ELEMENTS DESCRIPTIFS DE L'ENQUETE .....                          | 3  |
| 2 | POURQUOI LES PERSONNES VISITENT-ELLES LES ENTREPRISES? .....     | 5  |
| 3 | LES PERSONNES SOUHAITENT-ELLES TRAVAILLER DANS L'ENTREPRISE ? .. | 15 |
| 4 | SENTIMENTS SUR LE DISPOSITIF .....                               | 18 |
| 5 | CROISEMENTS PAR ENTREPRISES.....                                 | 22 |
| 6 | TABLE DES MATIERES .....                                         | 30 |
| 7 | ANNEXES .....                                                    | 31 |

# 1 ELEMENTS DESCRIPTIFS DE L'ENQUETE



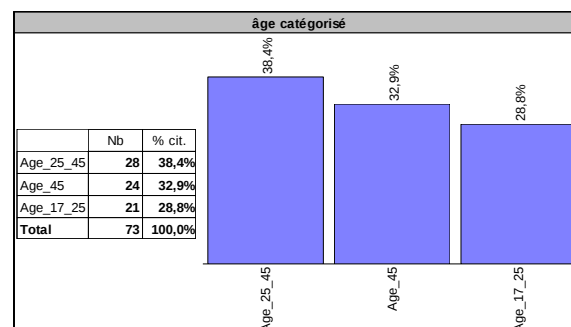
**Figure 1 : ENTREPRISES VISITEES PAR LES PARTICIPANTS.**

Les deux premières entreprises les plus visitées sont Umicore (15 participants sur 73) et STS (13 participants). Entre 9 et 5 participants ont visité les entreprises suivantes : Thermes Cransac, Bourgeois Métal, CMA, RCI, RLD et Cryostar. Enfin, 1 participant a visité MTI.



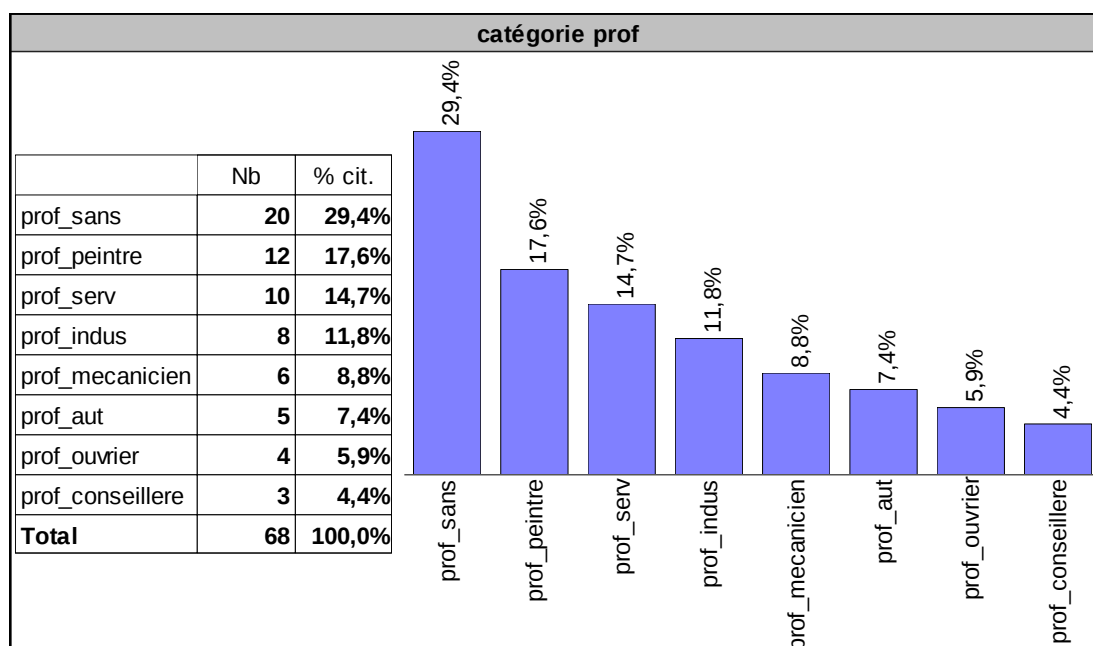
**Figure 2 : SEXE DES PARTICIPANTS**

Les personnes ayant répondu à l'enquête sont majoritairement des hommes : 69,9%. Les femmes sont présentes dans l'échantillon à hauteur de 30,1%.



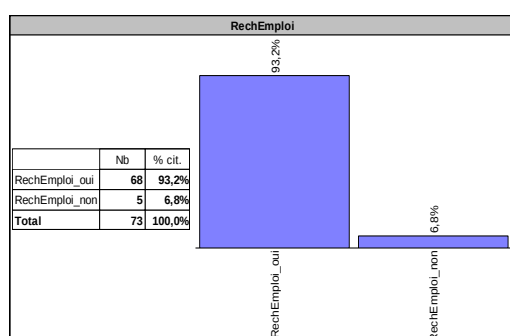
**Figure 3 : AGE DES PARTICIPANTS**

Concernant l'âge des participants, il apparaît que les 25-45 ans sont les plus nombreux : 38,4%. Les personnes de plus de 45 ans sont également en présentes : 32,9%. La tranche d'âge des 17-25 ans est la moins représentative : 28,8%.



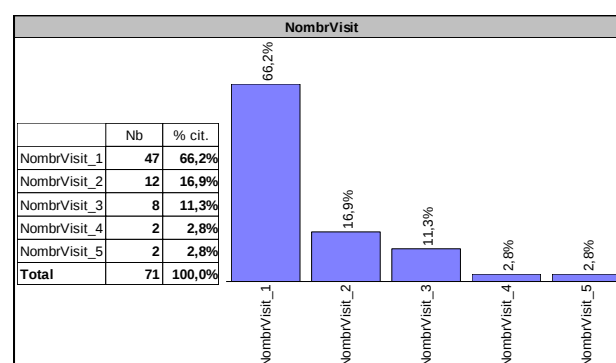
**Figure 4 : CATEGORIE PROFESSIONNELLE DES PARTICIPANTS**

Si l'on s'intéresse à la catégorie professionnelle des participants, la majorité déclare ne pas avoir de profession : 29,4%, c'est à dire 20 personnes sur 68. Ensuite, les catégories professionnelles les plus représentées sont les peintres : 17,6% (soit 12 personnes) et les métiers de service : 14,7% (soit 10 personnes). La catégorie la moins représentée est celle de conseillère à l'emploi : 4,4 % (soit 3 personnes).



**Figure 5 : POURCENTAGE DE PARTICIPANTS A LA RECHERCHE D'EMPLOI**

Ce graphique nous permet de constater que la grande majorité des participants est actuellement à la recherche d'un emploi : 93,2% (soit 68 répondants sur 73).



**Figure 6 : NOMBRE DE VISITES D'ENTREPRISE EFFECTUE PAR LES PARTICIPANTS**

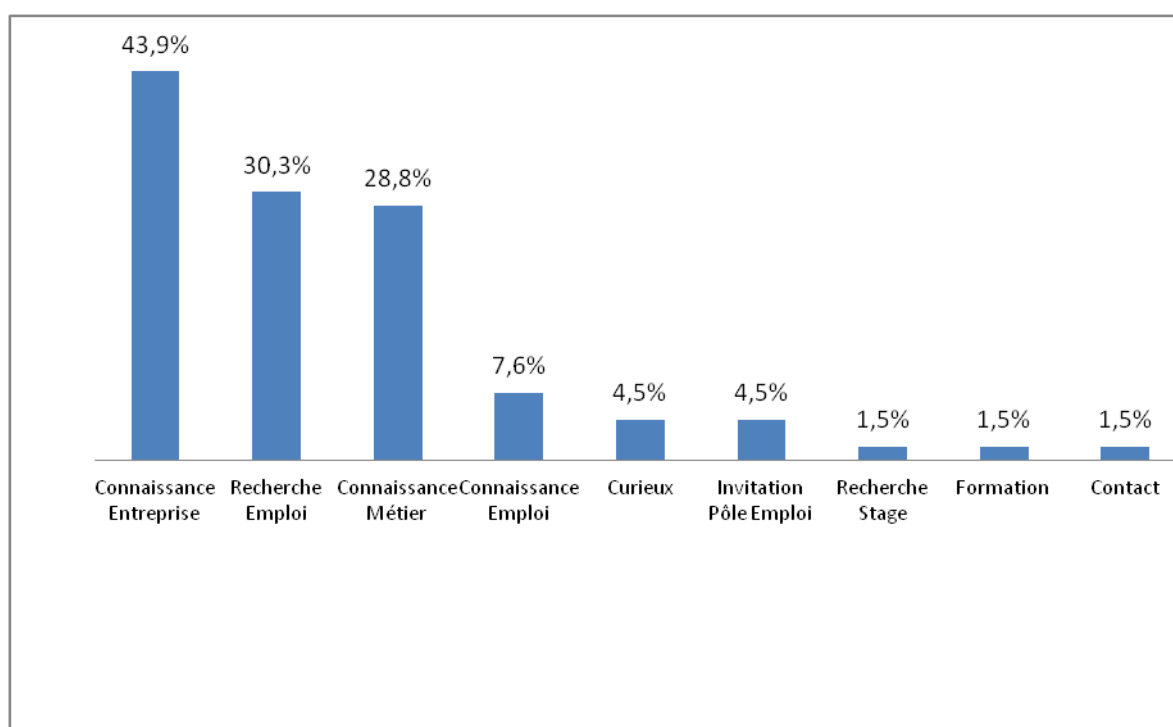
Pour plus de la moitié des personnes (66,2%) ayant participé à l'enquête, il s'agit de leur première visite d'entreprise. 16,9% d'entre-elles ont déjà effectué une visite et 11,3%, deux visites. Seuls 2,8% des personnes interrogées ont visité plus de deux entreprises différentes.

## 2 POURQUOI LES PERSONNES VISITENT-ELLES LES ENTREPRISES?

### 2.1 AVANT LA VISITE

|                         | % Obs | Nb |
|-------------------------|-------|----|
| Connaissance Entreprise | 43,9% | 29 |
| Recherche Emploi        | 30,3% | 20 |
| Connaissance Métier     | 28,8% | 19 |
| Connaissance Emploi     | 7,6%  | 5  |
| Curieux                 | 4,5%  | 3  |
| Invitation Pôle Emploi  | 4,5%  | 3  |
| Recherche Stage         | 1,5%  | 1  |
| Formation               | 1,5%  | 1  |
| Contact                 | 1,5%  | 1  |

*Légende : Les pourcentages sont calculés sur la base du nombre de répondants, ici 66. On note un plus grand nombre de réponses par rapport au nombre de répondants car les participants sont invités à donner plusieurs réponses.*



**Figure 7 : LES RAISONS DE LA VISITE**

Quand les personnes viennent visiter l'entreprise c'est pour 3 principales raisons. Tout d'abord, selon 43,9% d'entre-elles (soit 29 personnes sur 66 ayant répondu à la question), c'est pour la connaître. En d'autres termes, c'est « *mieux connaître l'entreprise* » pour certains ou alors la « *découvrir* » pour d'autres, mais c'est aussi pour se renseigner sur le « *contexte et l'environnement* » dans lesquels l'entreprise évolue ainsi que son « *rôle* » : les personnes viennent donc s'informer de manière générale sur l'entreprise.

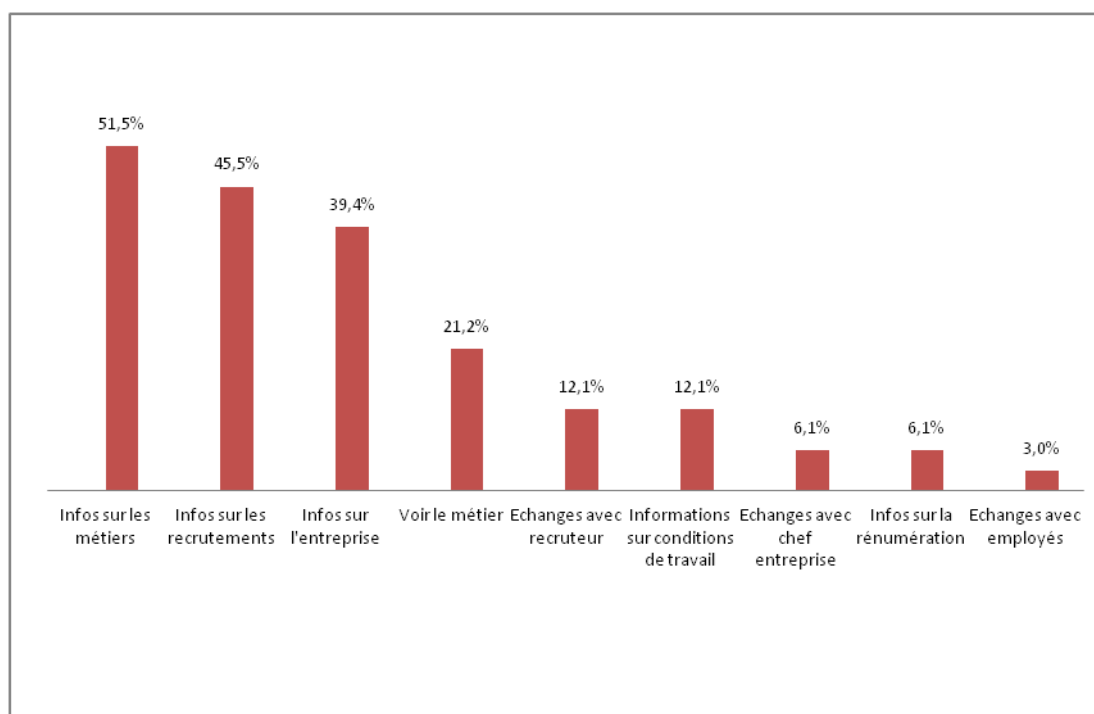
Ensuite, si elles effectuent une visite, c'est qu'elles recherchent un emploi pour 30,3% (soit 20 personnes), elles désirent, pour la majorité, savoir s'il y a des possibilités de recrutement ou si leur profil peut correspondre à un poste. Enfin, selon 28,8 % (soit 19 personnes), visiter l'entreprise est une façon de « connaître, voir, découvrir », le ou les métiers exercés en son sein. Les raisons données par les autres participants atteignent un taux inférieur à 10%, c'est-à-dire que 5, ou moins de 5 personnes, ont évoqué :

- soit le fait d'être invitées par Pôle Emploi ;
- soit être curieux de participer à ce type de démarche (3 personnes) ;
- certaines se renseignent dans l'objectif d'éventuelles formations (1 personne) ;
- ou de stages (1 personne) ;
- ou alors ont envie de discuter avec d'autres employés (1 personne).

### 2.1.1 QUELLES ETAIENT LES ATTENTES PRINCIPALES DES VISITEURS ?

|                                        | % Obs | Nb |
|----------------------------------------|-------|----|
| Infos sur les métiers                  | 51,5% | 17 |
| Infos sur les recrutements             | 45,5% | 15 |
| Infos sur l'entreprise                 | 39,4% | 13 |
| Voir le métier                         | 21,2% | 7  |
| Echanges avec recruteur                | 12,1% | 4  |
| Informations sur conditions de travail | 12,1% | 4  |
| Echanges avec chef entreprise          | 6,1%  | 2  |
| Infos sur la rémunération              | 6,1%  | 2  |
| Echanges avec employés                 | 3,0%  | 1  |

*Légende : Les pourcentages sont calculés sur la base du nombre de répondants, ici 33. On note un plus grand nombre de réponses par rapport au nombre de répondants car les participants sont invités à donner plusieurs réponses.*

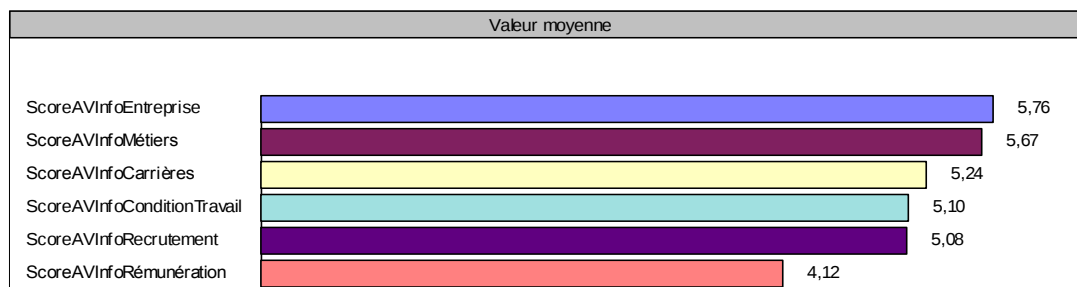


**Figure 8 : LES ATTENTES PRINCIPALES DES VISITEURS**

33 personnes ont répondu à la question concernant les attentes quant à la visite. 3 réponses se dégagent principalement : les attentes se regroupent autour des informations concernant le ou les métiers exercés au sein de l'entreprise (51,5% soit 17 réponses), le recrutement (45,5% soit 15 réponses) et l'entreprise (39,4%, soit 13 réponses).

Voir concrètement le métier est une réponse donnée à hauteur de 21,2% (soit 7 réponses). Ensuite, les échanges avec le recruteur et les informations sur les conditions de travail sont des attentes plus faibles (12,1% pour chaque item soit 4 réponses). Enfin, la rémunération et les échanges avec le chef d'entreprise ou les employés obtiennent moins de 10% soit entre 1 ou 2 réponses seulement.

### 2.1.2 QUELLES ETAIENT LES ATTENTES EN TERMES D'INFORMATIONS ?



**Figure 9 : VALEURS MOYENNES DES ATTENTES EN TERMES D'INFORMATION**

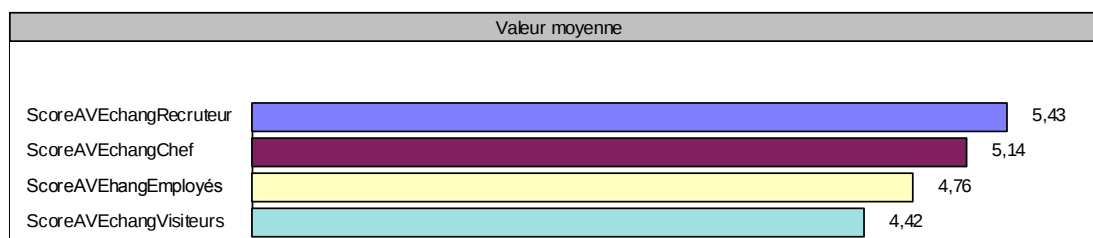
|                             | Valeur moyenne |
|-----------------------------|----------------|
| ScoreAVInfoEntreprise       | 5,76           |
| ScoreAVInfoMétiers          | 5,67           |
| ScoreAVInfoCarrières        | 5,24           |
| ScoreAVInfoConditionTravail | 5,10           |
| ScoreAVInfoRecrutement      | 5,08           |
| ScoreAVInfoRémunération     | 4,12           |
| <b>Ensemble</b>             | <b>5,17</b>    |

**Figure 10 : VALEURS MOEYNNES DES ATTENTES EN TERMES D'INFORMATION**

*Légende : On demandait aux participants de positionner leurs réponses sur une échelle allant de 1 à 6 de la manière suivante : Je n'attends pas du tout ça • □ • □ • □ • □ • □ • C'est ce que j'attends avant tout*

Lorsqu'ils vont visiter une entreprise, les participants s'attendent principalement à obtenir des informations (valeur moyenne de 5,17). Les informations concernant l'entreprise mais aussi les métiers sont celles qui sont le plus attendues. Les informations sur les carrières, les conditions de travail et le recrutement sont également attendues mais dans une moindre mesure (valeur moyenne entre 5,24 et 5,08). Les informations quant à la rémunération se distinguent : elles semblent moins attendues par les participants (valeur moyenne : 4,12) à ce moment de l'enquête (avant la visite).

### 2.1.3 QUELLES ETAIENT LES ATTENTES EN TERMES D'ECHANGES ?



**Figure 11 : VALEURS MOYENNES DES ATTENTES EN TERMES D'ECHANGE**

|                        | Valeur moyenne |
|------------------------|----------------|
| ScoreAVEchangRecruteur | 5,43           |
| ScoreAVEchangChef      | 5,14           |
| ScoreAVEchangEmployés  | 4,76           |
| ScoreAVEchangVisiteurs | 4,42           |
| <b>Ensemble</b>        | <b>4,94</b>    |

**Figure 12 : VALEURS MOYENNES DES ATTENTES EN TERMES D'ECHANGES**

*Légende : On demandait aux participants de positionner leurs réponses sur une échelle allant de 1 à 6 de la manière suivante : Je n'attends pas du tout ça • □ • □ • □ • □ • □ • C'est ce que j'attends avant tout*

Lorsqu'ils vont visiter l'entreprise, les participants s'attendent à avoir des échanges (valeur moyenne de 4,94 sur 6). Néanmoins le score total moyen est inférieur aux informations qui semblent plus attendues. Les échanges principalement attendus sont en direction du recruteur (valeur moyenne 5,43) puis du chef d'entreprise (valeur moyenne 5,14). Les échanges avec les employés et les visiteurs, s'ils semblent à la vue des chiffres, moins attendus, obtiennent néanmoins une valeur moyenne de 4,76 et 4,42, et correspondent donc tout autant à leur attentes.

## 2.2 APRES LA VISITE

### 2.2.1 QUELLES ATTENTES ONT ETE SATISFAITES EN TERMES D'INFORMATIONS ?

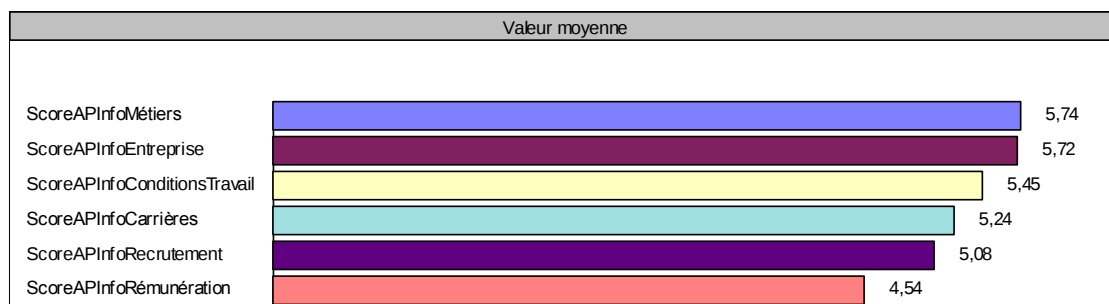


Figure 13 : VALEURS MOYENNES DES ATTENTES EN TERMES D'INFORMATION

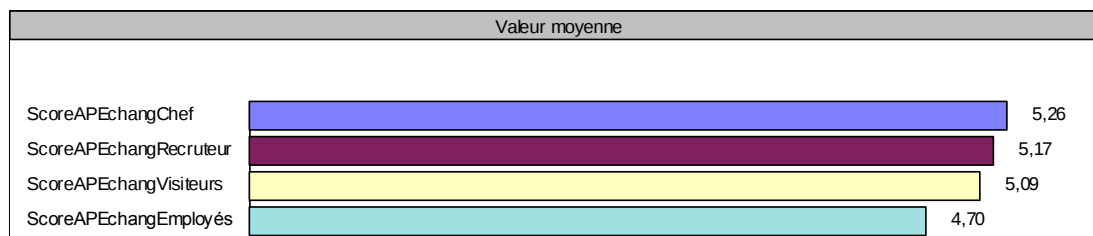
|                              | Valeur moyenne |
|------------------------------|----------------|
| ScoreAPInfoMétiers           | 5,74           |
| ScoreAPInfoEntreprise        | 5,72           |
| ScoreAPInfoConditionsTravail | 5,45           |
| ScoreAPInfoCarrières         | 5,24           |
| ScoreAPInfoRecrutement       | 5,08           |
| ScoreAPInfoRémunération      | 4,54           |
| <b>Ensemble</b>              | <b>5,33</b>    |

Figure 14 : VALEURS MOYENNES DES ATTENTES EN TERMES D'INFORMATION

Légende : On demandait aux participants de positionner leurs réponses sur une échelle allant de 1 à 6 de la manière suivante : Je n'attends pas du tout ça • □ • □ • □ • □ • □ • C'est ce que j'attends avant tout

Lorsqu'ils ont visité l'entreprise, les participants sont satisfaits quant à leurs attentes concernant les informations (valeur moyenne de 5,33 sur un score de 6). Les informations concernant l'entreprise et les métiers sont celles qui sont le plus satisfaites (5,72 et 5,74). Les informations sur les conditions de travail, les carrières et le recrutement obtiennent des valeurs respectives de 5,54, 5,2, et 5,08. Les valeurs moyennes quant aux informations concernant la rémunération obtiennent une valeur moyenne inférieure : 4,5, et correspondent donc aussi à des attentes même si elles sont moins exprimées.

### 2.2.2 QUELLES ATTENTES ONT ETE SATISFAITES EN TERMES D'ECHANGES ?



**Figure 15 : VALEURS MOYENNES DES ATTENTES EN TERMES D'ECHANGES APRES LA VISITE**

|                        | Valeur moyenne |
|------------------------|----------------|
| ScoreAPEchangChef      | 5,26           |
| ScoreAPEchangRecruteur | 5,17           |
| ScoreAPEchangVisiteurs | 5,09           |
| ScoreAPEchangEmployés  | 4,70           |
| <b>Ensemble</b>        | <b>5,06</b>    |

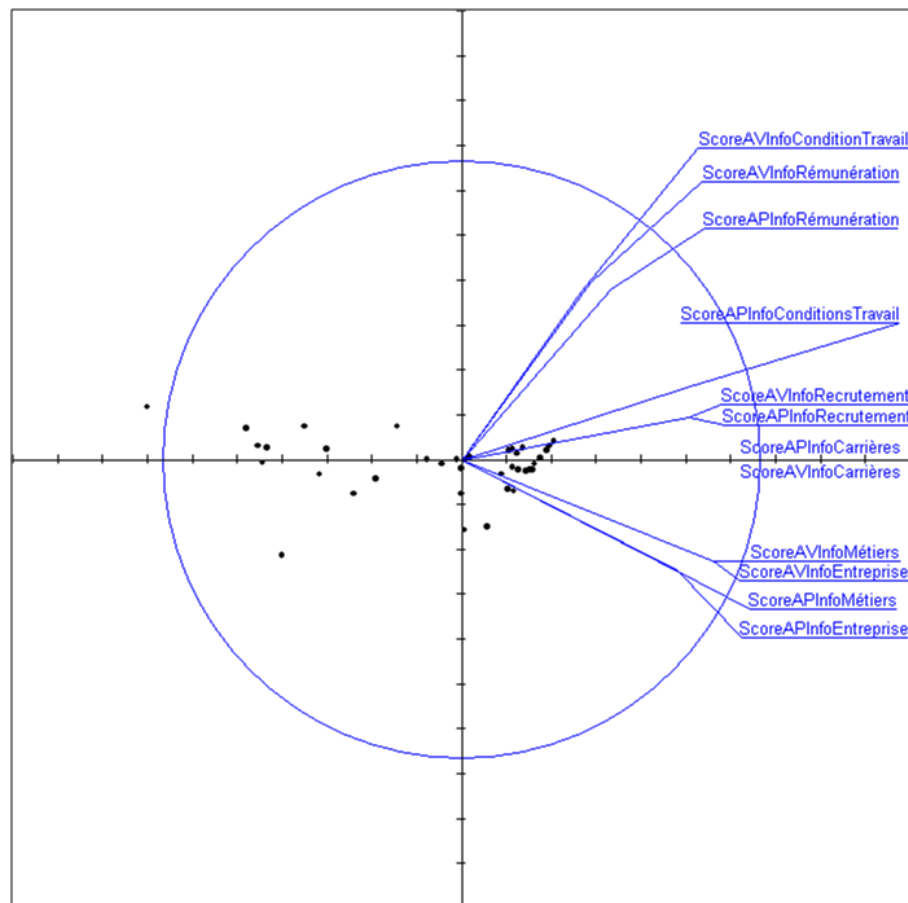
**Figure 16 : VALEURS MOYENNES DES ATTENTES EN TERMES D'ECHANGES APRES LA VISITE**

*Légende : On demandait aux participants de positionner leurs réponses sur une échelle allant de 1 à 6 de la manière suivante : Je n'attends pas du tout ça • □ • □ • □ • □ • □ • C'est ce que j'attends avant tout*

Lorsqu'ils ont visité l'entreprise, les participants voient leurs attentes satisfaites en termes d'échanges (valeur moyenne de 5,06). Les échanges avec le chef d'entreprise, les recruteurs et les visiteurs obtiennent une valeur moyenne respective de 5,26, 5,17 et 5,09. Les échanges avec les employés obtiennent un score inférieur de 4,70. Ce score inférieur peut questionner, les visiteurs n'ont peut-être pas eu l'occasion de tels échanges lors des visites.

## 2.3 SYNTHÈSE SUR LES SCORES DES ATTENTES

### 2.3.1 ATTENTES RELATIVES AUX INFORMATIONS



**Figure 17 : ANALYSE EN COMPOSANTES PRINCIPALES DES SCORES RELATIFS AUX INFORMATIONS AVANT ET APRÈS LA VISITE.**

*Légende : Axe 1 (horizontal) : 54,32% / Axe 2 : 14,01% La carte montre les positions des 11 critères et les coordonnées des 49 observations. 24 observations ne sont pas prises en compte (non réponses à au moins un des critères). 68,33% de la variance est expliquée par les deux axes représentés. Chaque observation est représentée par un point.*

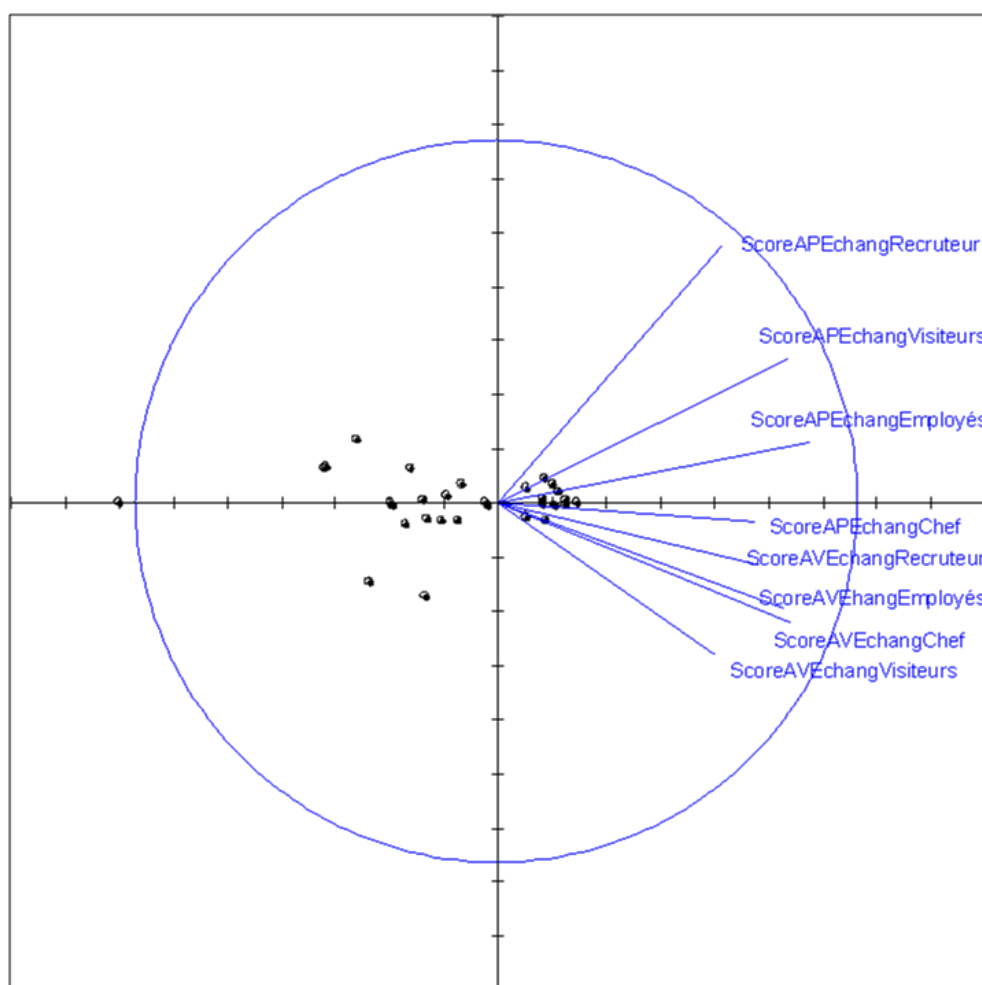
Des ensembles de thématiques semblent se dessiner ici. Les attentes les plus corrélées se répartissent en 3 domaines :

- d'une part les informations concernant à la fois les conditions de travail et la rémunération ; (notons que les informations sur les conditions de travail n'ont plus la même importance après la visite) ;
- d'autre part les informations sur l'entreprise en elle-même et les métiers que l'on y exerce (sans distinction avant et après la visite) ;
- enfin une autre thématique concerne les recrutements et les évolutions de carrière potentiels au sein de l'entreprise.

Cette analyse en composantes principales, nous montre dans un premier temps ces différents domaines et dans un second temps le fait que les thématiques liées à la rémunération et aux conditions de travail sont les moins corrélées aux thématiques liées aux informations sur les métiers ou l'entreprise. Pour le dire autrement, une personne intéressée par la première thématique a de fortes chances de l'être moins pour la seconde.

Ces thématiques laissent entrevoir des profils d'attentes qui pourraient constituer les axes sur lesquelles articuler les futures visites.

### 2.3.2 ATTENTES RELATIFS AUX ECHANGES



**Figure 18 : ANALYSE EN COMPOSANTES PRINCIPALES DES SCORES RELATIFS AUX ECHANGES AVANT ET APRES LA VISITE.**

*Légende : Axe 1 (horizontal) : 55,83% / Axe 2 : 13,90% La carte montre les positions des 8 critères et les coordonnées des 45 observations. 28 observations ne sont pas prises en compte (non réponses à au moins un des critères). 69,73% de la variance est expliquée par les deux axes représentés. Chaque observation est représentée par un point.*

Les échanges constituent des attentes importantes même si, avant la visite, elles sont moins exprimées, voire moins conscientisées.

Au total, la valeur moyenne est plus importante après la visite concernant les attentes en termes d'échanges (5,06 contre 4,94).

Si l'on regarde les scores relatifs (paragraphes précédents), on note une inversion en terme d'attentes entre les échanges avec les recruteurs et les chefs d'entreprises : les échanges avec le chef d'entreprise obtiennent une valeur moyenne supérieur après la visite (5,26 contre 5,14) alors que la valeur moyenne concernant les échanges avec le recruteur diminuent (5,17 contre 5,43).

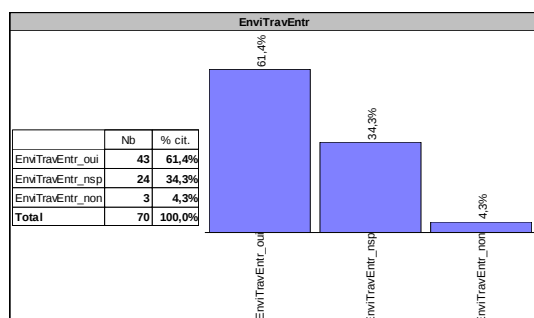
Les chefs d'entreprises ont donc tout intérêt à réaliser eux-mêmes les visites et à prévoir un espace de débat avec les visiteurs afin qu'un lien puisse se tisser.

Le même effet se reproduit avec les valeurs concernant les échanges entre les employés et les visiteurs : les attentes en termes d'échanges concernant les visiteurs sont plus importantes une fois la visite effectuée : 5,09 contre 4,42. Il semblerait donc que le partage de réactions et d'impressions des visiteurs entre eux puisse être un facteur positif pour les visites d'entreprises. Là aussi, il faut veiller à l'interprétation de ces données car, si les visiteurs n'ont pas eu l'occasion d'échanger avec les employés, il est possible qu'ils aient plus exprimé leur satisfaction à pouvoir échanger avec les autres visiteurs, et ce, peut-être par défaut.

L'analyse en composante principales (ci-dessus) nous montre que ce sont les échanges avec le chef d'entreprise qui expliquent le plus l'ensemble des attentes (très corrélé au premier facteur).

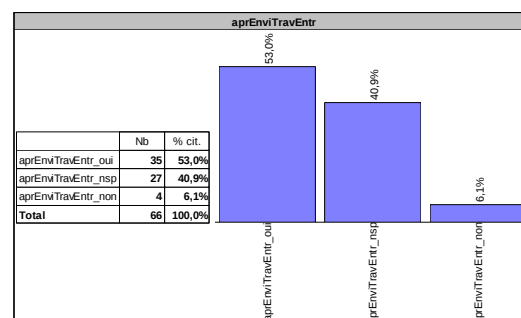
Les attentes exprimées avant les visites sont très corrélées entre elles et donc non discriminantes. C'est davantage après la visite que l'on voit des différences, en termes d'attentes, s'exprimer.

### 3 LES PERSONNES SOUHAITENT-ELLES TRAVAILLER DANS L'ENTREPRISE ?



**Figure 19 : SOUHAIT DES PARTICIPANTS DE TRAVAILLER DANS L'ENTREPRISE AVANT LA VISITE**

Lorsque les personnes entrent dans l'entreprise, pour 61,4% d'entre elles, elles souhaitent y travailler contre 4,3% qui ne souhaitent pas y travailler. 34,3% ne savent pas si elles souhaitent y travailler avant la visite.



**Figure 20 : « ENVIE » DES PARTICIPANTS DE TRAVAILLER DANS L'ENTREPRISE APRES LA VISITE**

Après avoir effectué la visite 35 personnes sur 66 pensent être amenées à travailler un jour dans l'entreprise visitée, soit 53 %, contre 4 (soit 6,1%) qui ne souhaitent pas y travailler. Cependant, 27 personnes ne se prononcent pas soit 40,9%.

#### 3.1 EXISTE-A-T-IL UNE DIFFERENCE APRES LA VISITE ?

| Ent                | EnvTravEntr<br>Non réponse | EnvTravEntr<br>r_non | EnvTravEntr<br>r_nsp | EnvTravEntr<br>r_oui | aprEnvTrav<br>Entr Non réponse | aprEnvTrav<br>Entr aprEnvTravEntr_n<br>n | aprEnvTrav<br>Entr aprEnvTravEntr_ns<br>p | aprEnvTrav<br>Entr aprEnvTravEntr_oui |
|--------------------|----------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|--------------------------------|------------------------------------------|-------------------------------------------|---------------------------------------|
| Ent_Bourgeoismetal | 1                          | 0                    | 5                    | 3                    | 4                              | 0                                        | 2                                         | 3                                     |
| Ent_CMA            | 0                          | 0                    | 3                    | 5                    | 1                              | 0                                        | 2                                         | 5                                     |
| Ent_Cryostar       | 1                          | 0                    | 1                    | 3                    | 0                              | 0                                        | 3                                         | 2                                     |
| Ent_MTI            | 0                          | 0                    | 1                    | 0                    | 0                              | 0                                        | 0                                         | 1                                     |
| Ent_RIC            | 1                          | 0                    | 2                    | 4                    | 1                              | 0                                        | 4                                         | 2                                     |
| Ent_RLD            | 0                          | 0                    | 0                    | 6                    | 0                              | 0                                        | 0                                         | 6                                     |
| Ent_STS            | 0                          | 0                    | 5                    | 8                    | 1                              | 2                                        | 3                                         | 7                                     |
| Ent_ThermesCransac | 0                          | 0                    | 5                    | 4                    | 0                              | 0                                        | 6                                         | 3                                     |
| Ent_Umicore        | 0                          | 3                    | 2                    | 10                   | 0                              | 2                                        | 7                                         | 6                                     |
| TOTAL              | 3                          | 3                    | 24                   | 43                   | 7                              | 4                                        | 27                                        | 35                                    |

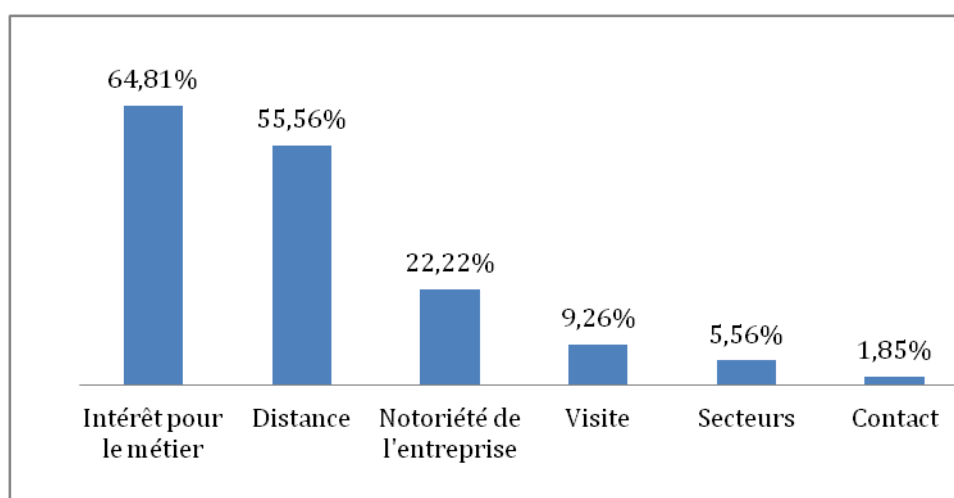
**Figure 21 : DIFFERENCE CONCERNANT L'ENVIE DE TRAVAILLER DANS L'ENTREPRISE CHEZ LES PARTICIPANTS AVANT/APRES LA VISITE.**

Il n'existe pas de lien significatif entre l'envie de travailler ou non dans l'entreprise avant et après la visite, en fonction de la structure découverte. Néanmoins, si l'on regarde au cas par cas, il semblerait que, telles qu'elles sont mises en place, les visites d'entreprises ont dissuadé certaines personnes de travailler dans les structures visitées alors qu'elles le souhaitaient en amont. Ceci nous amène à interroger le dispositif et le contenu des visites. Les personnes ont-elles été déçues, ont-elles appris que l'entreprise ne recrutait pas ? Quelles sont les raisons de ces désintérêts ? Ces résultats nous semblent importants et nous étonnent. Une réflexion sur les modalités de visite serait semble-t-il nécessaire.

### 3.2 LES RAISONS QUI LEUR DONNENT ENVIE DE TRAVAILLER OU NON DANS L'ENTREPRISE AVANT LA VISITE

|                           | % Obs  | Nb |
|---------------------------|--------|----|
| Intérêt pour le métier    | 64,81% | 35 |
| Distance                  | 55,56% | 30 |
| Notoriété de l'entreprise | 22,22% | 12 |
| Visite                    | 9,26%  | 5  |
| Secteurs                  | 5,56%  | 1  |
| Contact                   | 1,85%  | 3  |

*Légende : Les pourcentages sont calculés sur la base du nombre de répondants, ici 54. On note un plus grand nombre de réponses par rapport au nombre de répondants car les participants sont invités à donner plusieurs réponses.*



**Figure 22 : LES RAISONS QUI DONNENT ENVIE DE TRAVAILLER OU NON DANS L'ENTREPRISE AVANT LA VISITE.**

Lorsqu'on demande aux personnes de choisir 2 propositions parmi les 4 suivantes proposées : Intérêt pour le métier, Distance, Notoriété de l'entreprise et Autres, la raison majoritairement invoquée est l'intérêt pour le métier (64,81% soit 35 répondants sur 54). Ainsi, une communication **axée sur les métiers** aura sans doute plus de chance de donner envie aux visiteurs de travailler dans les entreprises -si toutefois cet objectif est celui des entreprises qui ouvrent leurs portes.

La distance par rapport au domicile est également majoritairement invoquée (55,56% soit 30 répondants). La notoriété de l'entreprise est une raison largement moins choisie par les participants (22,22% soit 12 répondants) avant la visite (nous verrons que ce résultat change après la visite).

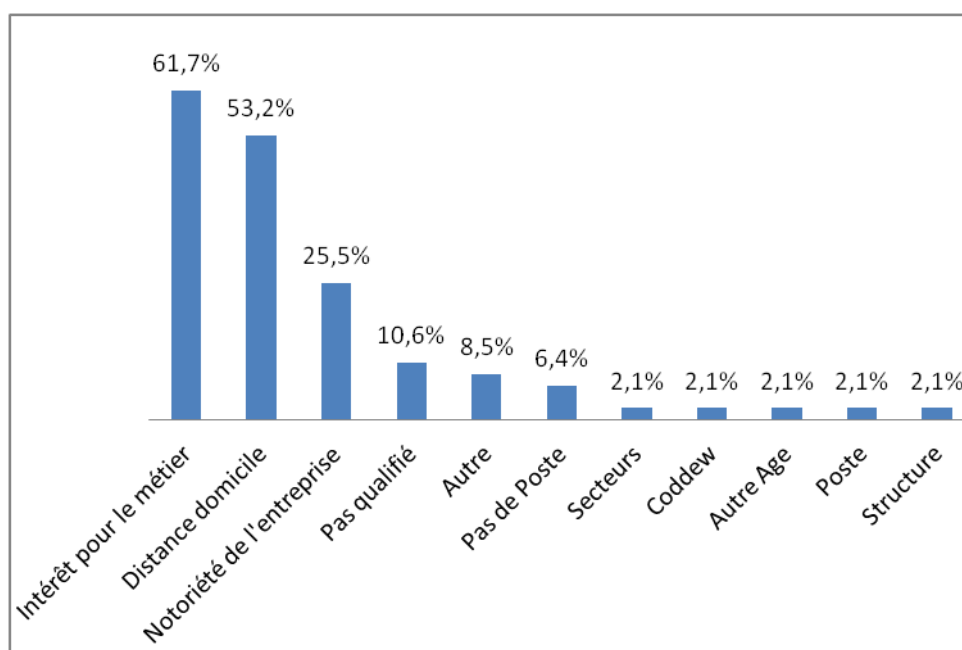
La catégorie « Autres » regroupe des raisons comme l'intérêt pour le secteur d'activité (3 personnes) ou le fait de créer du contact (1 personne). L'item « Visite » présenté sur la figure ci-dessus représente les personnes qui ont répondu « je ne sais pas » à la question « *souhaitez-vous y travailler* » (figure 19) et qui explicitent cette réponse en disant qu'elles ne connaissent pas encore l'entreprise et qu'elles attendent la visite pour se prononcer.

### 3.3 LES RAISONS QUI LEUR DONNENT ENVIE DE TRAVAILLER DANS L'ENTREPRISE OU NON APRES LA VISITE

|                           | % Obs | Nb |
|---------------------------|-------|----|
| Intérêt pour le métier    | 61,7% | 29 |
| Distance domicile         | 53,2% | 25 |
| Notoriété de l'entreprise | 25,5% | 12 |
| Pas qualifié              | 10,6% | 5  |
| Autre                     | 8,5%  | 4  |
| Pas de Poste              | 6,4%  | 3  |

|                                | % Obs | Nb |
|--------------------------------|-------|----|
| Secteurs                       | 2,1%  | 1  |
| Conditions de Travail (coddew) | 2,1%  | 1  |
| Autre Age                      | 2,1%  | 1  |
| Poste                          | 2,1%  | 1  |
| Structure                      | 2,1%  | 1  |

Légende : Les pourcentages sont calculés sur la base du nombre de répondants, ici 47. On note un plus grand nombre de réponses par rapport au nombre de répondants car les participants sont invités à donner plusieurs réponses.



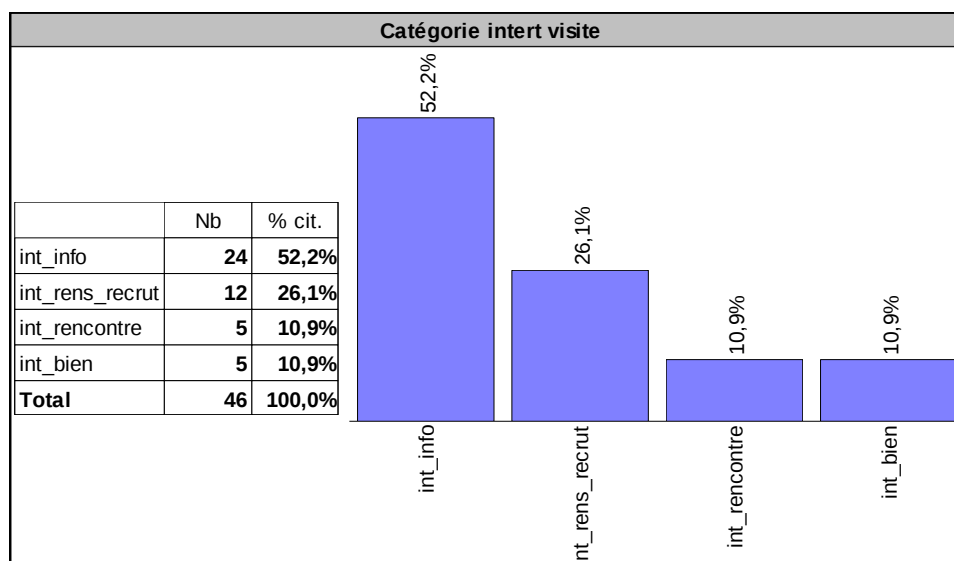
**Figure 23: LES RAISONS QUI DONNENT ENVIE DE TRAVAILLER OU NON DANS L'ENTREPRISE APRES LA VISITE.**

Une fois la visite effectuée, la question de nouveau posée aux participants sous la même forme (cf. page 16). 47 personnes répondent, soit un peu moins qu'avant la visite (54). La distribution pour les raisons reste la même : l'intérêt pour le métier reste la raison principalement évoquée (61,7% des participants soit 29 répondants). La distance par rapport au domicile est citée par 53,2% des personnes (soit 25 répondants) et la notoriété de l'entreprise par 25,5% (soit 12 répondants). **Notons ici que la notoriété de l'entreprise qui semblait avoir moins d'importance avant la visite revêt un caractère plus déterminant une fois l'entreprise visitée.**

Pour 10,6% (soit 5 répondants), le sentiment de ne pas être assez qualifié semble être une raison pour déclarer **ne pas** avoir envie d'y travailler. Les entreprises auraient donc tout intérêt à communiquer sur les dispositifs de formation mis en place en interne et les formations requises pour pouvoir être recruté. D'autres raisons sont aussi citées mais obtiennent des scores inférieurs à 10%, c'est à dire moins de 5 répondants.

## 4 SENTIMENTS SUR LE DISPOSITIF

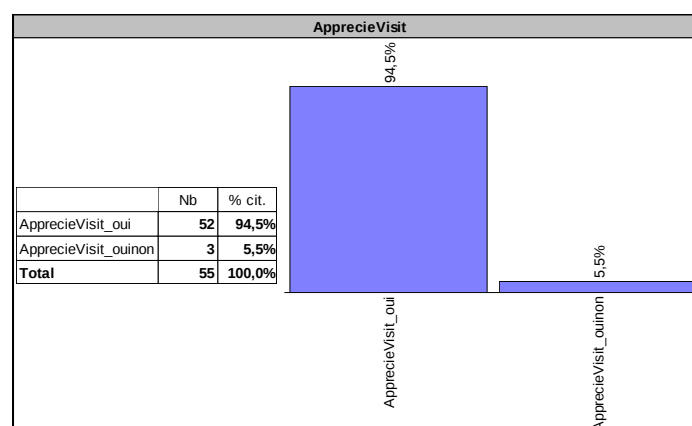
### 4.1 INTERET POUR LE DISPOSITIF



**Figure 24 : LES PRINCIPAUX INTERETS SELON LES PARTICIPANTS QUANT AU DISPOSITIF MIS EN PLACE**

Pour 46 personnes ayant répondu à la question, ce dispositif ouvre la possibilité d'obtenir des informations concernant l'entreprise pour 52,2% d'entre-elles (soit 24 personnes). 26,1% (soit 12 personnes) voit un intérêt dans le fait d'obtenir des renseignements sur les différentes modalités de recrutement. Une visite permet également de créer un contact et de susciter des rencontres avec l'équipe, le chef d'entreprise ou encore le recruteur pour 10,9% des répondants (soit 5). Enfin, pour un taux égal, la visite est valorisée et évaluée comme une action positive et intéressante.

### 4.2 APRES LA VISITE LES PERSONNES ONT-ELLES APPRECIE LA VISITE ?



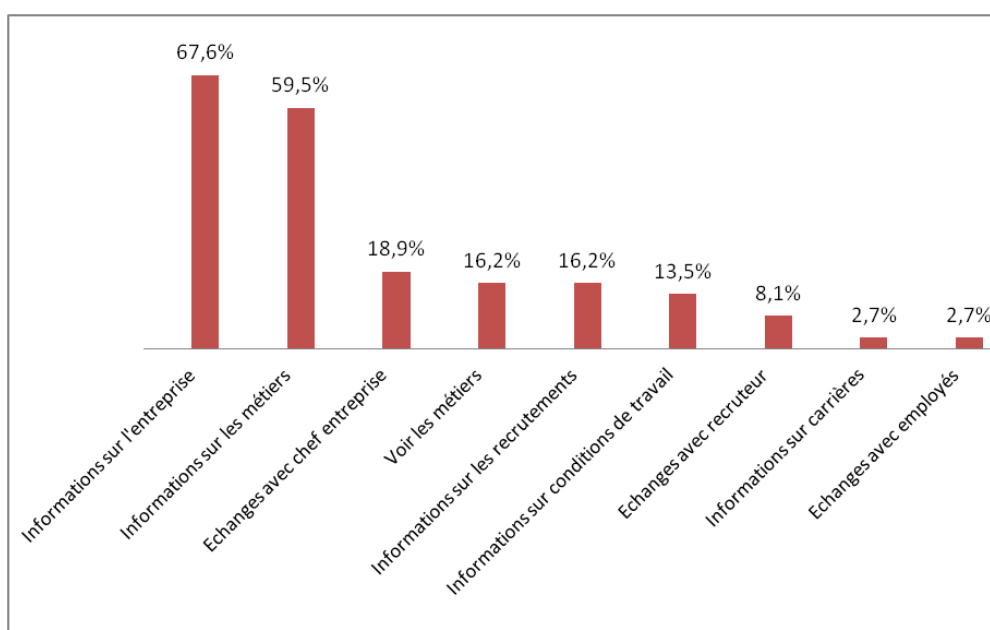
**Figure 25 : APPRECIATION DE LA VISITE PAR LES PARTICIPANTS**

94,5% des répondants (soit 52 personnes) ont apprécié la visite. Seul 3 participants (5,5%) n'ont pas apprécié la visite.

### 4.3 PRINCIPALES SATISFACTIONS PAR RAPPORT A LA VISITE EFFECTUEE

|                                        | % Obs | Nb |
|----------------------------------------|-------|----|
| Informations sur l'entreprise          | 67,6% | 25 |
| Informations sur les métiers           | 59,5% | 22 |
| Echanges avec chef entreprise          | 18,9% | 7  |
| Voir les métiers                       | 16,2% | 6  |
| Informations sur les recrutements      | 16,2% | 6  |
| Informations sur conditions de travail | 13,5% | 5  |
| Echanges avec recruteur                | 8,1%  | 3  |
| Informations sur carrières             | 2,7%  | 1  |
| Echanges avec employés                 | 2,7%  | 1  |

*Légende ; Les pourcentages sont calculés sur la base du nombre de répondants, ici 37. On note un plus grand nombre de réponses par rapport au nombre de répondants car les participants sont invités à donner plusieurs réponses.*



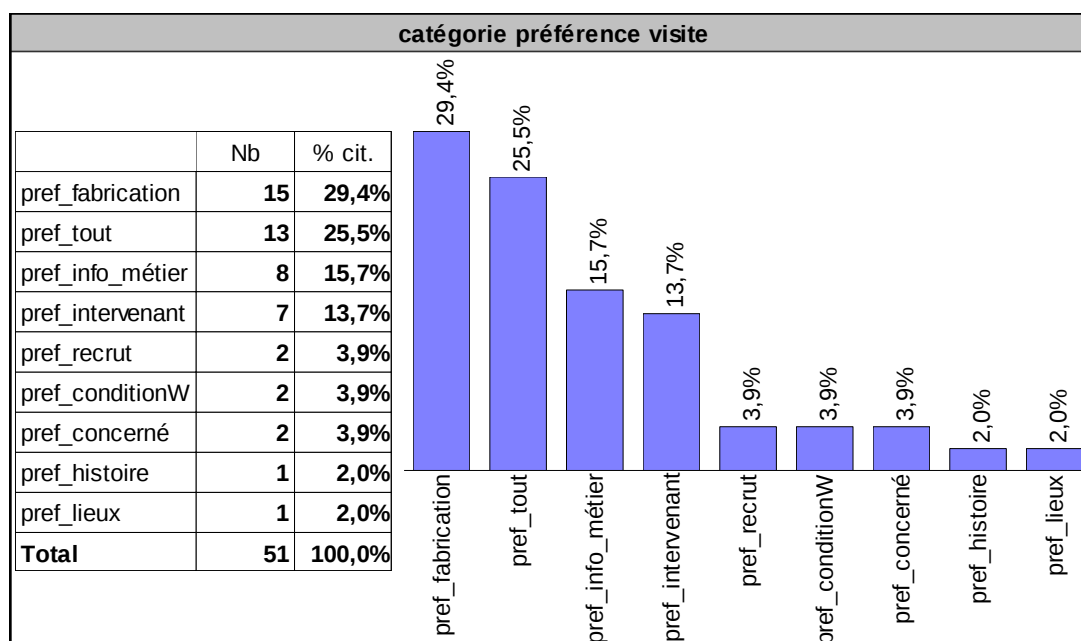
**Figure 26 : LES SATISFACTIONS DES PARTICIPANTS APRES LA VISITE**

Après la visite, il est demandé aux participants :

- « si les attentes exprimées en début de visite (figure 9) ont été satisfaites
- de choisir 2 points principaux de satisfaction parmi l'ensemble proposé ».

37 personnes ont répondu à cette question soit 4 de plus qu'avant la visite. 2 réponses se dégagent ici principalement : les attentes satisfaites se regroupent autour des informations concernant l'entreprise (67,6% soit 25 réponses) et les métiers (59,5%, soit 22 répondants). Les autres points de satisfactions obtiennent moins de 20% (soit moins de 10 réponses). Les échanges avec les chefs d'entreprise sont cités à 18,9% soit 7 répondants. Les informations concernant le recrutement sont moins citées qu'avant la visite (ici à 16,2% soit 6 répondants) donc moins satisfaites. Voir concrètement le métier est une réponse donnée à 16,2 % (soit 6 réponses) seulement. Les échanges avec le recruteur ou les employés et les informations sur les conditions de travail sont des attentes plus faibles (entre 3 et 1 réponse), ces points pourraient être facilement améliorés.

#### 4.4 CE QUE LES PERSONNES ONT PREFERE



**Figure 27 : LES POINTS QUE LES PARTICIPANTS ONT PREFERE PENDANT LA VISITE**

A la question : « *qu'avez-vous préféré lors de cette visite ?* ». 51 personnes ont répondu. Pour 29,4 % d'entre elles (soit 15 personnes), ce qu'elles ont préféré a été de découvrir les métiers à travers la visite de l'atelier, laquelle permettait **de découvrir tous les processus de fabrication** (« pref\_fabrication »). Des termes techniques tels que bobines, pigments, laminoirs sont alors cités. 25,5% (soit 13 personnes) évaluent positivement la visite dans sa globalité globale (« pref\_tout »), ici c'est **l'ensemble du dispositif qu'elles ont apprécié**.

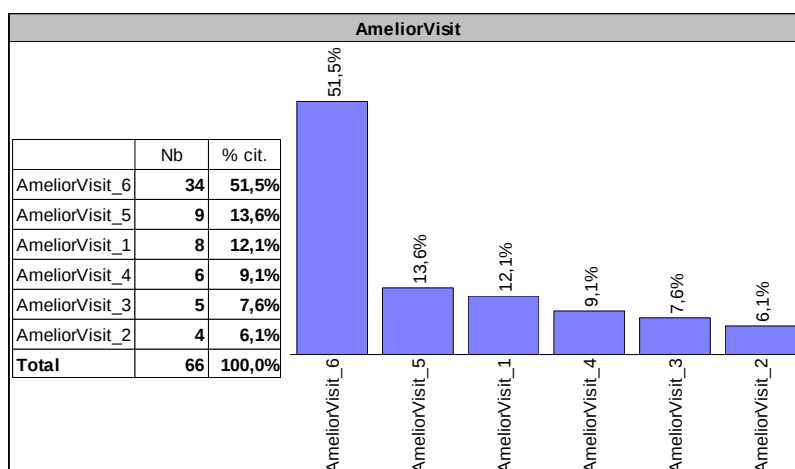
Pour 15,7% (soit 8 personnes), c'est la découverte des métiers qui est mise en avant, le fait d'avoir des explications, de pouvoir **voir le métier concrètement**, les différents domaines, etc. Ensuite, **l'état d'esprit et la qualité des interventions** des accompagnateurs durant la visite sont des points appréciés par 13,7% des personnes interrogées (soit 7 personnes).

Les préférences concernant les possibilités et les informations quant au recrutement, les conditions de travail et les profils qui se sentaient concernés sont des réponses citées par seulement par 3,9% soit 2 personnes pour chaque réponse.

Enfin, l'histoire de l'entreprise et la découverte du lieu sont des réponses choisies par 1 seule personne.

Attention toutefois à relativiser ces résultats car soit ce ne sont pas les thématiques qui ont attiré leur attention pendant la visite, soit elles n'ont pas été abordées.

#### 4.5 S'IL Y AVAIT DES CHOSES A AMELIORER ?

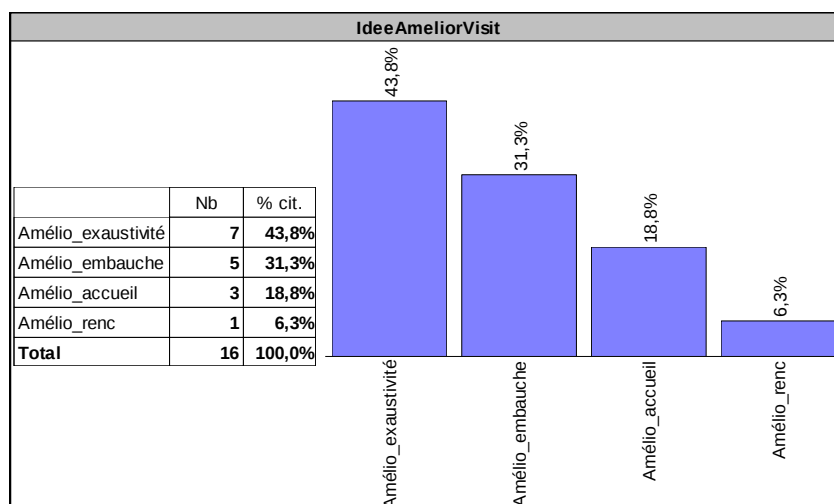


**Figure 28 : LES POSSIBILITES D'AMELIORER LA VISITE**

Légende : Rappel de l'échelle Oui, tout à fait • □ • □ • □ • □ • □ non, c'était parfait

Pour la majorité des personnes interrogées, 51,5%, la visite était parfaite, il n'y a pas de point à améliorer. A l'inverse pour 12,1% d'entre-elles, il faudrait améliorer les visites.

#### 4.6 CE QU'IL FAUDRAIT AMELIORER



**Figure 29 : LES POINTS A AMELIORER DURANT LES VISITE**

16 personnes ont répondu à la question « *comment améliorer les visites ?* ». Pour 7 d'entre elles, c'est sur le **contenu et la forme** que les visites pourraient être améliorées, notamment en élargissant la découverte à **plus d'activités** dans l'entreprise ou bien en allongeant le temps alloué à ce dispositif. Selon 5 personnes interrogées, la visite devrait être couplée à des sessions de recrutement ou bien un temps spécifique devrait être prévu afin d'obtenir de plus amples informations concernant les possibilités de recrutement. L'accueil, notamment l'arrivée des participants dans les locaux, pourrait être un point à améliorer selon 3 personnes. Enfin, 1 personne souhaiterait plus d'échanges avec les employés.

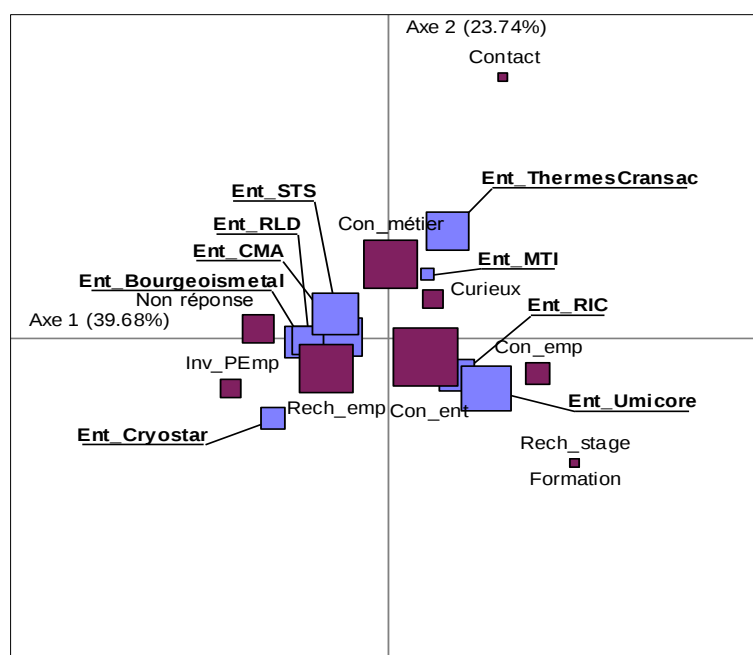
## 5 CROISEMENTS PAR ENTREPRISES

### 5.1 RAISONS DE LA VISITE PAR ENTREPRISE AVANT LA VISITE

| Raison visite tps 1<br>Ent | Non<br>réponse | Con_ent   | Rech_<br>emp | Con m<br>étier | Con_<br>emp | Inv P<br>Emp | Curieux  | Contact  | Form<br>ation | Rech_<br>stage | TOTAL     |
|----------------------------|----------------|-----------|--------------|----------------|-------------|--------------|----------|----------|---------------|----------------|-----------|
| Ent_Bourgeoismetal         | 2              | 2         | 2            | 1              | 0           | 1            | 1        | 0        | 0             | 0              | 9         |
| Ent_CMA                    | 1              | 3         | 5            | 3              | 0           | 0            | 0        | 0        | 0             | 0              | 12        |
| Ent_Cryostar               | 0              | 1         | 3            | 0              | 0           | 1            | 0        | 0        | 0             | 0              | 5         |
| Ent_MTI                    | 0              | 1         | 0            | 1              | 0           | 0            | 0        | 0        | 0             | 0              | 2         |
| Ent_RIC                    | 0              | 4         | 2            | 1              | 2           | 0            | 0        | 0        | 0             | 0              | 9         |
| Ent_RLD                    | 2              | 2         | 2            | 1              | 0           | 0            | 0        | 0        | 0             | 0              | 7         |
| Ent_STS                    | 2              | 4         | 3            | 5              | 0           | 1            | 0        | 0        | 0             | 0              | 15        |
| Ent_ThermesCransac         | 0              | 3         | 1            | 5              | 1           | 0            | 1        | 1        | 0             | 0              | 12        |
| Ent_Umicore                | 0              | 9         | 2            | 2              | 2           | 0            | 1        | 0        | 1             | 1              | 18        |
| <b>TOTAL</b>               | <b>7</b>       | <b>29</b> | <b>20</b>    | <b>19</b>      | <b>5</b>    | <b>3</b>     | <b>3</b> | <b>1</b> | <b>1</b>      | <b>1</b>       | <b>89</b> |

**Figure 30 : LES RAISONS DE LA VISITE EN FONCTION DE L'ENTREPRISE VISITEE**

*LEGENDE : La dépendance est peu significative.  $\chi^2 = 67,59$ , ddl = 56, 1-p = 86,21%. Attention, 65 (90.3%) cases ont un effectif théorique inférieur à 5, les règles du  $\chi^2$  ne sont pas réellement applicables.*



**Figure 31 : ANALYSE FACTORIELLE DES RAISONS DES VISITES PAR ENTREPRISE**

Pour les entreprises RCI et Umicore c'est connaître l'entreprise dans son ensemble qui pousse en premier les participants à venir la visiter. Pour STS et les Thermes de Cransac les raisons de la visite étaient de connaître et de découvrir les métiers que proposent les entreprises.

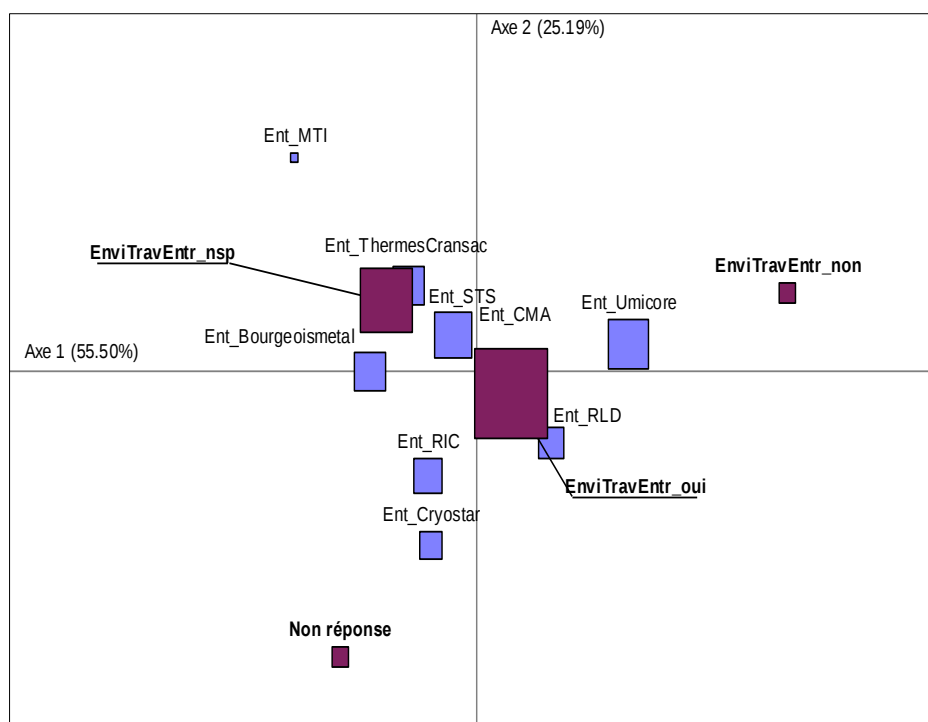
Quand les participants viennent visiter CMA et Cryostar, ce sont en premier lieu parce qu'ils recherchent un emploi. Enfin, pour RLD et Bourgeois métal, c'est tout autant la recherche d'un emploi que la connaissance de l'entreprise qui sont des modalités cités.

## 5.2 ENVIE DE TRAVAILLER EN FONCTION DES ENTREPRISES AVANT LA VISITE

| EnviTravEntr       | Non réponse | EnviTrav Entr_non | EnviTrav Entr_nsp | EnviTrav Entr_oui | TOTAL     |
|--------------------|-------------|-------------------|-------------------|-------------------|-----------|
| Ent                |             |                   |                   |                   |           |
| Ent_Bourgeoismetal | 1           | 0                 | 5                 | 3                 | 9         |
| Ent_CMA            | 0           | 0                 | 3                 | 5                 | 8         |
| Ent_Cryostar       | 1           | 0                 | 1                 | 3                 | 5         |
| Ent_MTI            | 0           | 0                 | 1                 | 0                 | 1         |
| Ent_RIC            | 1           | 0                 | 2                 | 4                 | 7         |
| Ent_RLD            | 0           | 0                 | 0                 | 6                 | 6         |
| Ent_STS            | 0           | 0                 | 5                 | 8                 | 13        |
| Ent_ThermesCransac | 0           | 0                 | 5                 | 4                 | 9         |
| Ent_Umicore        | 0           | 3                 | 2                 | 10                | 15        |
| <b>TOTAL</b>       | <b>3</b>    | <b>3</b>          | <b>24</b>         | <b>43</b>         | <b>73</b> |

**Figure 32 : LE SOUHAIT DE TRAVAILLER DANS L'ENTREPRISE EN FONCTION DE L'ENTREPRISE VISITEE**

*LEGENDE : La dépendance est peu significative.  $\chi^2 = 31,83$ ,  $ddl = 24$ ,  $1-p = 86,88\%$ . Attention, 32 (88.9%) cases ont un effectif théorique inférieur à 5, les règles du  $\chi^2$  ne sont pas réellement applicables. Les valeurs du tableau sont les nombres de citations de chaque couple de modalités.*



**Figure 33 : ANALYSE FACTORIELLE**

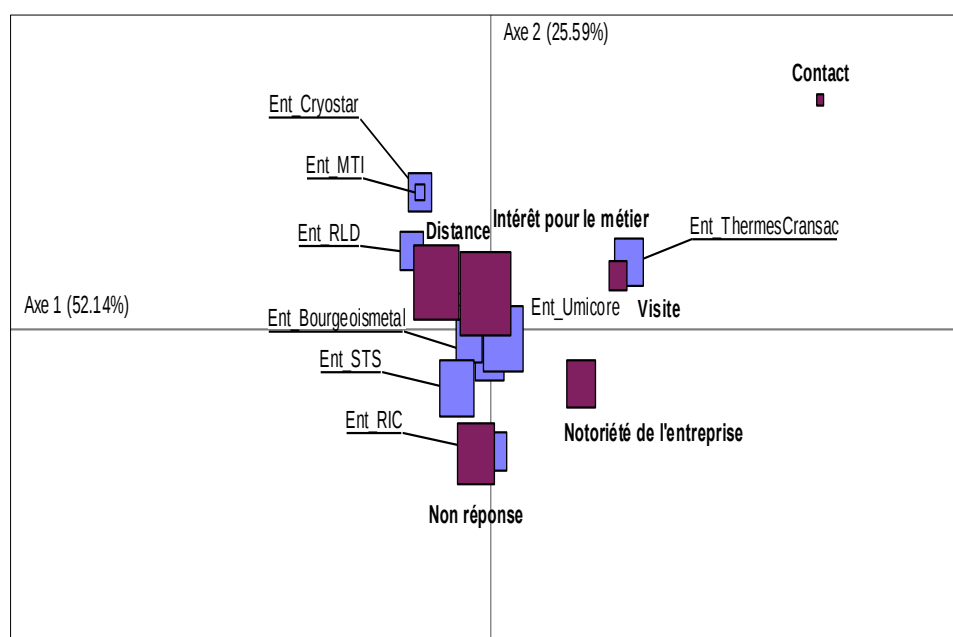
Avant la visite, la majorité des personnes qui vont visiter Bourgeois Métal, MTI et les Thermes de Cransac ne se prononcent pas quant au souhait de travailler dans les dites entreprises. Pour les autres structures visitées les personnes se prononcent en majorité sur le fait qu'elles souhaiteraient éventuellement y travailler.

### 5.3 LES INTERETS DE TRAVAIL PAR ENTREPRISE

| AvtRaison1,AvtRaison2_T | Non réponse | Distance  | Intérêt pour le métier | Notoriété de l'entreprise | Visite   | Contact  | TOTAL      |
|-------------------------|-------------|-----------|------------------------|---------------------------|----------|----------|------------|
| Ent                     |             |           |                        |                           |          |          |            |
| Ent_Bourgeoismetal      | 3           | 3         | 4                      | 1                         | 1        | 0        | 12         |
| Ent_CMA                 | 3           | 3         | 4                      | 0                         | 1        | 0        | 11         |
| Ent_Cryostar            | 0           | 4         | 4                      | 0                         | 0        | 0        | 8          |
| Ent_MTI                 | 0           | 1         | 1                      | 0                         | 0        | 0        | 2          |
| Ent_RIC                 | 3           | 2         | 2                      | 2                         | 0        | 0        | 9          |
| Ent_RLD                 | 1           | 5         | 3                      | 0                         | 0        | 0        | 9          |
| Ent_STS                 | 5           | 4         | 6                      | 1                         | 0        | 0        | 16         |
| Ent_ThermesCransac      | 1           | 1         | 5                      | 3                         | 2        | 1        | 13         |
| Ent_Umicore             | 3           | 7         | 6                      | 5                         | 1        | 0        | 22         |
| <b>TOTAL</b>            | <b>19</b>   | <b>30</b> | <b>35</b>              | <b>12</b>                 | <b>5</b> | <b>1</b> | <b>102</b> |

**Figure 34 : LES INTERETS DE TRAVAIL PAR ENTREPRISE**

*LEGENDE : La dépendance n'est pas significative.  $\chi^2 = 35,12$ , ddl = 40, 1-p = 31,06%. Attention, 51 (94.4%) cases ont un effectif théorique inférieur à 5, les règles du  $\chi^2$  ne sont pas réellement applicables. Le  $\chi^2$  est calculé sur le tableau des citations (effectifs marginaux égaux à la somme des effectifs lignes/colonnes). Les valeurs du tableau sont les nombres de citations de chaque couple de modalités*



**Figure 35 : ANALYSE FACTORIELLE**

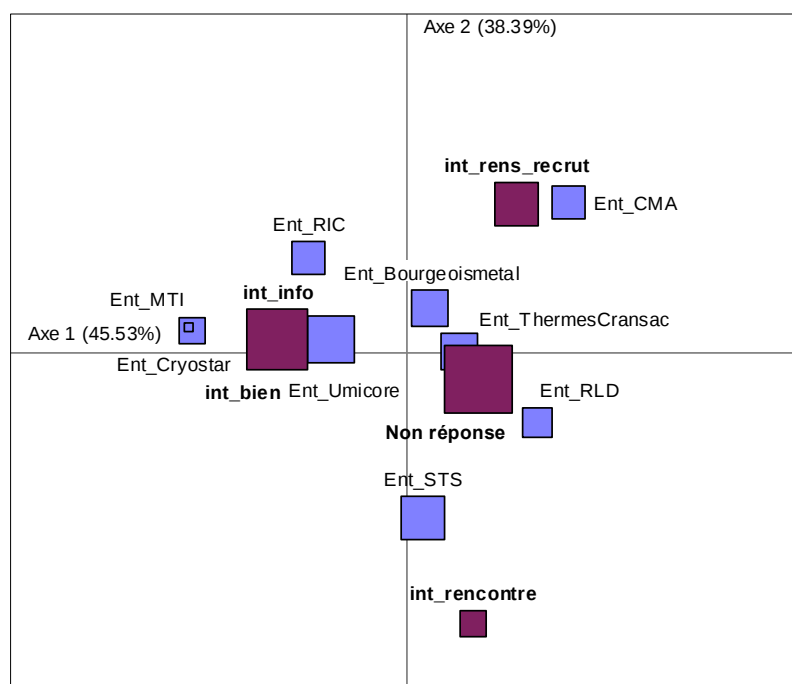
Pour les entreprises Bourgeois métal, CMA, STS, Thermes Cransac, c'est l'intérêt des métiers proposés par l'entreprise qui pousserait les personnes à y travailler majoritairement. Pour RLD et Umicore c'est la distance du site par rapport à leur domicile qui est la raison première invoquée. Enfin, pour Cryostar, la distance et l'intérêt pour le métier sont des modalités citées de manière similaire.

## 5.4 SATISFACTION APRES LA VISITE SELON LES ENTREPRISES

| ApprecieVisit      | Non<br>réponse | Apprecie<br>Visit oui | Apprecie<br>Visit oui<br>non | TOTAL     |
|--------------------|----------------|-----------------------|------------------------------|-----------|
| Ent                |                |                       |                              |           |
| Ent_Bourgeoismetal | 5              | 4                     | 0                            | 9         |
| Ent_CMA            | 2              | 6                     | 0                            | 8         |
| Ent_Cryostar       | 3              | 2                     | 0                            | 5         |
| Ent_MTI            | 0              | 1                     | 0                            | 1         |
| Ent_RIC            | 0              | 6                     | 1                            | 7         |
| Ent_RLD            | 2              | 4                     | 0                            | 6         |
| Ent_STS            | 3              | 10                    | 0                            | 13        |
| Ent_ThermesCransac | 1              | 7                     | 1                            | 9         |
| Ent_Umicore        | 2              | 12                    | 1                            | 15        |
| <b>TOTAL</b>       | <b>18</b>      | <b>52</b>             | <b>3</b>                     | <b>73</b> |

**Figure 36 : SATISFACTION DES PARTICIPANTS APRES LA VISITE SELON LES ENTREPRISES**

*LEGENDE : La dépendance n'est pas significative.  $\chi^2 = 16,66$ ,  $ddl = 16$ ,  $1-p = 59,21\%$ . Attention, 22 (81.5%) cases ont un effectif théorique inférieur à 5, les règles du  $\chi^2$  ne sont pas réellement applicables. Les valeurs du tableau sont les nombres de citations de chaque couple de modalités.*



**Figure 37 : ANALYSE FACTORIELLE**

Pour les entreprises Bourgeois Métal et Cryostar, la plupart des personnes ayant visité l'entreprise ne se prononcent pas quant à leur satisfaction après la visite. Pour le reste des entreprises, la majorité des participants disent être satisfaits de leur visite.

| Catégorie intert visite<br>Ent | Non<br>réponse | int_bien | int_info | int ren<br>contre | int rens<br>_recrut | TOTAL |
|--------------------------------|----------------|----------|----------|-------------------|---------------------|-------|
| Ent_Bourgeoismetal             | 4              | 1        | 2        | 0                 | 2                   | 9     |
| Ent_CMA                        | 3              | 0        | 0        | 0                 | 5                   | 8     |
| Ent_Cryostar                   | 0              | 1        | 4        | 0                 | 0                   | 5     |
| Ent_MTI                        | 0              | 0        | 1        | 0                 | 0                   | 1     |
| Ent_RIC                        | 0              | 1        | 4        | 0                 | 2                   | 7     |
| Ent_RLD                        | 4              | 0        | 0        | 1                 | 1                   | 6     |
| Ent_STS                        | 5              | 1        | 3        | 4                 | 0                   | 13    |
| Ent_ThermesCransac             | 6              | 0        | 2        | 0                 | 1                   | 9     |
| Ent_Umicore                    | 5              | 1        | 8        | 0                 | 1                   | 15    |
| TOTAL                          | 27             | 5        | 24       | 5                 | 12                  | 73    |

**Figure 38 : LES DIFFERENTS INTERETS DE LA VISITE EN FONCTION DES ENTREPRISES**

LEGENDE : La dépendance est très significative.  $\chi^2 = 56,51$ ,  $ddl = 32$ ,  $1-p = 99,52\%$ . Les cases encadrées en bleu (rose) sont celles pour lesquelles l'effectif réel est nettement supérieur (inférieur) à l'effectif théorique. Attention, 44 (97.8%) cases ont un effectif théorique inférieur à 5, les règles du  $\chi^2$  ne sont pas réellement applicables. Les valeurs du tableau sont les nombres de citations de chaque couple de modalités

Pour Cryostar, l'intérêt de la visite est significativement lié avec les informations obtenues. A l'inverse pour l'entreprise CMA ce point n'est pas significatif, il l'est pour les renseignements obtenus sur le recrutement. Pour STS, l'intérêt est significativement lié aux rencontres effectuées mais ne l'est pas pour le recrutement. C'est pour Les Thermes De Cransac que les personnes répondent le moins à cette question.

Pour les autres entreprises, le lien entre les réponses n'est pas significatif. Néanmoins, pour Bourgeois métal et RLD, en majorité, les personnes ne se prononcent pas. Enfin, pour Umicore, c'est le fait d'obtenir des informations qui est la modalité la plus citée.

## 5.5 CE QUE LES GENS ONT PREFERE LORS DES VISITES SELON LES ENTREPRISES

| catégorie préférence visite<br>Ent | Non<br>réponse | pref co<br>ncerné | pref con<br>ditionW | pref fab<br>rication | pref hi<br>stoire | pref info<br>_métier | pref inte<br>rvenant | pref li<br>eux | pref r<br>ecrut | pref _<br>tout | TOTAL |
|------------------------------------|----------------|-------------------|---------------------|----------------------|-------------------|----------------------|----------------------|----------------|-----------------|----------------|-------|
| Ent_Bourgeoismetal                 | 5              | 2                 | 0                   | 0                    | 0                 | 1                    | 0                    | 0              | 0               | 1              | 9     |
| Ent_CMA                            | 2              | 0                 | 0                   | 3                    | 0                 | 0                    | 2                    | 0              | 0               | 1              | 8     |
| Ent_Cryostar                       | 0              | 0                 | 0                   | 1                    | 0                 | 1                    | 2                    | 0              | 1               | 0              | 5     |
| Ent_MTI                            | 0              | 0                 | 0                   | 0                    | 0                 | 0                    | 0                    | 0              | 0               | 1              | 1     |
| Ent_RIC                            | 1              | 0                 | 0                   | 2                    | 0                 | 1                    | 1                    | 0              | 0               | 2              | 7     |
| Ent_RLD                            | 0              | 0                 | 0                   | 1                    | 0                 | 0                    | 1                    | 0              | 1               | 3              | 6     |
| Ent_STS                            | 6              | 0                 | 1                   | 0                    | 0                 | 2                    | 1                    | 0              | 0               | 3              | 13    |
| Ent_ThermesCransac                 | 4              | 0                 | 1                   | 0                    | 0                 | 3                    | 0                    | 1              | 0               | 0              | 9     |
| Ent_Umicore                        | 4              | 0                 | 0                   | 8                    | 1                 | 0                    | 0                    | 0              | 0               | 2              | 15    |
| TOTAL                              | 22             | 2                 | 2                   | 15                   | 1                 | 8                    | 7                    | 1              | 2               | 13             | 73    |

**Figure 39 : LES INTERETS DE LA VISITE EN FONCTION DES ENTREPRISES**

LEGENDE : La dépendance est très significative.  $\chi^2 = 94,85$ ,  $ddl = 72$ ,  $1-p = 96,31\%$ . Attention, 90 (100.0%) cases ont un effectif théorique inférieur à 5, les règles du  $\chi^2$  ne sont pas réellement applicables. Les valeurs du tableau sont les nombres de citations de chaque couple de modalités.

Connaître l'entreprise est significativement plus présent pour les gens qui ont visité Bourgeois métal. En ce qui concerne la découverte des processus de fabrication (cf Figure 27) c'est chez Umicore que cet intérêt est significatif. A l'inverse, il ne l'est pas pour les personnes qui visitent l'entreprise STS. Compte tenu des faibles effectifs des autres cases, les différences significatives observées ne sont pas opportunes pour une analyse.

## 5.6 APRES LA VISITE QUELLES IDEES D'AMELIORATION DU DISPOSITIF SELON LES ENTREPRISES

| IdeeAmeliorVisite  | Non réponse | Amélioration accueil | Amélioration embauche | Amélioration exhaustivité | Amélioration encadrement | TOTAL |
|--------------------|-------------|----------------------|-----------------------|---------------------------|--------------------------|-------|
| Ent                |             |                      |                       |                           |                          |       |
| Ent_Bourgeoismetal | 8           | 0                    | 1                     | 0                         | 0                        | 9     |
| Ent_CMA            | 6           | 0                    | 0                     | 2                         | 0                        | 8     |
| Ent_Cryostar       | 4           | 0                    | 0                     | 1                         | 0                        | 5     |
| Ent_MTI            | 1           | 0                    | 0                     | 0                         | 0                        | 1     |
| Ent_RIC            | 6           | 0                    | 1                     | 0                         | 0                        | 7     |
| Ent_RLD            | 5           | 0                    | 0                     | 1                         | 0                        | 6     |
| Ent_STS            | 11          | 0                    | 0                     | 1                         | 1                        | 13    |
| Ent_ThermesCransac | 9           | 0                    | 0                     | 0                         | 0                        | 9     |
| Ent_Umicore        | 7           | 3                    | 3                     | 2                         | 0                        | 15    |
| TOTAL              | 57          | 3                    | 5                     | 7                         | 1                        | 73    |

**Figure 40 : LES IDEES D'AMELIORATION EN FONCTION DES ENTREPRISES**

LEGENDE : La dépendance est très significative.  $\chi^2 = 32,11$  ddl = 32, 1-p = 53,86%.. Attention, 39 (86,7%) cases ont un effectif théorique inférieur à 5, les règles du  $\chi^2$  ne sont pas réellement applicables. Les valeurs du tableau sont les nombres de citations de chaque couple de modalités

La majorité des participants n'a pas répondu à cette question. Pour CMA, la visite pourrait être améliorée quant à sa durée et son contenu plus exhaustif. Pour Umicore, les participants souhaiteraient que la visite soit couplée avec des sessions de recrutements ou des informations plus significatives, ils mettent également en avant l'amélioration de la qualité de l'accueil, notamment à l'arrivée, pour la réception.

## 5.7 PAS DE DIFFERENCE D'ATTENTES SELON QUE L'ON SOIT A LA RECHERCHE D'UN EMPLOI OU NON

| Fusion attentes principales 1 | Non réponse | Conditions travail | Echange avec le chef entreprise | Informations sur entreprise | Informations sur métiers | Informations sur recrutement | Echanges avec employés | Echanges avec recruteur | Informations sur rémunération | TOTAL |
|-------------------------------|-------------|--------------------|---------------------------------|-----------------------------|--------------------------|------------------------------|------------------------|-------------------------|-------------------------------|-------|
| RechEmploi                    |             |                    |                                 |                             |                          |                              |                        |                         |                               |       |
| RechEmploi_non                | 2           | 0                  | 0                               | 2                           | 1                        | 3                            | 0                      | 0                       | 0                             | 8     |
| RechEmploi_oui                | 38          | 4                  | 2                               | 11                          | 16                       | 12                           | 1                      | 4                       | 2                             | 90    |
| TOTAL                         | 40          | 4                  | 2                               | 13                          | 17                       | 15                           | 1                      | 4                       | 2                             | 98    |

**Figure 41 : LES DIFFERENTES ATTENTES DES PARTICIPANTS SELON S'ILS RECHERCHENT UN EMPLOI OU NON**

LEGENDE : La dépendance est très significative.  $\chi^2 = 5,52$  ddl = 8, 1-p = 29,86%.. Attention, 14 (77,8%) cases ont un effectif théorique inférieur à 5, les règles du  $\chi^2$  ne sont pas réellement applicables. Les valeurs du tableau sont les nombres de citations de chaque couple de modalités.

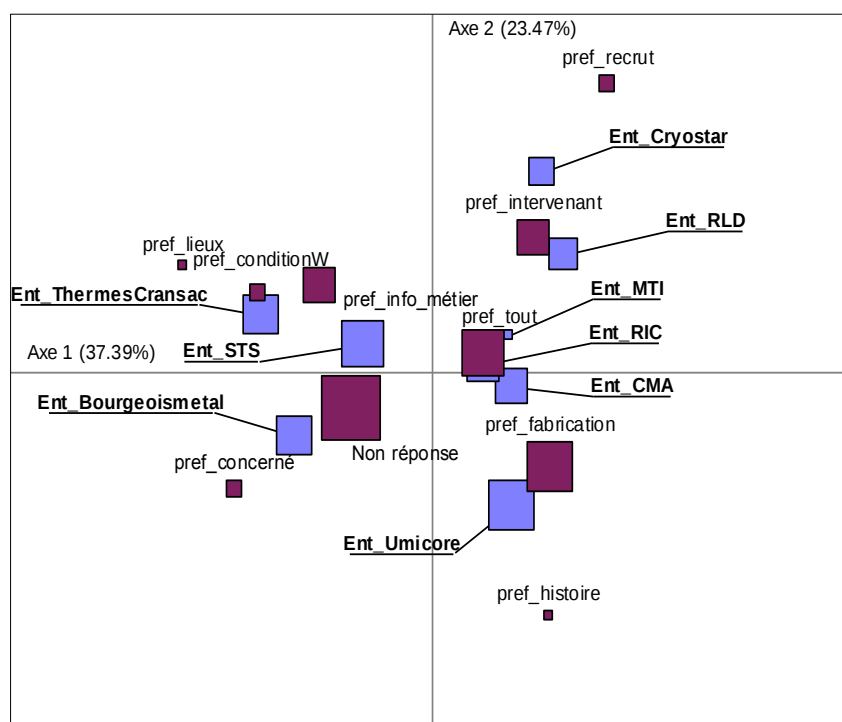
Au regard des résultats, il n'existe pas de différence significative en termes d'attentes selon que l'on soit à la recherche d'un emploi ou non.

## 5.8 PAS DE DIFFERENCE D'ATTENTES SELON LA CATEGORIE PROFESSIONNELLE

| Fusion attentes principales 1 | Non réponse | Conditions travail | Echange r avec le chef entreprise | Informations sur entreprise | Informations sur métiers | Informations sur recrutement | Echange s avec e mployés | Echange s avec r ecruteur | Informations sur rémunération | TOTAL     |
|-------------------------------|-------------|--------------------|-----------------------------------|-----------------------------|--------------------------|------------------------------|--------------------------|---------------------------|-------------------------------|-----------|
| <b>catégorie prof</b>         |             |                    |                                   |                             |                          |                              |                          |                           |                               |           |
| Non réponse                   | 1           | 1                  | 0                                 | 0                           | 4                        | 3                            | 0                        | 0                         | 0                             | 9         |
| prof_aut                      | 3           | 0                  | 0                                 | 0                           | 1                        | 1                            | 0                        | 1                         | 1                             | 7         |
| prof_conseillere              | 1           | 0                  | 0                                 | 1                           | 1                        | 2                            | 0                        | 0                         | 0                             | 5         |
| prof_indus                    | 4           | 0                  | 2                                 | 2                           | 1                        | 1                            | 0                        | 0                         | 0                             | 10        |
| prof_mecanicien               | 5           | 0                  | 0                                 | 1                           | 1                        | 0                            | 0                        | 0                         | 0                             | 7         |
| prof_ouvrier                  | 2           | 0                  | 0                                 | 1                           | 1                        | 1                            | 0                        | 1                         | 0                             | 6         |
| prof_peintre                  | 8           | 1                  | 0                                 | 0                           | 3                        | 0                            | 0                        | 0                         | 0                             | 12        |
| prof_sans                     | 11          | 1                  | 0                                 | 6                           | 3                        | 4                            | 1                        | 1                         | 1                             | 28        |
| prof_serv                     | 5           | 1                  | 0                                 | 2                           | 2                        | 3                            | 0                        | 1                         | 0                             | 14        |
| <b>TOTAL</b>                  | <b>40</b>   | <b>4</b>           | <b>2</b>                          | <b>13</b>                   | <b>17</b>                | <b>15</b>                    | <b>1</b>                 | <b>4</b>                  | <b>2</b>                      | <b>98</b> |

**Figure 42 : CATEGORIE PROFESSIONNELLE DES PARTICIPANTS EN FONCTION DES ENTREPRISES VISITEES**

*LEGENDE : La dépendance est très significative.  $\chi^2 = 61,17$  ddl = 64,  $1-p = 42,28\%$ . Attention, 79 (97,5%) cases ont un effectif théorique inférieur à 5, les règles du  $\chi^2$  ne sont pas réellement applicables. Les valeurs du tableau sont les nombres de citations de chaque couple de modalités.*



**Figure 43 : ANALYSE FACTORIELLE**

Au regard des résultats, il n'existe pas de différences significatives en termes d'attentes selon la catégorie professionnelle.

# ENQUETE VISITES D'ENTREPRISES

*Semaine des métiers et de l'économie locale Territoire Ouest Aveyron*

*En guise de conclusion nous voudrions vanter les mérites type d'action mise en place dans le cadre de la semaine des métiers et de l'économie locale : les visites d'entreprises.*

*En effet, nous pensons qu'elles permettent la mise en œuvre pour les visiteurs de nouvelles formes de savoirs et de représentations. Les entreprises et leurs activités réelles deviennent plus accessibles.*

*Cette étude nous permet d'entrevoir les attendus de ce type de visite : non seulement en termes d'informations sur l'entreprise et son activité, mais aussi en termes d'informations sur les recrutements potentiels, les métiers, et les évolutions de carrières possibles.*

*Enfin, nous constatons que ce sont tout autant **les échanges** (avec les dirigeants, mais aussi avec les employés et les groupes de visiteurs) que les informations qui déterminent la satisfaction et donc le succès de ce genre de visite.*

## 6 TABLE DES MATIERES

|            |                                                                                                  |           |
|------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>1</b>   | <b>ELEMENTS DESCRIPTIFS DE L'ENQUETE</b>                                                         | <b>3</b>  |
| <b>2</b>   | <b>POURQUOI LES PERSONNES VISITENT-ELLES LES ENTREPRISES?</b>                                    | <b>5</b>  |
| <b>2.1</b> | <b>AVANT LA VISITE</b>                                                                           | <b>5</b>  |
| 2.1.1      | QUELLES ETAIENT LES ATTENTES PRINCIPALES DES VISITEURS ?                                         | 7         |
| 2.1.2      | QUELLES ETAIENT LES ATTENTES EN TERMES D'INFORMATIONS ?                                          | 8         |
| 2.1.3      | QUELLES ETAIENT LES ATTENTES EN TERMES D'ECHANGES ?                                              | 9         |
| <b>2.2</b> | <b>APRES LA VISITE</b>                                                                           | <b>10</b> |
| 2.2.1      | QUELLES ATTENTES ONT ETE SATISFAITES EN TERMES D'INFORMATIONS ?                                  | 10        |
| 2.2.2      | QUELLES ATTENTES ONT ETE SATISFAITES EN TERMES D'ECHANGES ?                                      | 11        |
| <b>2.3</b> | <b>SYNTHESE SUR LES SCORES DES ATTENTES</b>                                                      | <b>12</b> |
| 2.3.1      | ATTENTES RELATIFS AUX INFORMATIONS                                                               | 12        |
| 2.3.2      | ATTENTES RELATIFS AUX ECHANGES                                                                   | 13        |
| <b>3</b>   | <b>LES PERSONNES SOUHAITENT-ELLES TRAVAILLER DANS L'ENTREPRISE ?</b>                             | <b>15</b> |
| <b>3.1</b> | <b>EXISTE-A-T-IL UNE DIFFERENCE APRES LA VISITE ?</b>                                            | <b>15</b> |
| <b>3.2</b> | <b>LES RAISONS QUI LEUR DONNENT ENVIE DE TRAVAILLER OU NON DANS L'ENTREPRISE AVANT LA VISITE</b> | <b>16</b> |
| <b>3.3</b> | <b>LES RAISONS QUI LEUR DONNENT ENVIE DE TRAVAILLER DANS L'ENTREPRISE OU NON APRES LA VISITE</b> | <b>17</b> |
| <b>4</b>   | <b>SENTIMENTS SUR LE DISPOSITIF</b>                                                              | <b>18</b> |
| <b>4.1</b> | <b>INTERET POUR LE DISPOSITIF</b>                                                                | <b>18</b> |
| <b>4.2</b> | <b>APRES LA VISITE LES PERSONNES ONT-ELLES APPRECIE LA VISITE ?</b>                              | <b>18</b> |
| <b>4.3</b> | <b>PRINCIPALES SATISFACTIONS PAR RAPPORT A LA VISITE EFFECTUEE</b>                               | <b>19</b> |
| <b>4.4</b> | <b>CE QUE LES PERSONNES ONT PREFERE</b>                                                          | <b>20</b> |
| <b>4.5</b> | <b>S'IL Y AVAIT DES CHOSES A AMELIORER ?</b>                                                     | <b>21</b> |
| <b>4.6</b> | <b>CE QU'IL FAUDRAIT AMELIORER</b>                                                               | <b>21</b> |
| <b>5</b>   | <b>CROISEMENTS PAR ENTREPRISES</b>                                                               | <b>22</b> |
| <b>5.1</b> | <b>RAISONS DE LA VISITE PAR ENTREPRISE AVANT LA VISITE</b>                                       | <b>22</b> |
| <b>5.2</b> | <b>ENVIE DE TRAVAILLER EN FONCTION DES ENTREPRISES AVANT LA VISITE</b>                           | <b>23</b> |
| <b>5.3</b> | <b>LES INTERETS DE TRAVAIL PAR ENTREPRISE</b>                                                    | <b>24</b> |
| <b>5.4</b> | <b>SATISFACTION APRES LA VISITE SELON LES ENTREPRISES</b>                                        | <b>25</b> |
| <b>5.5</b> | <b>CE QUE LES GENS ONT PREFERE LORS DES VISITES SELON LES ENTREPRISES</b>                        | <b>26</b> |
| <b>5.6</b> | <b>APRES LA VISITE QUELLES IDEES D'AMELIORATION DU DISPOSITIF SELON LES ENTREPRISES</b>          | <b>27</b> |
| <b>5.7</b> | <b>PAS DE DIFFERENCE D'ATTENTES SELON QUE L'ON SOIT A LA RECHERCHE D'UN EMPLOI OU NON</b>        | <b>27</b> |
| <b>5.8</b> | <b>PAS DE DIFFERENCE D'ATTENTES SELON LA CATEGORIE PROFESSIONNELLE</b>                           | <b>28</b> |
| <b>6</b>   | <b>TABLE DES MATIERES</b>                                                                        | <b>30</b> |
| <b>7</b>   | <b>ANNEXES</b>                                                                                   | <b>31</b> |
| <b>7.1</b> | <b>TABLES DES FIGURES</b>                                                                        | <b>32</b> |
| <b>7.2</b> | <b>QUESTIONNAIRES</b>                                                                            | <b>33</b> |

## 7 ANNEXES

|                                 |           |
|---------------------------------|-----------|
| <b>TABLES DES FIGURES .....</b> | <b>32</b> |
| <b>QUESTIONNAIRES .....</b>     | <b>33</b> |

## 7.1 TABLES DES FIGURES

|                                                                                                                               |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Figure 1 : ENTREPRISES VISITEES PAR LES PARTICIPANTS .....                                                                    | 3  |
| Figure 2 : SEXE DES PARTICIPANTS.....                                                                                         | 3  |
| Figure 3 : AGE DES PARTICIPANTS.....                                                                                          | 3  |
| Figure 1 : ENTREPRISES VISITEES PAR LES PARTICIPANTS .....                                                                    | 3  |
| Figure 4 : CATEGORIE PROFESSIONNELLE DES PARTICIPANTS .....                                                                   | 4  |
| Figure 5 : POURCENTAGE DE PARTICIPANTS A LA RECHERCHE D'EMPLOI .....                                                          | 4  |
| Figure 6 : NOMBRE DE VISITES D'ENTREPRISE EFFECTUEE PAR LES PARTICIPANTS.....                                                 | 4  |
| Figure 7 : LES RAISONS DE LA VISITE .....                                                                                     | 5  |
| Figure 8 : LES ATTENTES PRINCIPALES DES VISITEURS .....                                                                       | 7  |
| Figure 9 : VALEURS MOYENNES DES ATTENTES EN TERMES D'INFORMATION .....                                                        | 8  |
| Figure 10 : VALEURS MOYENNES DES ATTENTES EN TERMES D'INFORMATION .....                                                       | 8  |
| Figure 11 : VALEURS MOYENNES DES ATTENTES EN TERMES D'ECHANGE.....                                                            | 9  |
| Figure 12 : VALEURS MOYENNES DES ATTENTES EN TERMES D'ECHANGES .....                                                          | 9  |
| Figure 13 : VALEURS MOYENNES DES ATTENTES EN TERMES D'INFORMATION .....                                                       | 10 |
| Figure 14 : VALEURS MOYENNES DES ATTENTES EN TERMES D'INFORMATION .....                                                       | 10 |
| Figure 15 : VALEURS MOYENNES DES ATTENTES EN TERMES D'ECHANGES APRES LA VISITE .....                                          | 11 |
| Figure 16 : VALEURS MOYENNES DES ATTENTES EN TERMES D'ECHANGES APRES LA VISITE .....                                          | 11 |
| Figure 17 : ANALYSE EN COMPOSANTES PRINCIPALES DES SCORES RELATIFS AUX<br>INFORMATIONS AVANT ET APRES LA VISITE.....          | 12 |
| Figure 18 : ANALYSE EN COMPOSANTES PRINCIPALES DES SCORES RELATIFS AUX ECHANGES<br>AVANT ET APRES LA VISITE .....             | 13 |
| Figure 19 : SOUHAIT DES PARTICIPANTS DE TRAVAILLER DANS L'ENTREPRISE AVANT LA VISITE .....                                    | 15 |
| Figure 20 : « ENVIE » DES PARTICIPANTS DE TRAVAILLER DANS L'ENTREPRISE APRES LA VISITE .....                                  | 15 |
| Figure 21 : DIFFERENCE CONCERNANT L'ENVIE DE TRAVAILLER DANS L'ENTREPRISE CHEZ LES<br>PARTICIPANTS AVANT/APRES LA VISITE..... | 15 |
| Figure 22 : LES RAISONS QUI DONNENT ENVIE DE TRAVAILLER OU NON DANS L'ENTREPRISE<br>AVANT LA VISITE .....                     | 16 |
| Figure 23 : LES RAISONS QUI DONNENT ENVIE DE TRAVAILLER OU NON DANS L'ENTREPRISE<br>APRES LA VISITE.....                      | 17 |
| Figure 24 : LES PRINCIPAUX INTERETS SELON LES PARTICIPANTS QUANT AU DISPOSITIF MIS EN<br>PLACE.....                           | 18 |
| Figure 25 : APPRECIATION DE LA VISITE PAR LES PARTICIPANTS.....                                                               | 18 |
| Figure 26 : LES SATISFACTIONS DES PARTICIPANTS APRES LA VISITE.....                                                           | 19 |
| Figure 27 : LES POINTS QUE LES PARTICIPANTS ONT PREFERE PENDANT LA VISITE .....                                               | 20 |
| Figure 28 : LES POSSIBILITES D'AMELIORER LA VISITE.....                                                                       | 21 |
| Figure 29 : LES POINTS A AMELIORER DURANT LES VISITE .....                                                                    | 21 |
| Figure 30 : LES RAISONS DE LA VISITE EN FONCTION DE L'ENTREPRISE VISITEE .....                                                | 22 |
| Figure 31 : ANALYSE FACTORIELLE DES RAISONS DES VISITES PAR ENTREPRISE.....                                                   | 22 |
| Figure 32 : LE SOUHAIT DE TRAVAILLER DANS L'ENTREPRISE EN FONCTION DE L'ENTREPRISE<br>VISITEE .....                           | 23 |
| Figure 33 : ANALYSE FACTORIELLE.....                                                                                          | 23 |
| Figure 34 : LES INTERETS DE TRAVAIL PAR ENTREPRISE.....                                                                       | 24 |
| Figure 35 : ANALYSE FACTORIELLE.....                                                                                          | 24 |
| Figure 36 : SATISFACTION DES PARTICIPANTS APRES LA VISITE SELON LES ENTREPRISES .....                                         | 25 |
| Figure 37 : ANALYSE FACTORIELLE.....                                                                                          | 25 |
| Figure 38 : LES DIFFERENTS INTERETS DE LA VISITE EN FONCTION DES ENTREPRISES.....                                             | 26 |
| Figure 39 : LES INTERETS DE LA VISITE EN FONCTION DES ENTREPRISES .....                                                       | 26 |
| Figure 40 : LES IDEES D'AMELIORATION EN FONCTION DES ENTREPRISES.....                                                         | 27 |
| Figure 41 : LES DIFFERENTES ATTENTES DES PARTICIPANTS SELON S'ILS RECHERCHENT UN<br>EMPLOI OU NON .....                       | 27 |
| Figure 42 : CATEGORIE PROFESSIONNELLE DES PARTICIPANTS EN FONCTION DES ENTREPRISES<br>VISITEES.....                           | 28 |
| Figure 43 : ANALYSE FACTORIELLE.....                                                                                          | 28 |

## 7.2 QUESTIONNAIRES



Université  
de Toulouse

### Enquête « visite d'entreprise »

*Cette enquête s'inscrit dans la démarche GTEC en partenariat avec l'Université de Toulouse. Dans ce cadre elle est soumise au plus strict respect de l'éthique de la recherche scientifique notamment en ce qui concerne l'anonymat des personnes.*

*L'enquête vise à mieux cerner les attentes et ressentis des participants aux visites d'entreprises. Pour cela nous avons besoin de votre avis et nous vous demandons de bien vouloir remplir ce petit questionnaire en trois temps :*

- avant la visite (page 1)*
- pendant la visite (page 2)*
- après la visite (page 3)*

*Ensuite vous pourrez le remettre à la personne qui se charge des visites.*

**Ce questionnaire est proposé pour chaque entreprise.**

**Si vous effectuez plusieurs visites durant cette semaine, il vous sera proposé de renseigner le questionnaire pour chacune des visites.**

**Nous vous remercions de votre participation**

**AVANT LA VISITE**

Entreprise visitée : .....

1- Vous êtes : ☐ une femme ☐ un homme

2- Votre âge : ..... ans 3 - Profession : .....

4 - Êtes-vous actuellement à la recherche d'un emploi ? ☐ oui ☐ non5- S'agit-il de votre 1ère visite d'entreprise lors de cette semaine ? : ☐ oui ☐ non (si non combien : .....)

6- Quelle est la raison principale de votre participation à cette visite

7- Quelles sont vos attentes concernant cette visite ?

Cochez une case allant de « Je n'attends pas du tout ça » à « C'est ce que j'attends avant tout »

Des informations sur l'entreprise Je n'attends pas du tout ça ☐☐☐☐☐ C'est ce que j'attends avant toutDes informations sur le ou les métiers Je n'attends pas du tout ça ☐☐☐☐☐ C'est ce que j'attends avant toutDes informations sur les conditions de travail Je n'attends pas du tout ça ☐☐☐☐☐ C'est ce que j'attends avant toutDes informations sur la rémunération Je n'attends pas du tout ça ☐☐☐☐☐ C'est ce que j'attends avant toutDes informations sur le recrutement Je n'attends pas du tout ça ☐☐☐☐☐ C'est ce que j'attends avant toutDes informations sur les carrières Je n'attends pas du tout ça ☐☐☐☐☐ C'est ce que j'attends avant toutAutres informations ..... Je n'attends pas du tout ça ☐☐☐☐☐ C'est ce que j'attends avant toutDes échanges avec le chef d'entreprise Je n'attends pas du tout ça ☐☐☐☐☐ C'est ce que j'attends avant toutDes échanges avec le recruteur Je n'attends pas du tout ça ☐☐☐☐☐ C'est ce que j'attends avant toutDes échanges avec les employés Je n'attends pas du tout ça ☐☐☐☐☐ C'est ce que j'attends avant toutDes échanges avec les autres visiteurs Je n'attends pas du tout ça ☐☐☐☐☐ C'est ce que j'attends avant toutAutres échanges avec..... Je n'attends pas du tout ça ☐☐☐☐☐ C'est ce que j'attends avant toutVoir concrètement le ou les métiers Je n'attends pas du tout ça ☐☐☐☐☐ C'est ce que j'attends avant toutAutres attentes : ..... Je n'attends pas du tout ça ☐☐☐☐☐ C'est ce que j'attends avant tout8 - Puis merci d'indiquer (en les entourant dans la liste ci-dessus) vos 2 attentes principales

9- Souhaiteriez-vous travailler un jour dans cette entreprise ?

☐ oui ☐ non ☐ je ne sais pas

Pourquoi ? (Cochez 2 réponses maximum)

☐ La distance par rapport à votre domicile☐ L'intérêt des métiers proposés☐ La notoriété de l'entreprise☐ Autres raisons .....

10- De manière générale quel(s) intérêt(s) trouvez-vous à ce dispositif de visites d'entreprises ?

**PENDANT LA VISITE**

**Merci de noter, si vous le souhaitez, les éléments ou impressions, quels qu'ils soient, qui vous semblent importants durant votre visite**

## APRES VISITE

1- Avez-vous apprécié cette visite ? ☐ oui ☐ non ☐ les deux

2-Quelles attentes ont été satisfaites durant la visite ?

Cochez une case allant de « je ne suis pas du tout satisfait(e) » à « je suis pleinement satisfait(e) »

|                                                |                               |                                                                                                                              |                              |
|------------------------------------------------|-------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------|
| Les informations sur l'entreprise              | Je suis pas du tout satisfait | <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> | Je suis pleinement satisfait |
| Les informations sur le ou les métiers         | Je suis pas du tout satisfait | <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> | Je suis pleinement satisfait |
| Les informations sur les conditions de travail | Je suis pas du tout satisfait | <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> | Je suis pleinement satisfait |
| Les informations sur la rémunération           | Je suis pas du tout satisfait | <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> | Je suis pleinement satisfait |
| Les informations sur le recrutement            | Je suis pas du tout satisfait | <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> | Je suis pleinement satisfait |
| Les informations sur les carrières             | Je suis pas du tout satisfait | <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> | Je suis pleinement satisfait |
| Les autres informations sur .....              | Je suis pas du tout satisfait | <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> | Je suis pleinement satisfait |
| Les échanges avec le chef d'entreprise         | Je suis pas du tout satisfait | <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> | Je suis pleinement satisfait |
| Les échanges avec le recruteur                 | Je suis pas du tout satisfait | <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> | Je suis pleinement satisfait |
| Les échanges avec les employés                 | Je suis pas du tout satisfait | <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> | Je suis pleinement satisfait |
| Les échanges avec les autres visiteurs         | Je suis pas du tout satisfait | <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> | Je suis pleinement satisfait |
| Les autres échanges avec.....                  | Je suis pas du tout satisfait | <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> | Je suis pleinement satisfait |
| L'accès concret aux métiers                    | Je suis pas du tout satisfait | <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> | Je suis pleinement satisfait |
| Concernant les autres attentes : .....         | Je suis pas du tout satisfait | <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> | Je suis pleinement satisfait |

3 -Puis merci d'indiquer (en les entourant dans la liste ci dessus) les 2 points principaux de satisfaction

4- Qu'avez-vous préféré lors de cette visite ?

5- Après la visite, pensez-vous être amené à travailler un jour dans cette entreprise ?

☐ oui ☐ non ☐ ne sait pas

Pourquoi ? (cocher 2 réponses maximum)

☐ La distance par rapport à votre domicile

☐ L'intérêt des métiers proposés

☐ La notoriété de l'entreprise

☐ Autres raisons .....

5- D'après-vous, pourrait-on améliorer ces visites ? (échelle oui tout à fait à non)

Oui, tout à fait ☐☐☐☐☐ non, c'était parfait

Si oui, comment ?