

3. Les lendemains qui chantent de la formation professionnelle suisse (Nadia Lamamra et Barbara Duc)

Image 2 : Campagne FORMATIONPROFESSIONNELLEPLUS, SEFRI



- 16 En 2015, le Secrétariat d'État à la formation, la recherche et l'innovation (SEFRI), en charge de la formation professionnelle en Suisse, initie une campagne de promotion de la formation professionnelle supérieure⁴ en montrant les carrières qu'elle rend possibles après l'obtention d'un diplôme professionnel de base, le certificat fédéral de capacité (CFC), éventuellement complété par une maturité professionnelle (diplôme comparable au baccalauréat professionnel en France). Réactivée chaque année, cette campagne est particulièrement visible dans l'espace public, se déclinant notamment en affiches grand format dans les rues et en autocollants sur les vitres des bus. Elle cherche à rendre les carrières en formation professionnelle visibles et insiste sur l'idée que la formation professionnelle de base, symbolisée par son diplôme, le CFC, offrirait des possibilités de poursuites de formation vers le supérieur et corrélativement permettrait des formes de mobilité sociale.

3.1 Un concept visant à marquer les esprits

- 17 Les images de la campagne sont toutes construites sur le même principe : deux métiers, celui de départ et celui d'arrivée, sont symbolisés par un objet (vêtement, outil, pièce manufacturée) ayant entre eux une proximité graphique ou thématique, qui crée une apparente proximité sémantique. Cette association vise à interpeller le public, tout d'abord par l'humour – dialogue entre les alliances de la bijoutière et les menottes de la

policière ou entre le blaireau du coiffeur et la tête d'autruche du biologiste –, pour dans un deuxième temps l'amener à imaginer des reconversions professionnelles inattendues mais présentées comme possibles⁵.

- 18 Qu'il y a-t-il derrière cette apparente proximité ? Dans la première image retenue ici, le discours est médiatisé par des objets symboliques renvoyant au statut professionnel et social des individus concernés : la chaussure de sécurité de l'ouvrier du bâtiment cohabite ainsi avec la chaussure bateau de l'entrepreneur. Les promesses sont diverses : tout d'abord, celle d'une sortie du travail d'exécution, marqué par la pénibilité physique et, dans le cas présent, par les conditions parfois extrêmes du travail en plein air ; celle, ensuite, de la sortie du salariat et du statut qui en découle ; enfin, celle d'une mobilité sociale, d'un changement de classe. Il ne s'agit ainsi pas uniquement de grimper dans la hiérarchie – devenir chef de chantier –, mais bien d'embrasser un statut d'indépendant, de patron d'une entreprise du bâtiment. Les chaussures bateau attestent, non seulement de l'éloignement du quotidien de chantier, mais encore d'une mobilité sociale, ce modèle étant largement associé aux milieux bourgeois.

Image 3 : Campagne FORMATIONPROFESSIONNELLEPLUS, SEFRI



- 19 La deuxième image retenue ici met en correspondance deux types d'outils : le large pinceau de la peintre en bâtiment et ceux plus fins de la restauratrice d'art. Si la proximité sémantique est tout de suite évidente, elle ajoute une nouvelle perspective, celle des mobilités de genre⁶ (Guichard-Claudic, Kergoat et Vilbrod, 2008). La campagne du SEFRI a, en effet, porté une attention particulière aux parcours féminins, pour inciter les femmes à poursuivre leur formation dans le supérieur. Certaines affiches laissent ainsi entendre un « allant de soi de la mixité » dès lors qu'on atteindrait le supérieur, proposant ainsi une transgression de genre⁷ – de bijoutière à policière, d'esthéticienne à instructrice de fitness. L'affiche qui promet à la peintre un avenir de

restauratrice relève d'un autre registre puisque la transgression a déjà eu lieu en formation professionnelle initiale (en Suisse, malgré une avancée en mixité, le métier de peintre en bâtiment est encore très masculin⁸). La poursuite vers le supérieur et le métier de restauratrice d'art apparaît dès lors être comme une réassignation de genre, une remise en conformité entre sexe et métier. La mobilité sociale et symbolique (vers un métier socialement et culturellement valorisé car artistique) ne serait-elle possible qu'au prix d'une réassignation dans un métier féminin ?

- 20 Ainsi, si dans le premier cas, la promesse est celle d'une sortie de classe pour les hommes, dans le second, on pourrait parler de « ré-entrée » de genre en ce qui concerne les femmes. Tout laisse à penser que, dans le contexte helvétique, il est difficilement envisageable de faire une double mobilité ascendante, de classe et de genre. Plus encore, la mobilité sociale et/ou symbolique (vers un métier socialement et culturellement valorisé, car artistique) ne semble possible pour les femmes qu'au prix d'un reclassement de genre. Par ailleurs, aucune affiche ne propose une transgression de genre aux hommes.

3.2 Derrière des images attractives, le maintien d'un statu quo

- 21 La promesse de mobilité professionnelle, sociale et symbolique mise en image par cette campagne de promotion révèle au final quatre éléments. Premièrement, une relégation du CFC a une simple fonction de tremplin, un diplôme propédeutique (Lamamra et Moreau, 2016). Il perd ainsi l'une des caractéristiques qui a participé à sa reconnaissance et à son succès : être en premier lieu un diplôme d'insertion dans l'emploi, auquel est associée une évolution professionnelle possible. Ce changement de paradigme est confirmé par le texte d'accroche « Les Pros vont de l'avant », qui valorise la poursuite de la formation dans le supérieur et la formation tout au long de la vie. Deuxièmement, une occultation des facteurs influençant les parcours de formation. En effet, la poursuite vers un brevet ou une maîtrise, ou encore une haute école spécialisée est socialement marquée. Ainsi, la nationalité, le sexe et le niveau de formation des parents influencent la possibilité ou non de faire de telles carrières (OFS, 2018c). La campagne participe donc de l'illusion d'une filière complète, où l'on commencerait par un CFC pour finir avec un master ou un doctorat. Si la perméabilité du système rend de tels parcours théoriquement possibles, ils sont statistiquement peu probables. En troisième lieu, certains des métiers promis répondent davantage à un effet de style (le comique de situation créé par la mise en dialogue des deux images) qu'à une possibilité de carrière réelle, les postes de restauratrices d'art, par exemple, restant relativement rares. Enfin, il faut relever une invisibilisation du caractère particulièrement ségrégué des filières de formation (de la formation professionnelle initiale à l'université ou dans les hautes écoles spécialisées, voir OFS, 2018a, b) et du marché du travail suisses. Les personnes, hommes et femmes, optant et se maintenant durablement dans des filières majoritairement occupées par des personnes de l'autre sexe restent en effet minoritaires (OFS, 2018a, b).