

Promotion des métiers techniques et filières auprès des 12-15 ans et de leurs parents

Contexte

Depuis de nombreuses années, les secteurs industrie et construction multiplient les actions de promotion des métiers afin d'attirer davantage de jeunes dans les filières d'enseignement qualifiant ou de formation en alternance. En effet, celles-ci sont sous-fréquentées et de nombreux métiers sont en pénurie de main d'œuvre.

Les pôles de synergie des 2 secteurs se sont associés fin 2019 autour d'un vaste projet de capsules vidéo qui seront diffusées exclusivement sur le net, au travers d'une campagne digitale.

L'idée a germé suite à un sondage réalisé par l'IBEFE auprès de 546 jeunes du bassin. L'objectif était de connaître leurs habitudes de consommation des vidéos sur le net, en particulier celles réalisées par des youtubeurs/influenceurs. Des ingrédients clés ont été extraits de leurs préférences, que nous avons utilisé pour concevoir la campagne digitale. Un influenceur régional, cumulant 900.000 abonnés, a été sélectionné comme acteur phare des vidéos. Au total, 37 vidéos seront diffusées sur une période d'environ 2 mois, de la mi-août à la mi-octobre. Tournées en entreprises, elles mettront en scène les métiers de façon décalée, ludique et interactive. Chaque personne qui visionnera une vidéo sera orientée vers une page web reprenant des informations détaillées sur les filières d'enseignement et de formation menant à ces métiers.

L'impact de diffusion dépassant largement le territoire du bassin, le projet a été financé conjointement par les fonds sectoriels (Alimento, Volta, Constructiv), la Centrale des métiers de Liège (future Cité des métiers), les IBEFE de Liège, Luxembourg, Verviers et le SGD Forem.

Objectifs

- Accrocher le public jeune et ses parents à l'intérêt des métiers techniques
- Améliorer l'image des métiers de ces secteurs en renforçant l'attrait des filières d'enseignement qualifiant et de formation en alternance
- Encourager l'orientation des jeunes et leurs parents vers ces filières et formations

Timing de l'action

- Juin-juillet : tournages des capsules et création de la page web (landing page)
- Début août : préparation de la diffusion de la campagne
- Mi-août : lancement de la campagne avec un jeu-concours
- De mi-août à mi-octobre : diffusion hebdomadaire des vidéos avec analyses régulières et adaptation de stratégie
- Fin octobre : événement de clôture (à définir)
- Novembre : analyse des résultats de campagne

Vous souhaitez relayer la campagne sur vos réseaux sociaux ? Envie d'en savoir plus ?

Contactez : Marie Meunier – 087/325.975 – marie.meunier@forem.be