

A l'occasion des 40 ans des Missions Locales en France, l'Association Régionale des Missions Locales du Grand-Est teste une nouvelle approche pour cibler les jeunes en lançant sa première grande campagne de communication

Après les traditionnelles approches (flyers, salons,...), les Missions Locales du Grand Est activent de nouveaux moyens de communication pour s'adresser à la jeune génération et à leurs parents. **Sur un ton jeune et décalé** pour les 16-25 ans ou au **second degré** pour leur entourage mais avec de **vraies informations**, le but des messages est de **soulever les thématiques sociales** moins connues des Missions Locales et **l'accompagnement ultra personnalisé**.

La campagne se décline en 5 axes :

***l'affichage** : Une trentaine de gares couvrant le territoire des 43 Missions Locales du Grand-Est seront ciblées via le réseau publicité Média Gares. Au total plus de 80 affichages seront collés du 3 au 10 octobre.

***l'achat d'espace publicitaire**



M6 : les jeunes sont ciblés particulièrement à travers l'achat d'espace du streaming de M6 grâce à 3 capsules vidéo de 30 secondes qui renverront vers la page de la campagne créée pour l'occasion.

Liens vers une vidéo pour les parents : <https://www.youtube.com/watch?v=2AwKa7a2p08>

Liens vers une vidéo pour les jeunes : <https://www.youtube.com/watch?v=Pm2KI5pHOHY>



Spotify : 2 clips audio pour les jeunes et 1 pour les parents seront diffusés d'octobre à décembre sur la plateforme d'écoute, ils renverront vers les pages référentes suivant le public ciblé.

Liens des pages dédiées : Pour les parents : <https://arml-grandest.fr/mission-locale-aide-25-ans-prescripteur/>

Pour les jeunes : <https://arml-grandest.fr/mission-locale-aide-16-25-ans-jeunes/>

*les sacs à pain

Répartis sur l'ensemble du territoire, les 100 000 sacs envelopperont les baguettes de pain de 250 boulangeries partenaires dans les villes des Missions Locales. Le QR code imprimé permettra de renvoyer sur la page dédiée de la campagne.



***les annonces sur les moteurs de recherche**: sur Google ainsi que YouTube, l'Association Régionale des Missions Locales du Grand-Est mise sur le référencement payant pour remonter dans les résultats de recherche afin de diriger ses publics vers son site internet **arml-grandest.fr** .

***les réseaux sociaux** : des campagnes sponsorisées sur Facebook pour les parents et sur TikTok, Snapchat et Instagram pour les jeunes seront actionnées d'octobre à la fin de l'année. Des clips vidéos en version courte visionnables en version longue en cliquant sur l'image permettront de découvrir les 6 films qui expliquent pourquoi aller à la rencontre des collaborateurs des Missions Locales et les informations pour les localiser facilement.

« Nous avons longuement réfléchi pour créer une communication innovante axée sur les problématiques rencontrées par les jeunes et diffusée sur des canaux de communication originaux et variés. »

Nicolas Burdet, Chargé de Communication ARML Grand-Est

A Propos de l'Association Régionale des Missions Locales du Grand-Est :

Les Missions Locales ouvrent leurs portes en 1982 suite au rapport de Bertrand Schwartz mettant en avant le très fort taux de chômage chez les jeunes. Elles proposent une mission de service public de proximité envers les 16-25 ans afin de les aider à lever les obstacles rencontrés dans leur insertion professionnelle et sociale.

Aujourd'hui, on compte **436 missions locales** (complétées par des antennes et des permanences) réparties à travers **6 800 sites** sur l'ensemble du territoire français avec pour maîtres-mots **Respect, Egalité et Bienveillance**.

Plus d'informations sur <https://arml-grandest.fr/> .

Contact Presse

IMPULSE COMMUNICATION

Amandine Chamoin-Volhuer

Tel: 06.70.35.01.77

amandine@impulse-communication.fr

www.impulse-communication.fr