

L'industrie s'offre une vaste campagne de communication pour susciter des vocations

Les 32 branches professionnelles réunies au sein de l'opérateur de compétences Opco 2i lancent le 26 février une campagne de communication dotée d'un budget de 15 millions d'euros sur trois ans. Cette opération vise à valoriser les métiers de l'industrie auprès des jeunes et des personnes en reconversion.

● Par [Estelle Durand](#) - Le 17 février 2023.

C'est une première. Les 32 branches professionnelles réunies au sein d'Opco 2i investissent dans une campagne de communication commune pour faire connaître la diversité des métiers de l'industrie et leur caractère innovant. Dotée de 15 millions d'euros sur trois ans, cette opération débute le 26 février par la diffusion d'un spot qui met en avant l'apport des métiers de l'industrie dans des domaines comme les énergies renouvelables, la santé, les infrastructures, le textile ou encore la cosmétique.

Des médias à forte audience

La première vague de cette campagne se décline pendant trois semaines dans des médias à forte audience – chaînes de télévision nationales, plateformes de replay, salles de cinéma et panneaux d'affichage – avec pour ambition de toucher « *les jeunes en priorité mais aussi les demandeurs d'emploi, les personnes en reconversion et les prescripteurs* », précise Stéphanie Lagalle-Baranès, directrice générale d'Opco 2i. Les spots et les visuels, associés à la marque « *Avec l'industrie* » et à sa signature « *On a un avenir à fabriquer* », seront par ailleurs largement diffusés sur Internet, via un [site dédié](#), et sur les réseaux sociaux.

Faire face à la pénurie de main d'oeuvre

Avec cette opération commune, les 32 branches professionnelles entendent susciter des vocations à l'heure où l'industrie connaît de fortes mutations, liées aux transitions écologiques, numériques et économiques, et où les entreprises font face à une pénurie de main d'œuvre. Le nombre de projets de recrutements avoisine ainsi les 300 000 dont 60 % considérés comme difficiles à mener, rappelle Jean-Pierre Fine, trésorier d'Opco 2i. « *Près de 80 000 emplois sont aujourd'hui non pourvus. Le problème est massif à tous les niveaux de qualifications, il n'y a pas d'exception.* »

Valoriser l'image de l'industrie et de ses métiers

Pour séduire de nouveaux talents dans ce contexte délicat, la campagne a pour ambition de changer l'image de l'industrie en mettant en avant les transformations technologiques et les innovations qui parlent aux jeunes. « *La nouvelle génération est en quête de sens et d'éthique, c'est ce qui nous a guidé dans notre communication*, explique Pascal Le Guyader, vice-président d'Opco 2i, citant les chiffres d'une étude montrant que « *30 % des diplômés des grandes écoles refusent d'envisager une carrière au sein d'entreprises qui ne sont pas scrupuleuses en termes d'environnement ou de respect de la diversité.* »

Une marque unique pour jouer collectif

En mobilisant un budget de 15 millions d'euros, les branches de l'industrie souhaitent inscrire leur campagne dans la durée. Quatre vagues nationales sont ainsi programmées sur trois ans pour renforcer la notoriété de la marque commune et l'attractivité des métiers de l'industrie. Le dispositif offre par ailleurs aux branches et à leurs parties prenantes la possibilité de décliner les messages en mettant en avant leurs spécificités. La marque « *Avec l'industrie* » sera ainsi le fil rouge de nombreux événements organisés dans les territoires : salons de l'orientation, forums de recrutement, journées portes ouvertes, etc.

« Avec l'industrie », une campagne d'envergure

Une campagne organisée en **4 vagues** et dotée d'un budget de **15 millions d'euros sur trois ans**

La **1^{ère} vague** débute le 26 février avec :

- Un film publicitaire diffusés sur les **chaînes nationales** (TF1, France 2, M6), sur les plateformes de replay (MyTF1, France TV, 6play, myCanal, Arte) et dans **500 salles de cinéma pendant trois semaines**
- **6 000 panneaux** d'affichage dans **65 villes**
- **Un site web dédié**
- Des déclinaisons de la campagne sur **Internet** et sur les **réseaux sociaux**
- Des **événements** – salons de l'orientation, forums de recrutement, journées portes ouvertes, etc. – organisés sous la bannière « *Avec l'industrie* » dans toute la France