

## PRIX DE LA COMMUNICATION D'INFLUENCE

COM-ENT D'OR EX-AEQUO

### #FIERSDEFAIRE AVEC L'UIMM

Entreprise : UIMM (l'Union des Industries et Métiers de la Métallurgie)

Agence : BRAINSONIC

Date : 06-2022 / 02-2023



UIMM  
LA FABRIQUE  
DE L'AVENIR

#FIERS DE  
FAIRE

#### POURQUOI CETTE CAMPAGNE ?

Les entreprises industrielles spécialisées dans la métallurgie sont confrontées à une préoccupation majeure : celle de trouver les compétences nécessaires à leur développement. L'UIMM (l'Union des industries et des métiers de la métallurgie) est engagée pour faire évoluer l'image de l'industrie et l'attractivité de ses métiers.

Pour répondre à cet enjeu, l'UIMM a pris des engagements forts en matière d'emploi et de formation : parmi eux, celui d'augmenter de 50 % le nombre d'alternants dans la branche. Comment intéresser les jeunes aux belles innovations et challenges qu'offre ce secteur stratégique pour l'avenir de notre pays ?

## POUR QUI ?

Les 16-22 ans en recherche d'informations et d'orientation. Avec cette stratégie, l'UIMM dépoussière l'image que peuvent avoir les jeunes du secteur de l'industrie, une image pour 1/3 d'entre eux à tendance négative (spontanément liée à la pollution, au travail à la chaîne, à la délocalisation).

Une série de challenges portés par leurs créateurs de contenus préférés qui font appel à des expertises, des techniques et savoir-faire ainsi que le dépassement de soi et la coopération en équipe. Le tout afin de rediriger les jeunes sur WhatsApp, puisque nous avons lancé le chatbot Yumi, l'avatar des ambassadeurs de l'industrie aux airs de figurine pop, qui permet à de nombreux jeunes de s'informer, de s'interroger, de se divertir et d'eux aussi trouver leur voie dans l'industrie.

## COMMENT ?

Afin de sensibiliser les jeunes aux métiers de l'industrie, nous avons décidé de les cibler sur leurs plateformes favorites, en leur proposant du contenu co-créé avec leurs influenceurs fétiches.

Premièrement sur Twitch en lançant 2 "défis de l'industrie" avec le géant du gaming, Doigby sur Minecraft en le challengeant sur la construction d'une fusée la plus réaliste possible dans un temps imparti.

Et sur Satisfactory avec Skyart et Aypierre dans le cadre d'un jeu de simulation, d'automatisation et de construction pour réaliser une unité de production le plus rapidement possible afin de créer un drone. sur YouTube avec Hihacks en le challengeant sur la construction d'une sculpture géante. Cette vidéo fait un focus sur la formation en chaudronnerie.

## QUELS RÉSULTATS ?

Sur Instagram et Facebook, la campagne #FiersDeFaire a généré près de 17 millions d'impressions.

Plus de 600k viewers sur Twitch et YouTube :

- 50 000 viewers sur Twitch avec AyPierre et Skyyart
- 100 000 viewers sur Twitch avec Doigby
- 460 000 vues sur YouTube avec HihacksPlus
- Plus de 6k expériences autour du chatbot pour sensibiliser les jeunes à trouver leur voie dans l'industrie.

Cette stratégie étant en cours, nous récoltons au fur et à mesure les données quantitatives et qualitatives notamment sur la progression du nombre d'étudiants en alternance dans ces domaines d'expertises.

## PROCESS DE COMMUNICATION RESPONSABLE

Avec cette stratégie, l'UIMM dépoussière l'image que peuvent avoir les jeunes du secteur de l'industrie, une image pour 1/3 d'entre eux à tendance négative (spontanément liée à la pollution, au travail à la chaîne, à la délocalisation).

Alors que l'industrie propose des solutions aux défis actuels, elle innove pour une croissance plus verte, avec des productions françaises plus durables qui contribuent à la transition écologique. Autant de valeurs et de principes qui animent les jeunes d'aujourd'hui en mêlant passion, innovation constante et capacité à changer les choses pour un monde plus durable.

Pour ce faire, l'UIMM lance la campagne #FiersDeFaire, qui fait écho à la quête de sens des jeunes en les touchant sur leurs plateformes favorites : Twitch, YouTube, ou encore WhatsApp.