

## PRIX DE LA COMMUNICATION DIGITALE EXTERNE



COM-ENT D'OR

### C'EST UNE MISSION

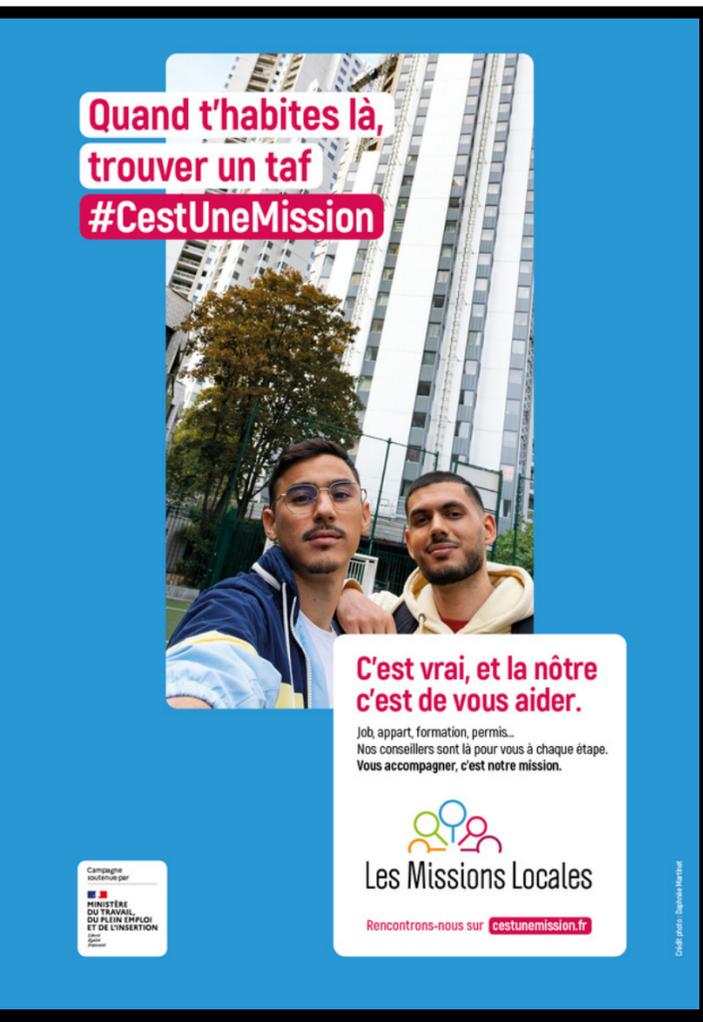
Entreprise : Union Nationale des Missions Locales Agence : EPOKA

Date : 10-2022 / 12-2022

#### POURQUOI CETTE CAMPAGNE ?

Une première campagne nationale pour mieux faire connaître les Missions Locales auprès de leurs potentiels bénéficiaires, les 16-25 ans ayant besoin d'un accompagnement pour leur insertion sociale et professionnelle, et leur donner envie de solliciter la Mission Locale proche de chez eux. Elle montre la pertinence et la plus-value de ce dispositif d'accompagnement des jeunes en difficulté : les missions locales accompagnent les jeunes vers la vie adulte, en tenant compte leurs singularités, avec adaptabilité, agilité et innovation sociale.

Une campagne de visibilité massive touchant prioritairement les jeunes concernés, mais également les prescripteurs et l'écosystème institutionnel des Missions Locales.



## POUR QUI ?

- Cible prioritaire : les jeunes concernés.
- Cibles secondaires : leurs prescripteurs et référents : parents, personnel éducatif, l'écosystème institutionnel.
- Cibles relais : l'ensemble du réseau des missions locales. La campagne « Les Missions Locales, vous accompagner, c'est notre mission ! » est diffusée sur deux mois, majoritairement en digital et social media, complété par de l'audio digital, du DOOH et du Tv replay.

Pour amplifier la portée de la campagne :

- Un partenariat media avec Konbini, avec des témoignages portraits de jeunes accompagnés
- Un dispositif de brand content social media, amplifié
- par l'animation du réseau des Missions Locales (kit de communication, accompagnement en CM).

## COMMENT ?

En complément des actions médias digital et social, nous avons déployé :

- Une stratégie de brand content : des contenus éclairant les missions, valorisant l'apport des conseillers des missions locales et des témoignages de jeunes accompagnés. Des formats incarnés et une approche de storyliving pour susciter identification et encourager le passage à l'action, produits en propre ou en partenariat avec Kombini.
- Un dispositif d'advocacy comme levier d'amplification de proximité décisif. Co-construction des plannings de publication, webinars réguliers, coaching social media... toutes les missions locales ont été mobilisées pour se servir de cette bibliothèque de contenus et les diffuser sur leurs réseaux.

## QUELS RÉSULTATS ?

Films sponsorisés  
+ 33 millions de vues  
+ 4000 interactions

Partenariat Konbini  
5,3 millions d'impressions  
3,5 millions de vues

Animation social média organique  
127 402 impressions  
45 commentaires  
1 082 partages  
121 enregistrements 3 872 likes

+ 3 553 abonnés sur le compte  
237000 visites sur le site de campagne, invitant les jeunes à localiser la mission locale proche de chez eux.