

Campagne de communication pour la certification professionnelle pour adultes

Les entreprises jouent un rôle clé

Le SEFRI lance cet été une campagne de communication afin de renforcer la notoriété de la certification professionnelle pour adultes. Cette campagne ne s'adresse pas uniquement aux adultes, elle entend également sensibiliser et mobiliser les employeurs et les services d'orientation. Fondée sur des témoignages et des histoires de succès authentiques, elle expose aux trois groupes cibles les bénéfices de la certification professionnelle pour adultes.



Dans le cadre de la campagne, des personnes concernées par la certification professionnelle pour adultes racontent leur propre histoire (de formation) ou partagent leur expérience en la matière. Photo: m&d

En Suisse, différentes branches font face à des difficultés lors de la recherche de personnel qualifié. Parallèlement, de nombreux employés ne disposent pas de qualifications reconnues sur le marché du travail.

La certification professionnelle pour adultes permet aux branches concernées de recruter plus de main-d'œuvre qualifiée et offre des perspectives professionnelles aux adultes désirant acquérir une qualification. Les offres de formation professionnelle pour les adultes sont bien coordonnées en Suisse, mais les entreprises et les adultes ne connaissent souvent que trop peu cette possibilité d'obtenir un diplôme professionnel à l'âge adulte.

Informé, sensibiliser et mobiliser

Le SEFRI lance donc une campagne de communication pour contrer cet état de fait. L'objectif de la campagne est d'infor-

mer les groupes cibles sur la certification professionnelle pour adultes, de les sensibiliser à ce sujet et de les encourager à agir. Il est en effet nécessaire que les adultes soient plus nombreux à obtenir un diplôme professionnel, que les entreprises soutiennent leurs collaborateurs et que les services d'orientation utilisent les instruments de la campagne dans le cadre de leurs propres activités.

Le SEFRI a confié la mise en œuvre de la campagne à l'agence «Prime Communications». L'agence zurichoise a convaincu le jury par sa stratégie et par son train de mesures intégré très complet.

Hétérogénéité des groupes cibles: le principal défi

L'hétérogénéité des groupes cibles a représenté le plus gros défi dans l'élaboration de la stratégie. Les adultes, les entreprises et les services d'orientation

possèdent tous des connaissances préalables différentes sur le sujet, ils ne sont pas sensibles aux mêmes arguments et n'utilisent pas les mêmes canaux de communication. Il faut donc utiliser des instruments différents pour chaque groupe cible. Toutefois, il est nécessaire de garder malgré tout un point commun, qui touche les trois groupes cibles de la même façon et qui puisse être intégré à tous les instruments.

Procédure pour atteindre les groupes cibles

Deux constats forment les piliers de la procédure stratégique: premièrement, il est très important que l'employeur soutienne l'adulte qui réalise une certification professionnelle; deuxièmement, les entreprises savent quels collaborateurs ne disposent pas de qualifications reconnues sur le marché du travail, elles peuvent évaluer leur potentiel et sont en contact

direct avec eux. Ces éléments permettent de conclure que le groupe cible des entreprises jouera un rôle décisif dans le succès de la présente campagne de communication.

Stratégie descendante (top-down)

En raison de l'hétérogénéité des groupes cibles et pour éviter des pertes d'efficacité, le SEFRI renonce à mener une vaste campagne faitière. A la place, il table sur la mise en œuvre d'une stratégie descendante (top-down) et d'une stratégie complémentaire ascendante (bottom-up).

Selon la stratégie descendante, l'agence mène un travail de lobbying auprès de diverses associations professionnelles et organisations de branches afin de les gagner à la cause. Les activités de communication des associations, spécifiques à la branche, permettent d'atteindre et de sensibiliser les deux groupes cibles que sont les entreprises et les services d'orientation. Par là même, ces deux groupes sont tenus de participer activement à la promotion de la certification professionnelle pour adultes. Ils disposent à cet effet de plusieurs supports de communication, tels que des brochures, du matériel d'exposition ou des présentations, et peuvent ainsi informer leurs collaborateurs ou des

adultes intéressés qui ne disposent pas d'un diplôme recherché sur le marché du travail.

Stratégie ascendante (bottom-up)

En complément à la stratégie descendante, l'agence de communication applique une stratégie ascendante, ciblée sur le groupe des adultes, très hétérogène et qui utilise de nombreux médias différents. On peut toutefois penser que la plupart d'entre eux sont actifs dans les médias sociaux, ce qui explique la mise sur pied d'une campagne dans ce type de médias pour toucher précisément ce groupe cible. De plus, ce sont des histoires de succès authentiques qui sont mises en scène dans cette campagne pour informer les adultes et leur entourage de la possibilité d'une certification professionnelle pour adultes.

La plus-value comme point commun

Les stratégies descendante et ascendante seront mises en œuvre en 2018 et 2019 au moyen d'une combinaison d'instruments. Les messages véhiculés dans la campagne sont toutefois les mêmes pour tous les instruments. Le point commun, qui touche les trois groupes cibles, est la plus-value de la certification professionnelle, tant pour les adultes que pour les entreprises.

Cette plus-value est véhiculée par de vrais témoignages. Des personnes concernées par la certification professionnelle pour adultes racontent leur propre histoire (de formation) ou partagent leur expérience en la matière. Les témoignages couvrent une palette de représentants des trois groupes cibles et de diverses branches.

Par ces témoignages, la campagne entend gagner en crédibilité et afficher la diversité nécessaire pour convaincre les trois groupes cibles. En outre, les histoires et les avis qu'elle véhicule peuvent être utilisés librement pour créer de nouveaux contenus sur tous les canaux de communication: des microsites sur www.maturiteprofessionnelleplus.ch aux relations publiques, en passant par la publicité.

Contact

Sabina Giger, SEFRI
Direction du projet, unité Politique de la formation professionnelle
☎ +41 58 463 14 06
✉ sabina.giger@sbfi.admin.ch

Informations complémentaires

Dossier Certification professionnelle pour adultes
🌐 www.formationprofessionnelleplus.ch



PLUS D'EFFICACITÉ
«GRÂCE AUX COLLABORATEURS QUALIFIÉS, NOUS AMÉLIORONS NOS PERFORMANCES.»

Pepe Russo, 42 ans
Directeur
Giovanni Russo AG