

## L'Apec prend la parole dans les médias ultramarins

**Moins de deux mois après son installation à La Réunion, et alors qu'elle renforce ses équipes en Guadeloupe et Martinique, l'Apec lance une nouvelle vague de spots radios-tv diffusée sur l'ensemble du territoire, y compris en Outre-mer.**

« C'est la première fois que nous communiquons dans les DROM. C'est l'occasion de rappeler que nous agissons sur l'ensemble des territoires, au plus près des spécificités locales », explique Véronique Dubois, directrice de la communication de l'Apec.

« En effet, conscients des difficultés de recrutement que rencontrent notamment les TPE-PME ultramarines, il nous semblait important de leur rappeler que nous leur proposons des services sur-mesure, adaptés à leurs réalités locales. L'enjeu est de taille : les aider à trouver les compétences cadres dont elles ont besoin et qui vont leur permettre de pérenniser leur développement économique. »

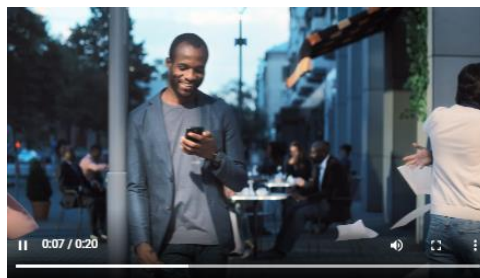
### Une campagne orientée recruteurs

Dès le 9 mars, en radio, l'Apec dévoile une nouvelle saga qui se décline autour de trois épisodes :

- « *La startup* » qui met en exergue la difficulté de trouver des profils experts et spécialistes sur leur domaine. En réponse, la présélection de candidates et candidats par l'Apec permet aux entreprises de gagner du temps dans leurs recrutements
- « *La fabrique* », un spot qui met en avant l'accompagnement des consultant·e·s de l'Apec pour définir les besoins et profils recherchés par les entreprises
- Enfin, l'épisode « *Les petites boîtes* » revient sur l'expertise de l'Apec au profit des problématiques des TPE/PME.

Le **film TV**, diffusé à partir du 23 mars, reprend, dans un format court de 20", la campagne originelle de l'Apec « Nous rencontrer, c'est avancer ». Conservant sa bande-son iconique (le morceau *Lonely Town*), le film s'adresse aux cadres et aux recruteurs avec un message repensé autour de leurs besoins (nouveau défi professionnel, besoins en compétences cadres).

Enfin, en TV comme en radio, l'accent est mis sur l'ancrage territorial et la force du réseau Apec, qui s'appuie sur 500 consultant·e·s, réparti·e·s en France métropolitaine et dans les DROM.



### Découvrir la campagne

**Annonceur :** Apec

**Agence :** Babel+Madame Bovary+Evolve

**Spots radios :** « [La start-up](#) », « [La fabrique](#) », « [Les petites boîtes](#) »

**Date de diffusion :** du 9 mars 2020 au 5 avril

**Plan média :** France Info, France Inter, RMC et BFM Business. Les radios Guadeloupe La 1<sup>ère</sup>, Martinique La 1<sup>ère</sup>, Réunion La 1<sup>ère</sup>. Un bouquet de radios musicales réunionnaises (NRJ, Chérie, RTL, Rires & Chansons, Radio Est). RCI.FM

**Film TV :** « **Nous rencontrer, c'est avancer** » [à visionner dès le 23 mars]

**Date de diffusion :** du 23 mars à fin juin

**Plan média :** Les chaînes du groupe France Télévisions, et dans les DROM : Guadeloupe La 1<sup>ère</sup>, Martinique La 1<sup>ère</sup>, Réunion La 1<sup>ère</sup>. LCI, CNews et BFMTV.

### À propos de l'Apec

L'Apec, Association pour l'emploi des cadres, aide les entreprises à recruter les compétences cadres nécessaires à leur développement et ce, sur l'ensemble des territoires. Grâce à sa connaissance des réalités des bassins d'emploi, elle accompagne les cadres dans leurs projets d'évolution professionnelle et les met en relation avec les entreprises pour un recrutement réussi. Son observatoire de l'emploi des cadres analyse et anticipe les évolutions et grandes tendances du marché. L'Apec est un acteur du Conseil en Évolution Professionnelle (CÉP). L'Association, et ses 500 consultant·e·s, est présente, avec une cinquantaine de centres, en France métropolitaine et en Outre-mer (Martinique, Guadeloupe et La Réunion). En savoir plus : [corporate.apec.fr](http://corporate.apec.fr)