

Paris, le 4 octobre 2021

L'Apec donne de l'élan à l'avenir des cadres

La nouvelle campagne de communication de l'Apec signée .becoming est à découvrir depuis le dimanche 3 octobre, autour d'une nouvelle signature : "Donner de l'élan à votre avenir". Dans un contexte de reprise, cet élan optimiste et dynamique s'incarne dans un dispositif media complet en TV, radio et affichage. Cette campagne inédite, fait écho aux enjeux que rencontrent actuellement les cadres, et souligne l'utilité et l'efficacité de l'Apec.

Point d'orgue de cette nouvelle campagne, le film 30'' réalisé par Shaun Severy présente en accéléré le parcours d'un cadre accompagné par l'Apec jusqu'au jour J, à l'heure H de son entretien d'embauche.

[Découvrir le film « Donner de l'élan à votre avenir » sur les écrans depuis le dimanche 3 octobre <https://youtu.be/DBx-KZrlvM>]

Des spots radios 30'', réalisés sous forme de courtes pastilles humoristiques, sont diffusés sur les ondes depuis le 4 octobre. Ils ont été conçus pour dynamiser le trafic et les prises de rendez-vous dans les centres Apec et créer un réflexe chez les cadres qui se questionnent.

[Télécharger les spots radio <https://we.tl/t-Gn5NVi0tpK>]

D'autres supports print et digitaux suivront dans les prochaines semaines. Ils expriment également cette volonté d'action dans l'élan, fil rouge de toute la campagne.





Véronique Dubois, directrice de la communication de l'Apec évoque “Une nouvelle promesse à l'heure où l'Apec se donne des ambitions nouvelles avec son nouveau mandat de service public 2022-2026. Une signature affirmée et optimiste pour incarner ce que fait l'Apec : accompagner les cadres, les jeunes diplômés dans leurs parcours professionnels et les TPE-PME dans leur développement économique”.

“Nous avons souhaité insuffler davantage de valeur de dynamisme et d'énergie positive pour valoriser l'accompagnement unique de l'Apec”, précise Patrick Lara, CEO de becoming. “Un exercice ténu entre notre volonté de “désinstitutionnaliser” l'Apec, révéler sa dimension agile et multi services, sans perdre la force relationnelle des consultants et des consultantes de l'Apec” explique Guillaume Gamain, directeur de création de .becoming.

Fiche technique

- Secteur : Services
- Annonceur : Apec
- Produit, mission ou service concerné : Campagne de notoriété et acquisition.
- Domaine d'expertise : Publicité 360
- Directeur de création : Guillaume Gamain,
- DC adjointe et Directrice artistique : Nathalie Langelier, Sylvie Cousin Fassy
- Concepteur rédacteur : Aymeric Fournier
- Production audiovisuelle : Shaun Severy - Excuse my french
- Production son & musique : Schmooze
- Responsable Annonceur : Gilles Gateau, Véronique Dubois, Agathe Crombez, Justine Odot, Salomé Billioti de Gage
- Responsable Agence : Patrick Lara, Nicolas de Montmarin, Coralie Raes

Plan média :

- TV : du dimanche 3 au dimanche 24 octobre, sur les chaînes hertziennes (France 2, France 3, France 5 et M6), le 1^{er} jour sur la TNT (C8 Star+, W9, 6ter, Cnews)
- Radios : du lundi 4 octobre au jeudi 4 novembre, sur France Info, France Inter, RTL, RMC, BFM Business

À propos de l'Apec

Dans un contexte de reprise du marché de l'emploi, l'Apec est en première ligne pour aider les cadres et les jeunes diplômés de l'enseignement supérieur, en particulier les publics les plus fragiles face à l'emploi. Face aux difficultés de recrutements, l'Apec aide les entreprises, notamment les TPE-PME, à trouver les compétences cadres dont elles ont besoin. Son observatoire de l'emploi des cadres analyse et anticipe les évolutions et grandes tendances du marché de l'emploi cadre. L'Apec est un acteur du Conseil en Évolution Professionnelle (CÉP). L'Association, et ses 1000 collaborateurs et collaboratrices, est présente, avec une cinquantaine de centres, en France métropolitaine et en Outre-mer.

En savoir plus : corporate.apec.fr

Contacts presse

Mendrika Lozat : 06 74 94 76 24 – mendrika.lozat@apec.fr

Tiffany Iki-Dimi : tiffany.iki-dimi@apec.fr



Suivez-nous sur Twitter

[@Apecinfopresse](https://twitter.com/Apecinfopresse)