





CHALLENGE NATIONAL DE LA COMMUNICATION

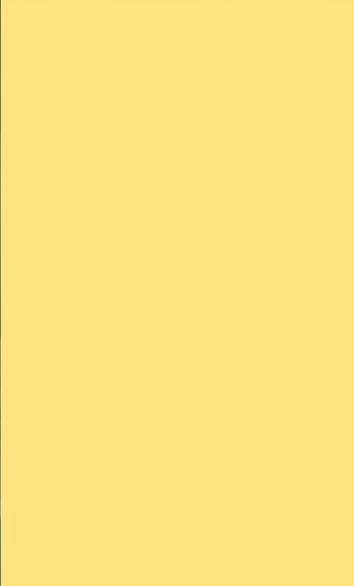
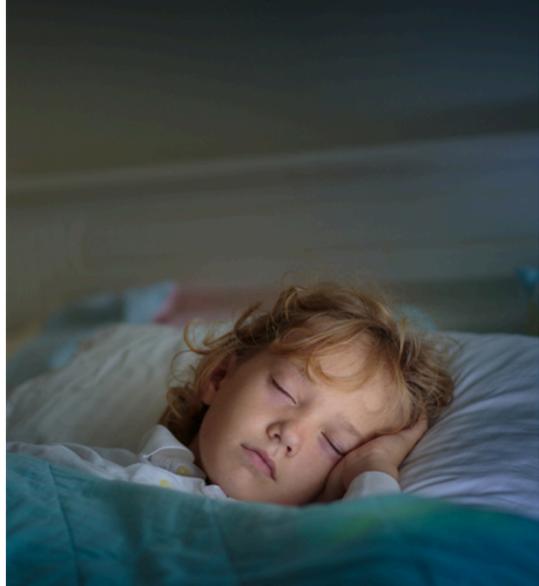
— Leur présence fait la différence —

Agence 111.

Ombeline Gignet
Manon Vocoret
Sara Gaydon

Elsa Tisserand-Boubes
Lylie Vuillemenot
Liah Ravier--Boisseau

Agence
111.



Synthèse de la demande

- Médico-social souffre d'une crise d'attractivité
- Mettre en avant l'impact social et l'utilité au quotidien
- Attirer de nouvelles vocations
- Valoriser les professionnels en poste
- Déconstruire les idées reçues
- Refléter la diversité des publics

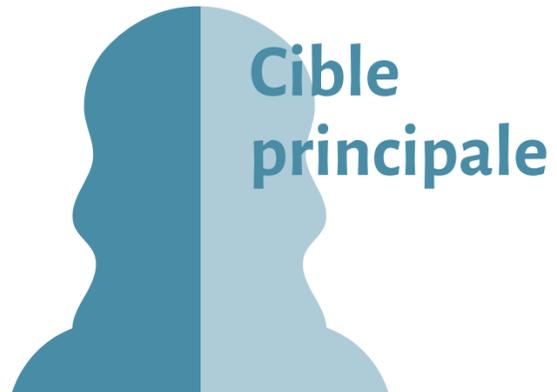


Sensibiliser sur l'importance de soutenir ces professions et les valeurs d'entraide des organisations à but non lucratif.



2

STRATÉGIE DE COMMUNICATION



Personnes cherchant à s'orienter / se réorienter

- **Reconversion professionnelle** (25-45 ans)
- **Demandeurs d'emploi** diplômés ou non pour ces métiers



Les jeunes

- 14-25 ans
- Problématique de **l'orientation** (Bac Pro ASSP, CAP, BTS Secteurs Sanitaire et Social, etc.)
- **Futurs talents potentiels**



Les prescripteurs

- Conseillers d'orientation
- Les proches des cibles principales

Problème à résoudre :

Améliorer l'image perçue du secteur médico-social afin d'y augmenter le recrutement.



Objectifs qualitatifs :

- Changer la perception des métiers médico-sociaux auprès du grand public.
- Attirer de nouveaux profils et susciter de nouvelles vocations.
- Valoriser les professionnels du secteur médico-social et les organisations non-lucratives.

Objectifs quantitatifs :

- Augmenter de **10%** le taux de recrutement au sein des structures adhérentes à l'UNIOPSS.
- Augmenter de **30%** les visites sur le site internet de l'UNIOPSS.
- Augmenter de **25%** le nombre de candidatures aux offres d'emploi de l'UNIOPSS.
- Obtenir un taux de satisfaction sur la campagne d'au moins **70%** en interne.

3 STRATÉGIE CRÉATIVE

INSIGHT

Nous cherchons tous à donner du sens à notre métier.

BIG IDEA

Les métiers du médico-social, ce ne sont pas que des emplois, ce sont avant tout des femmes et des hommes qui améliorent des vies.

CONCEPT CRÉATIF

La personne aidée.

SIGNATURE

“Leur présence fait la différence”

PROMESSE

Revaloriser l'image du secteur médico-social afin de susciter de nouvelles vocations.

TON DU MESSAGE

Positif, bienveillant, attractif.

JUSTIFICATION

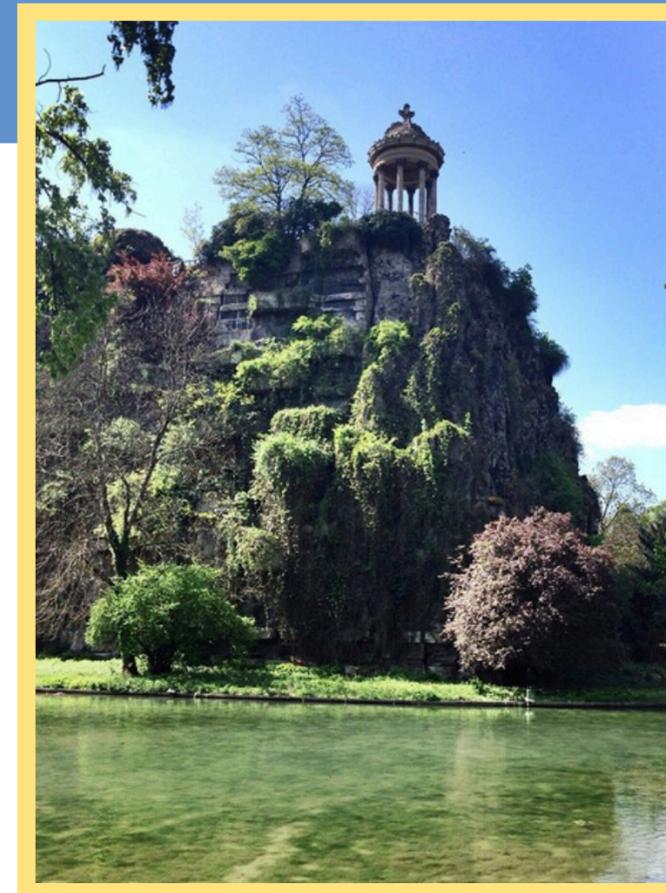
Cette campagne aura pour but de mettre en avant les métiers du médico-social, trop méconnus et trop peu attractifs, à travers les personnes qui sont aidées par les professionnels. En effet, la présence du personnel médico-social change leurs vies et elles sont les mieux placées pour en parler.

4

STRATÉGIE DES MOYENS

ACTIVATION

- Vernissage d'une exposition photo le 16 mai 2025 à 10h, Journée mondiale du vivre ensemble en paix, au Parc des Buttes-Chaumont à Paris
- Illustration des 6 champs d'action
- Invités : UNIOPSS, URIOPSS, représentants de la ville, presse
- Exposition au grand public du 16 mai au 29 juin



Activation

- QR code situé à coté de la photo qui narre l'histoire de la personne
- “Découvrez l'histoire d'Anna !”
- Présence du hashtag [#LeurPresenceFaitLaDifference](#)



Relations Presses



l'étudiant



Invitation au vernissage : présentation de la campagne
Envoi également aux rédactions des quotidiens régionaux
CP le 02 juin

Affichage “classique”

- Exposition photo déclinée en affiches
- Achat d’espace publicitaire dans des grandes villes
- Lieux fréquentés par les cibles “grand public”
 - Collèges et lycées
 - Centres de formation et d’aide à l’emploi
 - Espaces publics fréquentés



Photographie générée par IA

Déclinaison affichage

Affichage 3D

- Technologie de l'imagerie lenticulaire
- Visuel évolutif (avant/après)
 - Gauche : situation difficile
 - Droite : personne heureuse après avoir été aidée
- Illustre le message-clé

- 6 affiches 3D à Paris
- Objectif : générer du buzz

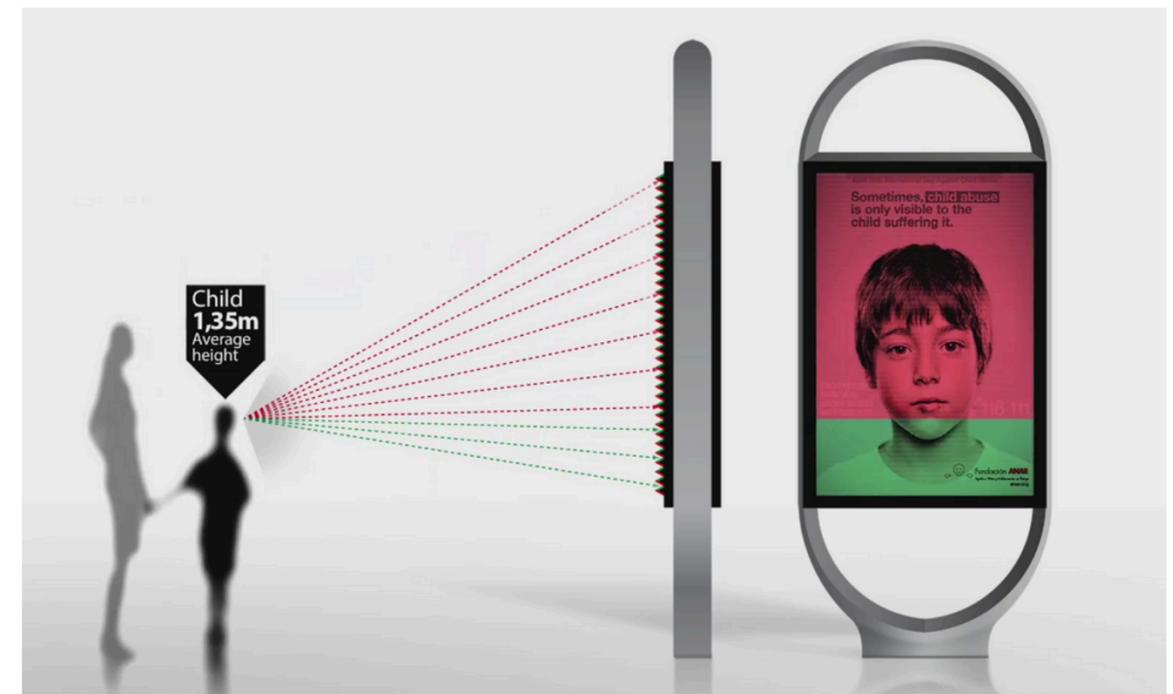
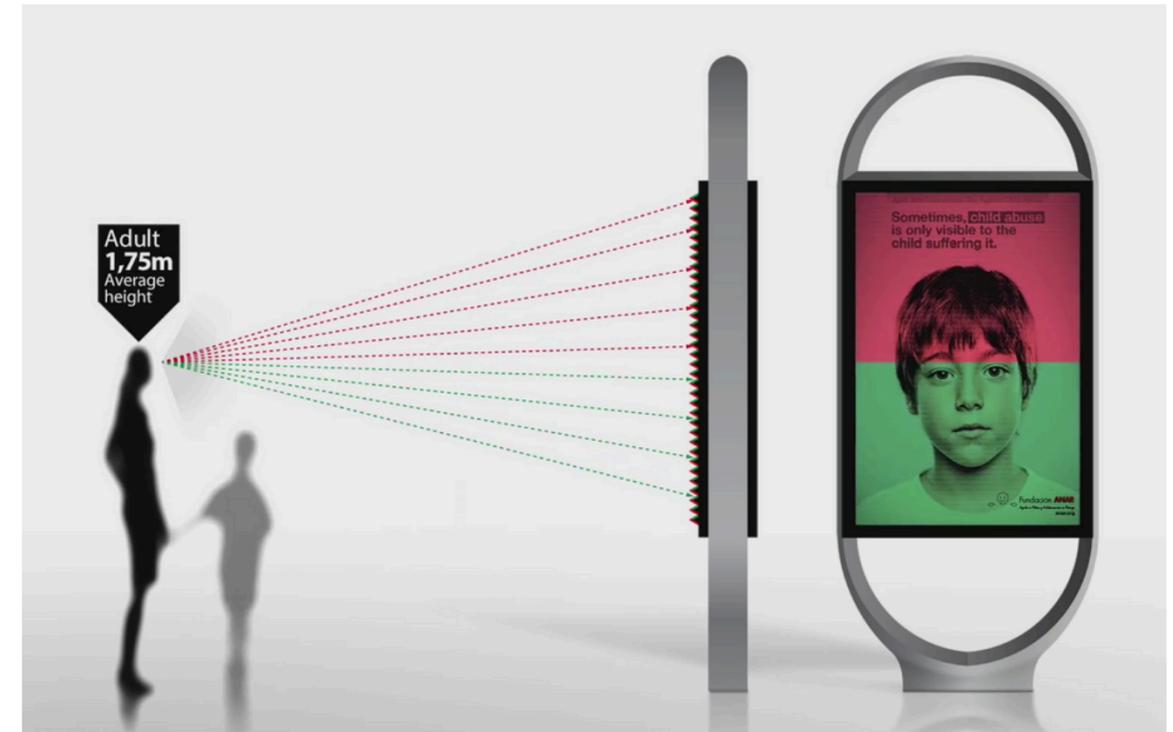


Image issue de la vidéo "Anar Foundation "Only for Children"
par @GREY SPAIN (YouTube)

Événements scolaires

Journée de l'orientation consacrée aux métiers du médico-social via l'exposition :



Dans les collèges et lycées :
notre **coeur de cible**



Informé sur les débouchés
possibles et créer des
vocations



Stratégie "**employee advocacy**"



Image générée par IA

Digital - Job Slots



Éducateur(trice) Spécialisé(e) H/F

CDI | Lille | Salaire : Non spécifié | Pas de télétravail | Expérience : > 6 mois

Postuler

Sauvegarder

il y a 16 heures

Partager

Jobs Boards :

- Indeed et Hello Work : cible principale
- LinkedIn (partie emploi : réseau professionnel)
- Elan : cœur de cible

Éléments de langage :

- Valeurs humaines
- Avantages
- Environnement de travail du poste proposé

— Le poste

Descriptifs du poste

En tant qu'Éducateur(trice) Spécialisé(e) au sein de l'Afeji Hauts-de-France, vous intégrerez une équipe pluridisciplinaire dédiée à l'accompagnement des personnes en situation de handicap. Vous serez responsable de la mise en place et du suivi de projets personnalisés visant à développer les compétences sociales et professionnelles des personnes accompagnées.

Missions principales :

- Élaborer et conduire des projets éducatifs individualisés en collaboration avec l'équipe et les familles.
- Animer des ateliers éducatifs et professionnels adaptés aux capacités et aux besoins des personnes accompagnées.
- Assurer un suivi régulier de l'évolution des personnes accompagnées et ajuster les actions en conséquence.
- Favoriser l'autonomie et l'inclusion sociale des personnes en mettant en place des activités de socialisation.
- Participer aux réunions d'équipe et contribuer à l'amélioration continue des pratiques professionnelles.

Profil recherché

- Diplôme d'État d'Éducateur Spécialisé exigé.
- Expérience souhaitée dans le secteur médico-social, idéalement en ESAT ou en milieu protégé.
- Capacité à travailler en équipe pluridisciplinaire et à communiquer efficacement avec les différents acteurs (familles, partenaires, etc.).
- Sens de l'écoute, empathie et adaptabilité pour répondre aux besoins spécifiques de chaque personne accompagnée.
- Engagement envers les valeurs de respect, de dignité et de promotion de l'autonomie des personnes en...

— L'entreprise

Qui sont-ils ?

L'Afeji Hauts-de-France est une association reconnue d'utilité publique, membre de l'Uniopss, qui œuvre depuis plus de 60 ans pour l'inclusion sociale des personnes vulnérables. Avec plus de 110 établissements et services, l'Afeji accompagne des publics variés tels que les personnes en situation de handicap, les enfants, les familles et les personnes en situation d'exclusion. Son engagement repose sur des valeurs de solidarité, de respect et de dignité humaine.

Avantages proposés

- Aménagements de poste et adaptations pour les employés en situation de handicap, favorisant un environnement de travail inclusif.
- Politique de management centrée sur l'humain, avec des pratiques favorisant le bien-être au travail.
- Participation à des programmes de pair-aidance pour soutenir les employés...

Digital - Site web

Histoires de personnes aidées :

- Vécu
- Défis
- Raisons
- Impact positif

Où ?

- Site Web
- QR Codes

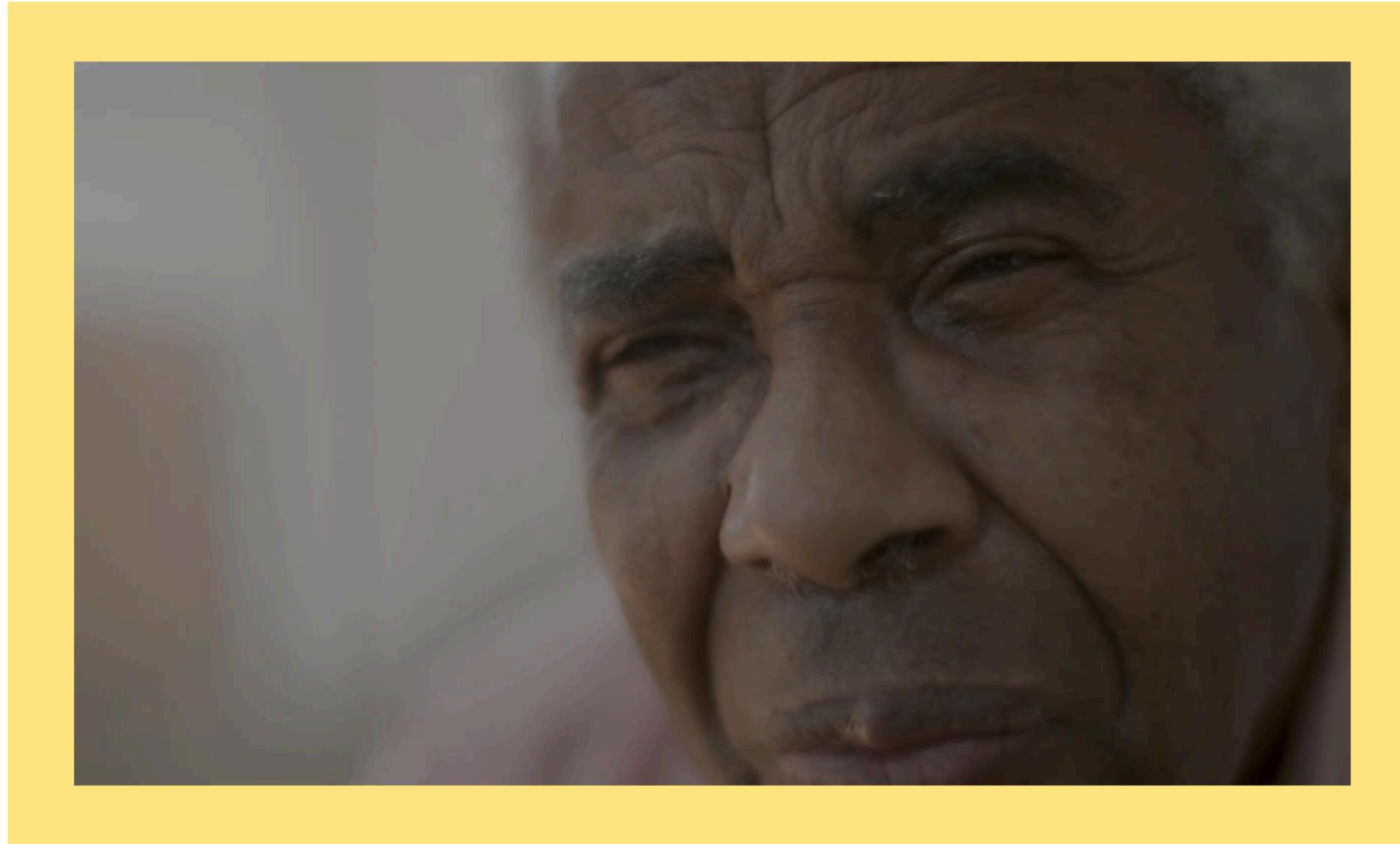
Objectifs :

- Engagement
- Sentiment d'utilité
- Postuler



Digital - Réseaux sociaux

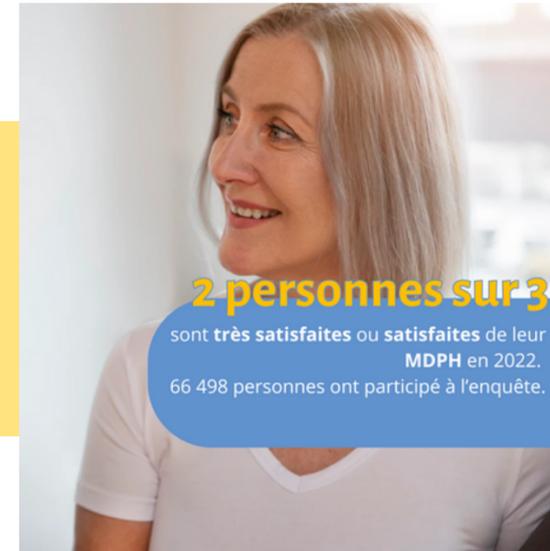
#LeurPresenceFaitLaDifference



Teaser

Digital - Réseaux sociaux

#LeurPresenceFaitLaDifference



Les chiffres clés

Carrousel témoignage



“

J'aime quand on m'aide, ça me rend plus forte ! Avec un petit coup de main, je peux faire plein de choses et ça me rend heureuse.

”

#LeurPresenceFaitLaDifference

Digital - Réseaux sociaux

#LeurPresenceFaitLaDifference

Combien de salariés le champ du handicap emploie-t-il dans le secteur médico-social* ?

À VOTRE AVIS ?

- 200 000
- 350 000
- 450 000

350 000 salariés sont employés dans le champ du handicap dans le secteur médico-social*.

LEUR PRÉSENCE FAIT LA DIFFÉRENCE

Leur présence fait la différence

- Un jour avec Aline URIOPSS
- Rencontre avec Jules URIOPSS
- "Son aide est si précieuse" URIOPSS
- Un jour avec Paul URIOPSS

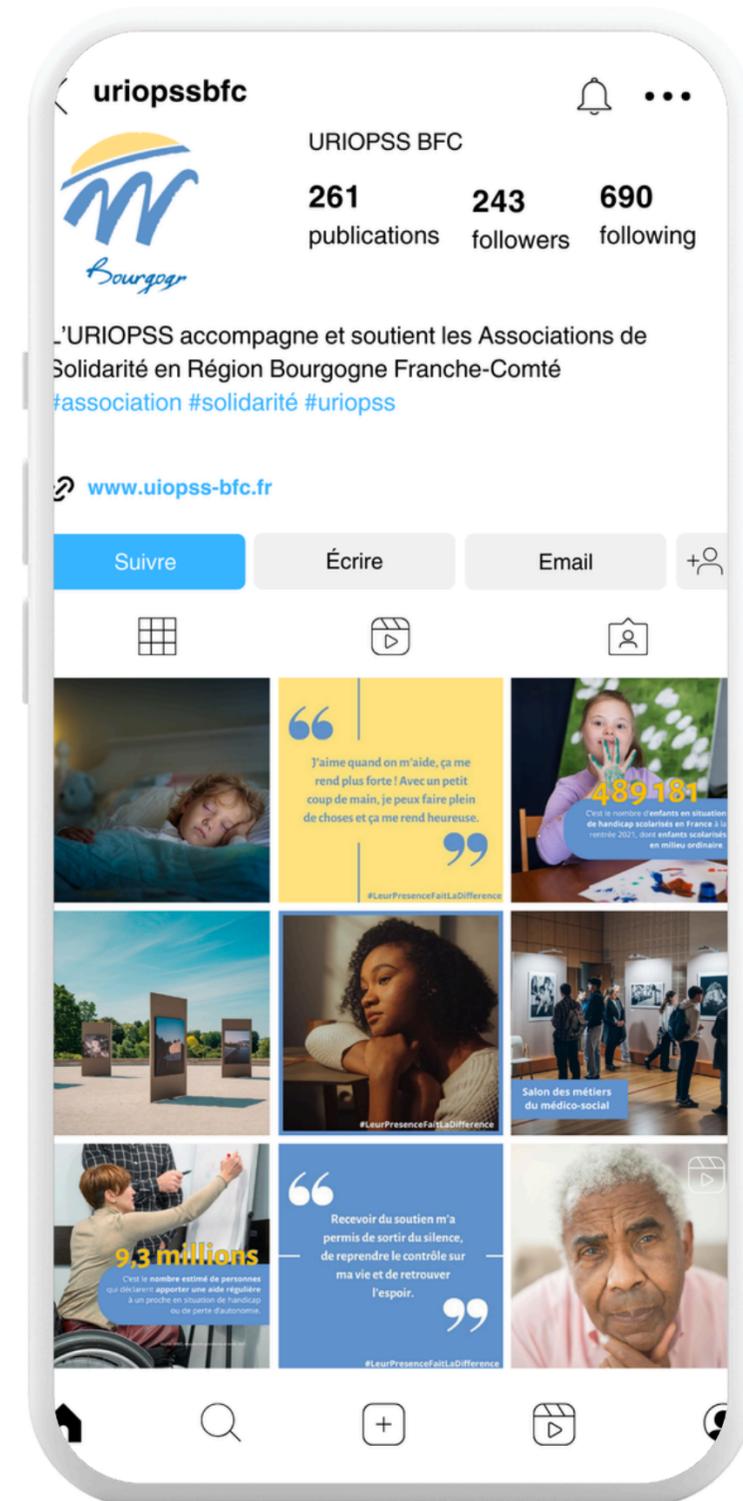
URIOPSS - Un jour avec Aline

Les stories

Interaction

Podcast

Social Ads



Mockup feed instagram

Digital - Création TikTok

#LeurPresenceFaitLaDifference

1

Teaser métiers

2

Anecdotes

3

Fast and Curious

Mockup TikTok "Fast and Curious"



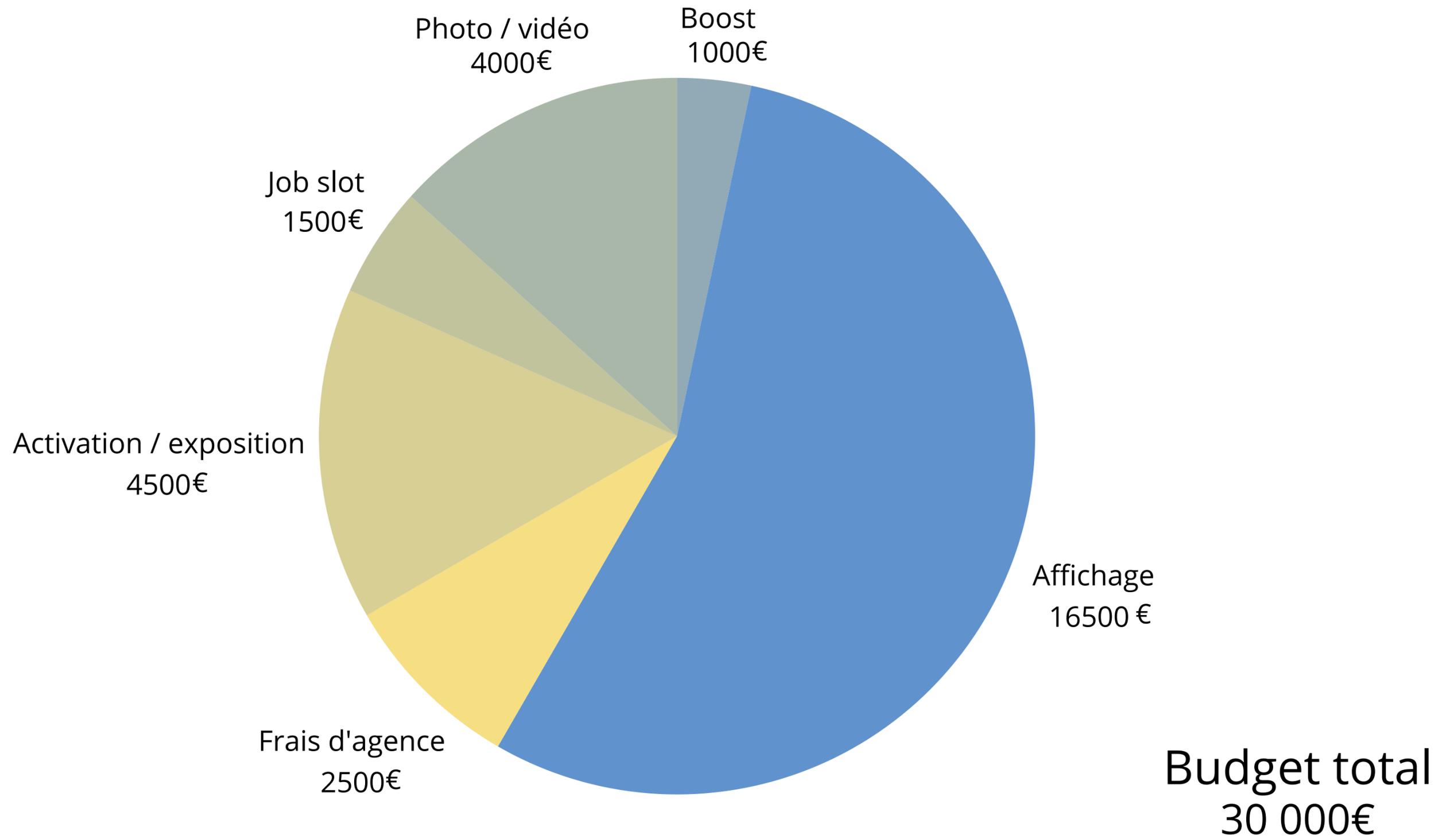
Évaluation de performance : abonnés gagnés, le nombre de likes/partages/commentaires, le nombre d'impressions, le nombre de clicks sur les liens.

PLANNING 5

MOYENS	MAI			JUN			
	SEMAINE 20	SEMAINE 21	SEMAINE 22	SEMAINE 23	SEMAINE 24	SEMAINE 25	SEMAINE 26
Activation	16 MAI						
Exposition	16 MAI						29 JUIN
Relations presse	16 MAI			2 JUIN			
Journées de l'orientation	16 MAI						29 JUIN
Podcast et réseaux sociaux		19 MAI					29 JUIN
Affichage	17 MAI : UNE SEMAINE				1 SEMAINE		

6

BUDGET



#LeurPresenceFaitLaDifference



MERCI POUR VOTRE ATTENTION

— Leur présence fait la différence —

Agence 111.

Ombeline Gignet
Manon Vocoret
Sara Gaydon

Elsa Tisserand-Boubes
Lylie Vuillemenot
Liah Ravier--Boisseau

Agence
111.

