

RAPPEL DU BRIEF

QUI EST L'ANNONCEUR ?

La branche du Froid, de la Cuisine professionnelle et du Conditionnement de l'Air est une organisation ayant pour but de représenter, de valoriser et de défendre la profession.

Il s'agit de métiers peu voire pas connus du public. Pourtant c'est un secteur qui offre un large éventail de métiers modernes et liés à l'écologie.

Exemples de métiers de la branche :

- technicien d'intervention / Frigoriste
- ingénieur en Froid et / ou COnditionnement de l'air
- chargé d'affaire / technico-commercial spécialisé dans le froid et/ou conditionnement de l'air
- ...

Formation : CAP à l'ingénierie, BAC Pro et BTS sont plus recherchés

Contexte : difficulté à recruter et à remplacer les départs dans leurs équipes, secteur méconnu de la cible, image dévalorisée, concurrence (qui peine aussi à recruter),...

Juridique : la branche relève de la Convention collective nationale des entreprises d'installation sans fabrication, y compris entretien, réparation, dépannage de matériel aéronautique, thermique, frigorifique et connexes.

SES PUBLICS :

L'installation et la maintenance de matériel frigorifique, climatique et de cuisine professionnelle recouvrent des techniques différentes selon qu'elles s'exercent dans les cuisines professionnelles (hôpitaux, cantines, restaurants), la distribution (supermarché, épicerie), l'industrie (agro-alimentaire, plasturgie, cosmétique), la santé (blocs opératoires), etc.

SES CONCURRENTS :

La branche du Froid, de la Cuisine professionnelle et du Conditionnement de l'Air représente l'ensemble des métiers dans les domaines de ce secteur. Elle n'a pas de concurrents directs.

Cependant lorsqu'il s'agit d'embauche et de recrutement la branche est face à de nombreux autres annonceurs.

Entre autres les métiers du chauffage ou encore de la piscine.

CIBLES :

→ cœur de cible :

- ◆ Jeunes entre 15 et 23 ans et en recherche d'orientation et/ou de projet professionnel en France.

→ cible principale :

- ◆ Les jeunes en recherche d'orientation et/ou de projet professionnel (collégiens, lycéens, étudiants, apprentis...)
- ◆ Les jeunes ou adultes en reconversion

→ cible secondaire :

- ◆ Les parents
- ◆ Les établissements scolaire / les équipes pédagogiques (professeurs principaux, CDI)
- ◆ Les prescripteurs de l'orientation (conseillers d'orientation, CIDJ, salons)

→ cible relai :

- ◆ Journalistes spécialisés (L'Etudiant, Onisep...)
- ◆ Influenceurs
- ◆ les étudiants et apprentis de la filière

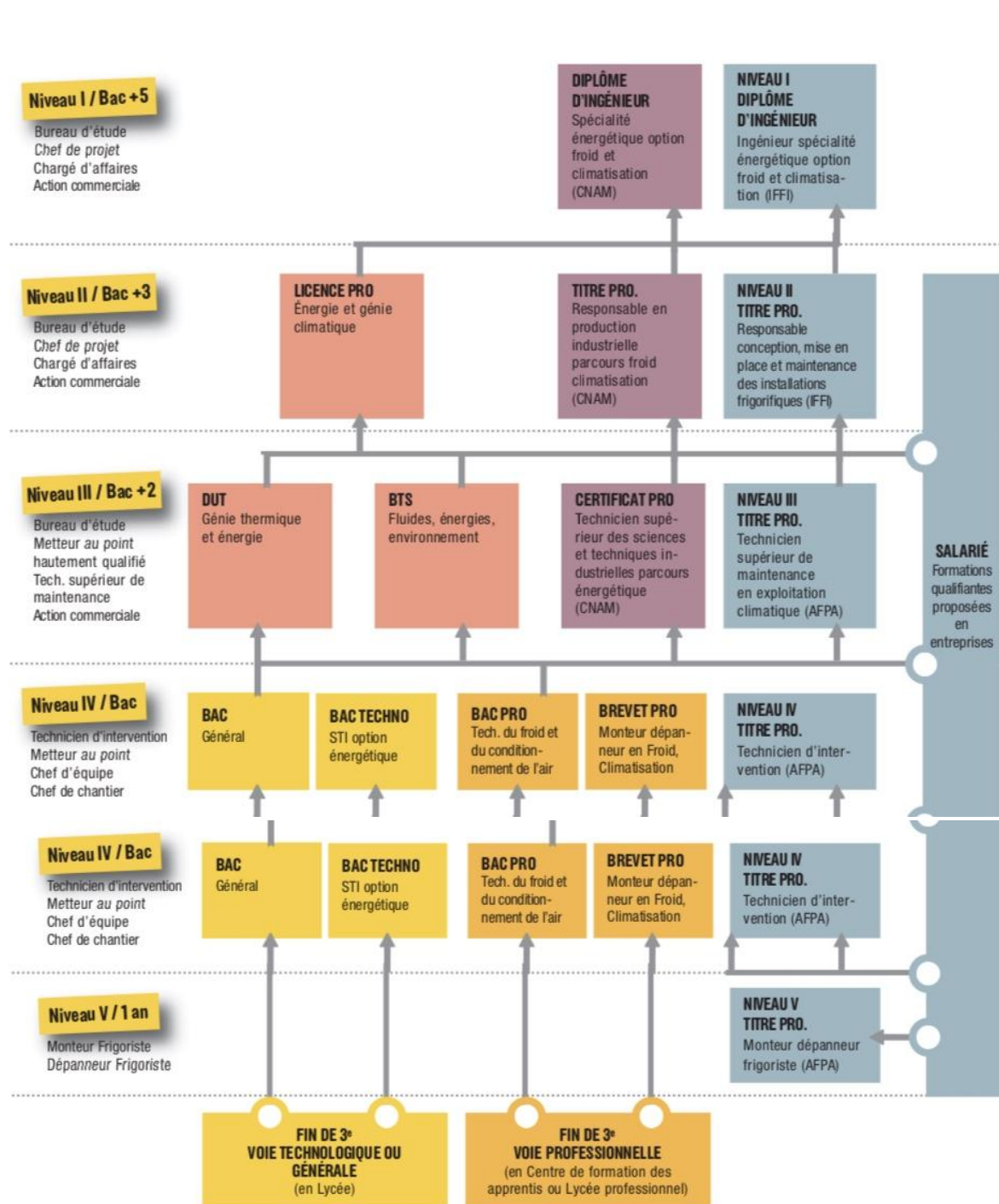
Les habitudes du cœur de cible :

Un mode d'alimentation sain ne semble pas être la priorité des jeunes âgés de 15 à 25 ans. Repas pris devant un écran, petit-déjeuner sauté, moins de sport ...

Ipsos a réalisé une étude pour mieux cerner l'usage des technologies chez les jeunes de 18 à 23 ans est le constat est sans appel : les jeunes sont hyper-connectés. Ils passent en moyenne 14 heures sur internet.

Il faut ajouter que les millennials subissent beaucoup plus de pression que leurs aînés en terme d'étude, d'image et de famille.

Le niveau d'étude demandé :



DEMANDE DE L'ANNONCEUR :

SUPPORTS DEMANDÉS	CE QUI A DÉJÀ ÉTÉ FAIT :
-------------------	--------------------------