

## communiqué de presse

Paris, le 25 octobre 2004

NOUVELLE CAMPAGNE DE COMMUNICATION POUR L'ARTISANAT

### **La Première entreprise de France réaffirme auprès des jeunes son offre d'avenir professionnel et de statut social**

Après la promotion de l'apprentissage faite aux mois de juin et septembre, l'Artisanat mène ce dernier trimestre de nouvelles actions de communication en direction des jeunes et du grand public. Comme durant la campagne radio - télé conduite en mars et avril derniers, celle à venir déclinera les thématiques de l'avenir professionnel et de la valorisation sociale proposés par la Première entreprise de France.

#### **UNE FORTE PRESENCE DANS LES MEDIAS**

**Du 2 au 28 novembre, arrive sur le petit écran un nouveau spot TV** de la série "L'Artisan, star sociale du XXI<sup>ème</sup> siècle". Après la diffusion en avril dernier du spot "Le Couple", façon "Un gars une fille", le réalisateur Eric Zonca ("La Vie rêvée des anges") nous invite à la table d'une famille pour "Le Dîner" (film de 30 secondes) afin de nous le confirmer : l'Artisanat est bien, aujourd'hui, l'ascenseur social attendu. Diffusion sur les chaînes hetziennes (TF1, FR2, FR3, M6) et le câble.

**Du 8 au 20 novembre, Eric & Ramzy reprennent le micro** sur les radios musicales (Europe 2, Fun Radio, NRJ, Skyrock) et les stations des Indépendants. A travers leurs joutes verbales "décalées", ils évoquent l'orientation professionnelle, l'offre d'avenir professionnel de l'Artisanat et les possibilités de formations en alternance et rémunérées. Chacun des quatre dialogues des deux humoristes sera ponctué par l'annonce de la présence de l'Artisanat au 6<sup>ème</sup> Salon de l'Education.

**Le parrainage de la météo sur France 3** par la Première entreprise de France se poursuit parallèlement en Aquitaine, Quercy, Nord, Grand Est, Sud Est, Grand Ouest (octobre), et Sud Aquitaine, Midi Pyrénées, Alsace-Lorraine, Méditerranée (novembre).

#### **UNE NOUVELLE OPERATION EVENEMENTIELLE**

**Du 4 novembre au 17 décembre, la tournée « Artiscopie\* »** reprend la route des collègues. Cette vitrine pédagogique et ludique de 60m<sup>2</sup> est conçue pour sensibiliser les jeunes aux 250 métiers de l'Artisanat. Elle est véhiculée dans un impressionnant « Truck » américain. Devant le succès de l'édition 2003, salué par un Grand Prix obtenu au Top Com Consumer début octobre, Artiscopie\* effectuera treize nouvelles étapes à travers l'Hexagone, à la rencontre des élèves de 4<sup>ème</sup> et 3<sup>ème</sup>. Ainsi, près de 10 000 collégiens vont découvrir une représentation inattendue de l'Artisanat dans une scénographie "branchée", basée sur leurs principaux centres d'intérêts : Musique, Sports, Mode & tendances, Gourmandise, Maison & déco et Mécanique.

**Du 18 au 21 novembre, au Salon de l'Education** (Paris-Expo, Porte de Versailles, Hall 7-niveau 3), l'Artisanat accueillera les jeunes désireux de s'informer sur ses métiers et les filières pour y accéder, sur un espace de 400m<sup>2</sup> judicieusement installé dans le périmètre de l'Aventure des Métiers. Des pôles de démonstration par secteurs d'activité, animés par des apprentis, permettront de découvrir chaque jour plus d'une quinzaine de métiers de l'Alimentation, du Bâtiment, de la Production et des Services. Des professionnels de l'orientation et de la formation y conduiront aussi des entretiens individuels personnalisés.

**Visitez la Salle de Presse sur : [www.artisanat.info](http://www.artisanat.info)**

*Ces campagnes sont conduites par le Fonds national de promotion et de communication de l'Artisanat (FNPCA), qui a pour mission de contribuer au développement du secteur économique de l'Artisanat en valorisant son image et celle de ses professionnels. Cet établissement public, cogéré par l'Etat et les représentants professionnels et consulaires, bénéficie d'un budget exclusivement financé par une taxe versée par les 850 000 entreprises artisanales de France.*