

**L'AFPA LANCE UNE CAMPAGNE DE RECRUTEMENT « DÉCLASSÉ » AVEC GRINGE ET JUST RIADH,
RIADH,
IMAGINÉE PAR DENTSU CREATIVE**

À compter du 20 septembre, l'Agence nationale pour la Formation Professionnelle des Adultes (Afp) lance une nouvelle campagne média axée sur le recrutement avec Dentsu Creative, qui fait suite au programme live « Promo 16.18 » du 7 septembre diffusé sur Twitch, animé par Gringe et Just Riadh, et streamé par Shaunz.



Cette année, ce sont 100 000 jeunes entre 16 et 18 ans qui n'ont pas pris le chemin de l'école ou qui arrêteront d'ici quelques semaines leur cursus. Ennui, notes décevantes, perte de confiance, rupture familiale, sentiment d'incompréhension, d'isolement, voire d'humiliation... Les raisons du décrochage scolaire sont nombreuses.

Pour les remotiver et les aider à trouver leur voie, l'Afpa, accompagnée de Dentsu Creative, l'agence de création du groupe dentsu, a organisé un live sur Twitch le 7 septembre dernier afin de mettre en lumière le programme « Promo 16.18 » au travers d'influenceurs connus de cette génération que sont Just Riadh, Gringe et Shaunz.

Ce dispositif a été lancé en 2020 par le gouvernement, dans le cadre du plan ["1 jeune, 1 solution"](#), pour les jeunes de 16 à 18 ans qui ne sont ni au lycée, ni en formation, ni en emploi.

Des interviews, des quizz, une mise aux enchères d'objets divers, des moments confidences...

Plusieurs thèmes ont été abordés pour donner envie aux jeunes de découvrir la Promo 16.18 durant ce live tels : trouver le chemin de la vie active, débloquer l'estime de soi, ses envies de projets, son ouverture aux autres, notamment.

Dans la continuité de ce live, et pour accompagner les jeunes dans leur inscription, un plan média complet est déployé depuis 20 septembre et durera jusqu'en décembre.

Une campagne média 100% digitale axée sur les parents à travers l'écosystème Meta et sur les jeunes via les plateformes Tiktok & Snap a été conçue et déclinée en plusieurs formats de 15s avec les invités-stars Gringe et Matyss, l'un des jeunes de la « Promo 16.18 ».

Dentsu Creative a également imaginé un formulaire interactif où Gringe aide avec humour les jeunes à s'inscrire à la Promo 16.18 ; une landing page entièrement repensée par l'agence.

« A la frontière de l'accompagnement socio-éducatif et socio-professionnel, le programme allie, un accompagnement social, sportif et culturel, une découverte de différents métiers et opportunités professionnelles de leur territoire, un travail sur les compétences de base et numériques, une sensibilisation aux usages de la route ainsi qu'une offre de restauration. Un programme de quatre mois qui a pour but de redonner confiance aux participants, de les remobiliser et de leur montrer que d'autres voies sont possibles. Mais encore faut-il que les jeunes décrocheurs en entendent parler », détaille **Corinne Favier, directrice du programme de la Promo 16.18 à l'Afpa.**

« En rupture avec le système scolaire et les routes toutes tracées, il nous fallait trouver une idée qui sortent des communications classiques », explique **Cécile Bitoun, CEO de Dentsu Creative.** *« Si ces jeunes ont quitté l'école pour des raisons différentes, ils ont un point en commun : ils passent leur temps sur leur canapé et pensent que leur avenir est bloqué. Exactement comme la série du même nom avec les rappeurs Gringe et Orelsan ».*

Cette campagne pour l'Afpa reprend les codes d'une génération pour la motiver et répondre à ses attentes. Elle s'inscrit dans la volonté du groupe dentsu de s'imposer comme le leader de la communication post-publicitaire.

dentsu communication

dentsu france | 67 avenue de Wagram | CS 99590 | 75811 Paris Cedex 17

communication@dentsu.com