

L'UIMM emporte le Grand prix Stratégies de l'influence

« Quand l'industrie parle à la Gen Z », titre **Stratégies** qui a décerné son Grand Prix de l'influence à l'UIMM et Brainsonic pour #FiersDeFaire. Ils se sont associés à des influenceurs et à des jeunes en formation pour mettre en lumière les métiers de l'industrie. Si l'UIMM communique toute l'année au niveau national et territorial sur son secteur et la qualité des emplois qu'il propose, la fédération patronale a lancé avec Brainsonic cette campagne d'influence destinée à valoriser l'industrie, ses métiers et ses formations avec un objectif de visibilité et de changement de perception. La campagne a pris la forme de défis lancés à des influenceurs sur Twitch et YouTube. L'hebdomadaire détaille les défis, notamment celui de l'influenceur Doigby, invité à construire la fusée la plus réaliste possible dans un temps limité dans le jeu Minecraft à l'aide d'une notice délivrée par l'UIMM. Outre le succès constaté au niveau du nombre de vues, l'ensemble des opérations a généré de nombreuses réactions. Pour Marie-Laure Bonnin, la directrice de la communication de l'UIMM, « les idées reçues ont pu être battues en brèche grâce aux jeunes ambassadeurs de l'industrie qui ont participé au dispositif. C'était aussi l'intérêt de cette mécanique que des apprentis puissent être aux côtés des influenceurs, prendre part à leurs expériences et échanger avec les personnes de leurs communautés. » Stratégies, qui publie par ailleurs le palmarès dans son ensemble, met en exergue les déclarations de Marie-Laure Bonnin, pour laquelle depuis 2020, l'UIMM a l'ambition de « bâtir une vraie stratégie de communication digitale adaptée aux jeunes, en prenant le parti de nous intéresser à eux, à leurs attentes, à leurs centres d'intérêt. » (Stratégies, p.26 et 28)