

## Secondfloor peut être fière pour Bxl Formation, Media Marketing, 13/02/22, 2 p.



**Bruxelles Formation, en collaboration avec Secondfloor, a lancé une campagne pour sensibiliser les chercheurs d'emploi à la formation professionnelle et valoriser celles et ceux qui sont dans un parcours de formation. Des objectifs a priori quelque peu rébarbatifs, mais que Secondfloor a atteints haut la main, au sens propre comme au figuré.**

En réalité, le briefing donné à Secondfloor était bien plus complexe et les objectifs à atteindre bien plus nombreux : créer un bénéfice émotionnel incitatif à rentrer en formation ; valoriser non seulement les publics cibles, soit les chercheurs d'emploi francophones et bruxellois, leur parcours de formation, mais aussi les formateurs eux-mêmes ; valoriser également le rôle et l'offre multiple de formations ; rendre Bruxelles Formation plus proche et facile d'accès ; et côté notoriété, créer un tone-of-voice moderne et proche, et donner l'envie de découvrir les 300 formations gratuites proposées par le service public...

Bref, de quoi faire fuir les créatifs les plus téméraires, mais, manifestement, pas ceux de Secondfloor... « Nous avons voulu valoriser cette démarche d'entrer en formation », développe la Client Service Director & Partner, Catherine Vidick. « Et ce, en mettant en avant, et plus précisément en visualisant la fierté qu'elle procure, ainsi que plus largement, celle de décrocher un métier porteur d'emploi dans la foulée. »

Pour ce faire, la bien signée "Faites de vous la personne la plus fière de vous" repose sur un gimmick visuel décalé, impactant, accessible et facilement identifiable : les bras, symboles de fierté, de victoire et de réussite. Vous savez, comme quand Lukaku embrasse sa main

avant de pointer le doigt vers le ciel pour manifester sa fierté d'avoir marqué un énième but, ou quand, plus simplement, vous levez vous-même un poing serré (généralement accompagné d'un « Yes ! » rageur) parce que vous venez de recevoir votre troisième dose...

Plus sérieusement, c'est cette gestuelle que nous pratiquons tous que la campagne de Secondfloor met parfaitement en scène dans une multitude de médias : cinéma, radio, affichage, print, field, digital et social media...

« Au niveau digital, nous avons notamment un volet "in-game", avec des vidéos de 20" et des banniers contextuels dans des jeux tels que "Minecraft", "League of Legends", "Fornite" ou encore "Fifa" », précise Catherine Vidick. « En radio, outre un spot de 30", nous avons conclu un partenariat avec la station AraBel, qui a interviewé une stagiaire en direct pour parler de sa formation et de la fierté qu'elle en retire. Enfin, nous avons également sélectionné quelques influenceurs bruxellois qui relaient la campagne sur Instagram et TikTok. »

Notons enfin que la campagne évoluera prochainement pour annoncer le Salon de la Formation, qui aura lieu les mardi 22 et mercredi 23 mars à Tour & Taxis.

Source : [https://www.mm.be/campaign-detail-fr-5783-secondfloor-peut-etre-fiere-pour-bxl-formation#.YgoosC\\_IZng.linkedin](https://www.mm.be/campaign-detail-fr-5783-secondfloor-peut-etre-fiere-pour-bxl-formation#.YgoosC_IZng.linkedin)