

La CPME s'engage en faveur des jeunes et lance une campagne de communication pour inciter les entrepreneurs à accueillir des stagiaires

29 MAI 2024



Les stages désormais obligatoires offrent aux élèves de troisième et de seconde, l'opportunité de découvrir le monde de l'entreprise et les différents métiers, et ainsi, de faciliter leur future orientation professionnelle. Pour les dirigeants, qui peinent souvent à recruter, c'est l'occasion de faire connaître leur entreprise à leurs futurs salariés. Il est de notre responsabilité de faire en sorte que les jeunes trouvent une entreprise qui accepte de les prendre en stage.

C'est le sens de l'engagement de la Confédération des PME qui, au-delà de ses 239 000 entreprises adhérentes via ses unions territoriales et fédérations professionnelles, souhaite, au travers de cette initiative, mobiliser l'ensemble de la communauté des entreprises françaises.

Cette campagne, orchestrée par la CPME pour promouvoir les stages d'observation obligatoire, est lancée aujourd'hui. Conçue par l'agence Shops, elle donne la parole, à travers deux visuels, à un élève de troisième qui doit faire un stage de 5 jours et à une élève de seconde appelée à faire un stage de deux semaines, à compter du 17 juin. Les dirigeants de PME sont invités à « accueillir leurs salariés de demain ». Ces visuels sont déclinés en spots de 20 secondes diffusés en radio, à deux voix, celles de la lycéenne ou du collégien, et de l'entrepreneur.

Du 24 mai au 4 juin, cette campagne est diffusée à la radio, en presse écrite nationale et régionale. Elle est complétée par un volet digital sur YouTube, LinkedIn et une série de sites de médias. L'ensemble des messages redirigent vers le site cpme.fr où l'information sur les modalités et le dépôt d'offres de stage sont

mis à disposition des chefs d'entreprise.

[Consultez le kit de communication](#)