- Les jeunes de 15 à 24 ans seront touchés via des plateformes telles que Skyrock, NRJ, TikTok, Youtube, et Twitch ;
- Tandis que les 25 à 35 ans seront touchés à travers W9, 6ter, META, et LinkedIn ;
- La campagne prévoit de sensibiliser les 35 à 59 ans via des canaux tels que le 107.7, RTL, et la presse quotidienne régionale.

L'une des nouveautés de cette campagne est l'utilisation de nouveaux médias tels que le dispositif **Digital Out Of Home** (DOOH), **Leboncoin** et **LinkedIn** pour un ciblage plus précis.

Par cette initiative, l'OPCO Mobilités réaffirme son engagement à dynamiser le secteur de la mobilité, en promouvant des carrières accessibles à tous et partout en France.

[En savoir plus sur la campagne de l'OPCO Mobilités](#)