



CAMPAGNE NATIONALE #JEUNESDETER

Le mois de juin s'inscrit dans la continuité des actions engagées depuis le début de l'année pour la campagne #JeunesDeter 2026. Les dispositifs nationaux poursuivent leur déploiement afin de renforcer la visibilité des métiers des secteurs portés par OCAPIAT auprès des jeunes, des parents et des personnes en reconversion.

Les résultats enregistrés confirment la progression de la campagne, qui franchit désormais le cap du million de clics générés.

PLAN DE COMMUNICATION NATIONAL 2026

Plan de communication 2026 : la campagne #JeunesDeter repose sur un dispositif 360°, combinant présence digitale, partenariats médias et actions de terrain.

Cette année, la stratégie média s'appuie sur un nombre plus restreint de partenaires, avec six médias activés tout au long de l'année afin de maximiser la visibilité et la performance des contenus.

L'OBJECTIF RESTE LE MÊME

rendre les métiers plus visibles, plus concrets et plus accessibles, en touchant les jeunes et les personnes en reconversion là où ils s'informent et s'orientent.

1

PUBLICITÉ EN PROGRAMMATIQUE

Affichage de publicités ciblées sur les pages des sites Internet visitées par la cible des jeunes et leurs parents

Affichage de publicités ciblées auprès d'internautes ayant effectué des recherches liées à l'orientation ou à la reconversion professionnelle

Affichage du manifeste et du spot tv sur les applications de jeux vidéo mobiles pour toucher les moins de 18 ans.

2^{ème} mois de campagne.

Voir les bannières

21 millions
impressions

75 K
clics

34,4 K
visites

2

BE REAL

#JeunesDeter est présent sur BeReal depuis le 1^{er} avril pour aller à la rencontre des jeunes sur ce réseau de photos basé sur l'authenticité et le quotidien.

L'objectif : montrer les métiers tels qu'ils sont vraiment, sans mise en scène, sans filtre. Juste la réalité du terrain, partagée par celles et ceux qui les vivent.

Ce compte est animé par les ambassadeurs métiers 100% dans les codes de la cible.

BeReal

284
BeReal postés

7,5 millions
impressions

120 K
clics

APPLICATION NOMAD

Mi-février, la campagne a été relancée sur l'application de révision Nomad Education, avec une mise à l'honneur du secteur agriculture. Le mini-site dédié à la campagne a été enrichi avec trois nouvelles fiches métiers : arboriculteur, viticulteur et tractoriste. Différents formats de bannières sont diffusés au sein de l'application et redirigent les utilisateurs vers cet espace afin de leur faire découvrir ces métiers et les parcours associés : display, story, swipe des métiers (mise en avant dès l'ouverture de l'application).

La campagne sur le secteur agricole s'est terminée le 18 juin pour laisser place au secteur agroalimentaire.

Visuels

SECTEUR AGRI

4,7 K
visites du mini site

DISPLAY
251 K
impressions
2,8K
clics

STORY/SWIPE DES MÉTIERS

23 K
vues
120
clics
+ de **96 K**
jeunes impactés
par la campagne

VIDÉO INFLUENCEUR SUR **INSTAGRAM** ET **TIKTOK**

558 K
impressions
1,2 K
clics

SECTEUR AGRO

400
visites du mini site
21 K
impressions
229
clics

GROUPE ONISEP

La campagne s'appuie sur l'écosystème Onisep (Onisep, CIDJ, Phosphore, Annabac) pour toucher les lycéens, leurs parents et les prescripteurs.

Le dispositif combine des bannières multi-formats déployées à plusieurs moments stratégiques de l'année scolaire, notamment lors des périodes liées à l'orientation et à Parcoursup, afin de maximiser la visibilité et l'impact de la campagne.

La 2^{ème} vague de campagne avec de nouveaux visuels a débuté le 1er juin et prendra fin le 31 août.

Visuels

VAGUE 2

148 K
impressions

166
clics

RÉSEAUX SOCIAUX

Au mois juin, la communauté sur les différents réseaux sociaux de #JeunesDeter continue de croître grâce au community management renforcé ainsi qu'à la sponsoring. Les contenus alternent entre des fiches métier, des snacks-content tournés dans des écoles, des vidéos ambassadeurs et des carrousels photos.

Instagram

TikTok

113 millions
impressions

907 K
clics

14 millions
de vues

232 K
réactions

THOTIS

Création d'une page dédiée #JeunesDeter qui compile tous les contenus existants, soutenue par des campagnes Instagram et email mettant en avant le chatbot IA, ainsi qu'une présence dans les principaux guides d'orientation de Thotis (Parcoursup, Orientation, Résultats Parcoursup, Guide Ingénieurs et Guide Parents), complétée par une diffusion du Guide Parents auprès de la PEEP.

Page dédiée

1 K
visites de la page

356
conversations chatbot

422 K
lectures des guides



BILAN JUIN 2026

À fin juin, la campagne franchit un nouveau cap avec **plus de 174 millions d'impressions, 16,2 millions de vues et plus d'un million de clics** générés sur l'ensemble des dispositifs. Ces résultats traduisent la capacité de #JeunesDeter à maintenir une présence forte auprès de ses différentes audiences grâce à la complémentarité des partenaires et des formats déployés. Le second semestre s'annonce en montée en puissance avec l'arrivée du nouveau spot TV et de nouvelles opérations vidéo qui viendront renforcer encore la visibilité de la campagne.