

« Faire campagne pour les services de proximité »

Conseil général du Val d'Oise (1 105 000 habitants)

Président : François SCHELLIER

Objectif :

Faire connaître et valoriser les services d'action sociale mis à la disposition de la population, en particulier les **lieux d'accueil enfant-parent**.

Informers, promouvoir et valoriser les **métiers de l'aide à domicile** pour lesquels le recrutement de personnel est difficile alors que la demande est de plus en plus forte.

Démarche et contenu :

Des campagnes très ciblées sur les publics visés :

- Un **livre pour enfant « Emilie et la souris bleue » à se faire lire par ses parents** : on y parle de tout ce que l'on peut faire dans les lieux d'accueil et ce sont les enfants qui pourront ainsi inciter leurs parents à s'y rendre.

Diffusé chez tous les partenaires de l'action sociale (médecins, maternités, CAF, PMI)

- Une **campagne multimédias en 2 temps** (juin à août, puis octobre): affichage, bus, fiches horaires SNCF, et encarts presse.

Des slogans forts et directs sous forme de question-réponse : « Vous pensez que le nombre de demandeurs d'emploi augmente ? Le nombre d'employeurs aussi. »

« C'est étrange de travailler 2 heures le lundi et 6 le mardi ! sauf si vous l'avez décidé.»

« Vous aimez votre quartier ? Profitez-en. »

Budget :

Pour « Emilie et la souris bleue », 2 directions mobilisées : direction de la prévention et de la santé et direction de la communication en partenariat avec la C A F. Agence Florilèges.

Coût : 16 744 €.

Pour l'aide à domicile, 2 directions mobilisées : direction de l'action économique et direction de la communication. Agence : Family et Compagnie

Coût : 50 000 €.

Très grosse diffusion du livre chez les partenaires de l'action sociale.

Plus de 300 appels qualifiés au numéro indigo pour les emplois de l'aide à domicile.