



Communiqué de presse
N° 017/2012

Berlin, le 28 mars 2012

Deux préoccupations, une campagne : « Back dem Land das Brot » (« Fabrique le pain de ton pays ») – à la recherche d'apprentis autour des tables de petit-déjeuner

En 2012, les artisans boulangers allemands ont rassemblé leurs forces et ont lancé une campagne afin d'assurer d'une part la relève et d'autre part leur place à la table du petit-déjeuner des Allemands sous le mot d'ordre « Back dem Land das Brot » (« Fabrique le pain de ton pays »). Leur but est à la fois de pointer du doigt le manque croissant d'apprentis qualifiés et de renforcer la position de l'artisan boulanger autour de la table de petit-déjeuner. La campagne rencontre un franc succès auprès de son groupe cible, les classes supérieures des études secondaires en Allemagne. Plus de 3 000 mallettes de formation contenant du matériel de cours multimédia ont déjà été commandées.

« La rareté des places d'apprentissage dans les années 90 a engendré la rareté du nombre d'apprentis. Dans la chasse à la relève qualifiée, l'avantage est à celui qui a les meilleures réponses aux attentes et aux questions des jeunes. Notre campagne s'adresse au cœur du groupe cible et établit dans le même temps une passerelle entre l'école et la recherche d'une place d'apprentissage » commente Peter Becker, président de l'association professionnelle des artisans boulangers allemands « Zentralverband des Deutschen Bäckerhandwerks e.V. ».

Tout comme les publicités adressées à la relève des artisans boulangers, la campagne est diffusée dans l'ensemble des médias privilégiés par les jeunes utilisateurs et utilise les plates-formes connues comme www.frühstücksbäcker.de et www.back-dir-deine-zukunft.de en tant que base de départ. De plus, elle s'accompagne d'autres actions : des boulangers locaux présentent les métiers d'apprentissage de la boulangerie traditionnelle lors de campagnes dans les écoles ou à l'occasion du concours de chant des hymnes de boulanger, les élèves peuvent laisser parler leur créativité. Cette campagne de communication se compose en outre d'actions de cartes virtuelles, de films publicitaires, de matériel d'enseignement gratuit mis à la disposition des enseignants et de matériaux publicitaires pour les boulangeries participantes. En ce



***Communiqué de presse
N° 017/2012***

qui concerne la présentation du métier de boulanger en classe, un CD de présentation unique a été développé.

« Les métiers de boulanger et de vendeuse en boulangerie sont des métiers intéressants et créatifs. Nos entreprises proposent aux jeunes des possibilités d'apprentissage, de meilleures opportunités d'évolution et la possibilité de pouvoir s'implanter partout dans le monde. C'est le message principal de notre campagne », explique Maître Amin Werner, Directeur de l'association professionnelle des artisans boulangers allemands « Zentralverband des Deutschen Bäckerhandwerks e. V. ».

Le fait que ce message rencontre un écho favorable nous montre la réussite jusqu'ici de la campagne de recherche de relève : début février 2012, elle se trouvait en troisième place des pages carrières de Facebook dans toute l'Allemagne et occupait la deuxième place en termes de nombre de fans sur Facebook. Selon le blog personalmarketing2plus, c'est la « seule campagne de promotion de l'apprentissage de l'ensemble du secteur de l'artisanat qui fonctionne réellement ». Seul BMW et l'Armée fédérale allemande bénéficient d'une popularité similaire.

La campagne de promotion autour des tables de petit-déjeuner des artisans boulangers s'adressent depuis 2010 à toutes les tranches d'âge. Après s'être adressée aux enfants des garderies, la campagne a permis aux écoliers de 6 à 10 ans de savourer d'intéressants projets hebdomadaires dédiés au petit-déjeuner. La mascotte de la campagne, « Bäckmann », a également assuré le divertissement. Plus de 1 705 maîtres-artisans boulangers propriétaires de plus de 7 126 espaces de vente ont pris part à cette campagne de manière active et ont profité de cette occasion pour enseigner les principes d'une alimentation équilibrée à leur future clientèle. Le concours d'affiches qui a suivi a encore lieu : jusqu'au 30 mars, chaque classe peut gagner un prix en fabriquant soi-même une affiche. La classe victorieuse de chaque région fédérale se verra remettre un prix de 250 euros. Pour finir en beauté, chaque affiche gagnante se verra affichée dans chaque région fédérale à proximité d'une école. Ströer, fournisseur d'espaces d'affichage et spécialiste des médias non domestiques, soutient le projet et met à disposition des espaces d'affichages.



Zentralverband des
Deutschen Bäckerhandwerks e.V.

Communiqué de presse
N° 017/2012

Contact presse :

Zentralverband des Deutschen Bäckerhandwerks e.V.

Peter Becker, Président

Maître Amin Werner, Directeur

Tél : (030) 20 64 55-0

E-mail : zv@baeckerhandwerk.de

Internet : www.baeckerhandwerk.de