

La CNCC lance une campagne de communication destinée aux jeunes

EntrepriseChiffre - Publié le 02 février 2023 à 08h00, par Affiches Parisiennes

Cette nouvelle campagne de communication, qui se veut inédite et impactante, doit permettre de mieux faire connaître le commissaire aux comptes aux jeunes.



La CNCC investit le métro parisien, mais aussi les médias et réseaux sociaux qu'elle juge influents. (© CNCC)

Le commissaire aux comptes, aussi appelée auditeur légal, est une profession encore trop méconnue, notamment auprès des jeunes. Tel est le constat qui a poussé la **Compagnie nationale des commissaires aux comptes** (CNCC) à lancer une nouvelle communication, auprès de ce public. Il s'agit de toucher plus précisément les collégiens, les lycéens et les étudiants qui préparent leur parcours d'orientation dans l'enseignement supérieur.

Pour y parvenir, la CNCC investit le **métro parisien**, mais aussi les médias et réseaux sociaux qu'elle juge influents. De nouveaux contenus volontairement décalés seront notamment produits en partenariat avec **Topito** et **Kombini**. La CNCC fera également appel, pour la première fois, à un influenceur, l'humoriste **Panayotis Pascot**. Il présentera la profession à sa façon lors d'une vidéo à découvrir dans quelques semaines sur les réseaux de l'écosystème Kombini. La CNCC renforcera aussi sa présence sur les salons d'orientation dans les régions.

Le volet affichage et digital de la campagne prend la forme d'une invitation « We Need You » (nous avons besoin de vous). Elle cherche à attirer l'attention avec un **message clair**, « Deviens auditeur légal », auquel s'ajoute plusieurs interpellations, comme « Contribuons ensemble à bâtir une société de confiance, transparente et juste » ou encore « Si tu veux porter les valeurs d'une économie

transparente et plus durable », expliquant ainsi les valeurs d'engagement sociétales et environnementales du commissaire aux comptes. En effet, la profession estime avoir intégré que les jeunes ont besoin de s'orienter vers des métiers qui correspondent à leurs valeurs et au sein desquels ils se sentent utiles.