



Lancement d'une campagne de recrutement pour trouver les pompiers de demain

Le Secrétaire d'Etat bruxellois en charge du Siamu (Service d'Incendie et d'Aide Médicale Urgente) a présenté à la presse la nouvelle campagne de recrutement des pompiers de la Région de Bruxelles-Capitale. Christos Doulkeridis en a profité pour faire le point sur les dernières avancées au sein du Siamu. « *Cette campagne de recrutement, c'est l'aboutissement très visible d'un long travail qui a vu par exemple l'adoption des nouveaux cadres linguistiques* ». Et de citer également d'autres réformes structurelles concernant les pompiers bruxellois qui ont été menées à bien ces derniers mois et qui permettent aujourd'hui une extension du cadre opérationnel:

- Adoption d'une réforme de la carrière et des conditions de promotion des officiers ;
- Les conditions d'évaluation et de promotion des pompiers ont été renforcées pour consolider les possibilités de carrière des hommes du feu.

« *Grâce à cette campagne de recrutement, et après les différentes phases de tests, ce sont **195 pompiers et 35 officiers qui seront inscrits comme réservistes**. Mon souhait est de pouvoir répondre à la demande du Siamu de procéder à une **extension du cadre opérationnel à l'horizon 2015*** ».

Vague de promotion

Autre effet des réformes structurelles engrangées ces derniers mois, la possibilité de procéder à des promotions internes, ce qui était rendu juridiquement instable sans nouveaux cadres linguistiques. « *Les procédures de promotion débiteront au mois d'avril et permettront au Siamu de bénéficier de **23 adjudants et de 30 sergents supplémentaires**. Il s'agit d'une avancée importante puisqu'il n'y avait plus eu de promotion depuis 4 ans. Il s'agissait d'une de mes priorités en début de législature* », enchaîne Christos Doulkeridis.

Une campagne de recrutement sur les ondes radio et en ligne

Dès ce 5 mars, et jusqu'au 26 mars 2012 inclus, les candidats sont invités à surfer sur le nouveau site Web www.pompiermonmetier.be (*). Un site qui fait partie d'une grande campagne médiatique qui comprend notamment des spots radio (Fun radio et NRJ du côté francophone, en tant que médias ciblant prioritairement les jeunes), des annonces sur le site de socialisation Facebook et des bannières Internet via le réseau Display Google.

« *J'ai par ailleurs vraiment insisté sur la nécessité de mettre en avant la notion de diversité qui manque encore au Siamu. Les pompiers de demain doivent compter plus de femmes et incarner le visage multiculturel de notre Région !* », a par ailleurs insisté Christos Doulkeridis. Les jeunes bruxellois seront particulièrement ciblés puisque les spots radio font partie des écrans publicitaires régionaux et que des affiches seront également distribués dans les différents centres sportifs de la Région notamment.

L'idée créative : la sirène du camion de pompiers (interprétée par des voix humaines, à écouter via le fichier sonore ci-joint)

Le Slogan : **Plus d'1 million de Bruxellois comptent sur moi. Pompier, mon métier.**

« Tout d'abord, nous avons remarqué le défi qui se pose pour l'image de la brigade du feu en Belgique. Les pompiers sont respectés pour leur travail exemplaire, mais ils ne sont pas perçus de la même façon que les pompiers new-yorkais par exemple. Nous avons décidé d'axer la campagne sur le **dynamisme** et les **jeunes de milieux culturels différents** », insiste l'agence 6+1.

Pour l'agence, le **bilinguisme** de Bruxelles est un obstacle pour une communication claire. « Nous voulions aller au-delà d'un concept textuel et visuel utilisé par bon nombre de campagnes existantes pour lui ajouter une nouvelle dimension: **le son**. Nous avons donc choisi la sirène comme fil rouge pour notre campagne. La sirène est reconnaissable par tous.

Chaque personne imite le son du camion de pompier à sa manière. Nous avons eu l'idée d'en faire une composition vidéo avec de jeunes personnes dont les "pin-pon" francophones (ou les "tuu-taah" néerlandophones) assemblés formeraient une sirène ».

« Ce concept met en avant la **diversité**. Les personnes de cette vidéo ont leur propre personnalité mais un point commun: le désir de devenir pompier ».

« Pour le **slogan**, nous ajoutons un appel émouvant au concept de sirène. De cette manière, nous transformons le réflexe mental passif "se mettre sur le côté de la route pour laisser passer le camion" par "agir pour aider les gens" ».

(*) Les inscriptions sont également possibles directement sur le site du Selor.