

La plate-forme Internet www.tecmania.ch constitue le cœur de la campagne. Un magazine en ligne mensuel, des vidéos ainsi que des galeries photos permettent de se faire une image des thèmes techniques. Les contenus rédactionnels sont complétés par des informations sur les entreprises, les métiers et les formations ainsi que par des éléments interactifs.

Le site constitue une plate-forme attrayante pour les entreprises membres de Swissmem et leur permet de se présenter aux jeunes gens. De plus, elle donne la possibilité aux entreprises membres, via le contenu rédactionnel, de présenter des développements et produits intéressants.

La campagne sera présentée aux foires professionnelles à l'aide d'un terminal interactif. Les entreprises membres et les associations de formation ont donc la possibilité d'étoffer leur présence aux foires et d'élargir leur réseau grâce à un élément attrayant.

Les objectifs de Technorama – The Swiss Science Center – et ceux de la campagne se ressemblent et sont par conséquent un élément important de Tecmania. La campagne en faveur de la relève sera lancée le 28 octobre 2009 au Technorama et présentée au musée dans un salon spécialement aménagé. Au Technorama, la technique est palpable de manière fascinante non seulement virtuellement, mais également de façon très réelle.



Des brochures d'information et des vidéos informent sur les différents métiers. Il est prévu d'intégrer, dans la campagne, la banque de données d'apprentissage LENA et le site www.berufsvorbereitung.ch.

Des unités d'enseignement particulières vont être préparées pour les enseignants donnant la possibilité aux étudiants d'expérimenter la technique en groupes. Outre une leçon de base détaillée, le réseau « kiknet » propose 20 unités d'enseignement supplémentaires complétant les contenus du magazine mensuel en ligne.

L'initiative en faveur de la relève est également présentée à l'aide d'une campagne d'affiches publicitaires, d'un partenariat avec les médias ainsi que d'éléments en ligne, servant ainsi à augmenter l'intérêt du public.

Les adolescents communiquent toujours plus via des réseaux sociaux en ligne comme Facebook. Par conséquent, la campagne en faveur de la relève Tecmania est également présente sur ces plate-formes virtuelles et permet d'établir des contacts entre des jeunes gens d'intérêts communs.