



Commission  
européenne

# SEMAINE EUROPÉENNE DES COMPÉTENCES PROFESSIONNELLES



**2018** | Guide pour les relations  
avec les médias

**#DiscoverYourTalent**

Emploi, affaires  
sociales et  
inclusion

## À propos du guide pour les relations avec les médias

Si vous êtes partie prenante et partenaire de la Semaine européenne des compétences professionnelles et que vous souhaitez promouvoir vos événements, ce guide est fait pour vous. Il vous guide à travers les différents médias que vous pouvez utiliser pour faire connaître la Semaine européenne des compétences professionnelles et les avantages de l'enseignement et de la formation professionnels (EFP) en Europe.

Ce guide fournit:

- Des conseils sur la manière d'approcher les médias et de faire ressortir votre récit.
- Un modèle de communiqué de presse que vous pourrez adapter et envoyer.
- Des sources de statistiques.
- Des conseils sur la manière de mener une interview avec les médias

## Pourquoi informer les médias de votre participation à la Semaine européenne des compétences professionnelles?

Les deux premières Semaines européennes des compétences professionnelles ont été couronnées de succès et la Commission européenne organise la troisième Semaine européenne des compétences professionnelles pour sensibiliser le public à l'enseignement et à la formation professionnels (EFP). La Semaine aura officiellement lieu du 5 au 9 novembre 2018 à Vienne et des centaines d'événements liés à l'EFP seront organisés dans toute l'Europe de septembre à décembre 2018.

La Semaine et sa campagne de communication rassemblent des prestataires d'enseignement et de formation, des organisations de la société civile, des autorités publiques, des organisations commerciales et le grand public afin de mieux faire connaître l'EFP en Europe. La Semaine vise à mettre en évidence les nombreuses possibilités que l'EFP peut offrir aux jeunes et aux adultes, ainsi que la valeur que l'EFP apporte à l'économie et à l'avenir du travail et des compétences.

Vous pouvez utiliser la couverture médiatique pour promouvoir votre événement et démontrer sa pertinence dans le cadre de la Semaine européenne des compétences professionnelles. Cela aidera à informer davantage de personnes de l'événement et de les inciter à y participer. La couverture médiatique peut également contribuer à faire connaître votre organisation au-delà de vos réseaux existants et à diffuser largement le message de l'événement et de la Semaine. Cela permettra donc de renforcer la sensibilisation et de modifier la perception de l'enseignement et de la formation professionnels dans votre pays.

Types de médias qui peuvent être intéressés par la Semaine européenne des compétences professionnelles:

- Des **journaux locaux, sites Web et blogs** peuvent être approchés en amont de votre événement ou activité afin d'inciter les gens à y participer. Publier un communiqué de presse environ deux semaines avant l'événement en plus d'un rappel quelques jours avant est une bonne façon de procéder. Vous pouvez également contacter n'importe quel centre de médias que vous aimeriez voir couvrir votre événement, afin d'attirer l'attention sur votre événement ou activité. Le journal

ou la chaîne peut décider de publier un article avant l'événement ou de participer à l'événement et d'en faire un compte rendu.

- Mettre votre événement sur une ou plusieurs **listes d'événements** est un excellent moyen d'y faire venir des gens qui aiment être au courant des événements locaux. Chaque liste d'événements a ses spécificités. Il vous faudra donc faire quelques recherches pour déterminer la liste la plus adaptée à votre événement.
- Les **journaux nationaux** seront peut-être intéressés par la Semaine et les événements organisés dans son cadre. Fournir des statistiques pertinentes auprès d'un large public, mentionner des citations et proposer des interviews intéressantes sont autant d'éléments qui peuvent contribuer à attirer l'attention de ces publications.
- Des **publications spécialisées** peuvent également être intéressées par la Semaine. Un conseil: ne tardez pas à les contacter bien avant votre événement, car leurs agendas se remplissent rapidement. Vous pouvez fournir des informations plus techniques à ces publications. Les mettre en contact avec un expert ou leur proposer un témoignage intéressant peut les inciter à couvrir l'événement.
- La **radio et la TV** peuvent être intéressées, en particulier par les événements plus animés et inattendus et qui fourniront un arrière-plan parfait pour les enregistrements vidéo.

## Relations avec les médias

Voici une liste de conseils tout simples qui vous aidera à obtenir la meilleure couverture médiatique de votre événement et de la Semaine européenne des compétences professionnelles. Cette liste est suivie de conseils plus approfondis:

### Relations avec les médias – liste de conseils

- ✓ Identifier les médias que vous souhaitez approcher.
- ✓ Adapter le modèle de communiqué de presse avec les informations de votre événement.
- ✓ Ajouter toute information relative à un pays ou à une région d'Europe qui pourrait se révéler utile.
- ✓ Rassembler des photos, des citations et des graphiques qui peuvent être publiés.
- ✓ Penser aux personnes qui pourraient être interviewées.
- ✓ Envoyer le communiqué de presse et les photos par courriel aux personnes de contact des médias.
- ✓ Téléphoner aux principaux médias suite au courriel.
- ✓ Insérer votre nom et vos coordonnées afin de pouvoir répondre aux questions.
- ✓ Rester disponible pour les journalistes le jour J et les présenter à des personnes intéressantes.

## QUELS MÉDIAS APPROCHER?

La première étape est d'identifier les médias qui couvrent les événements locaux ou régionaux près de chez vous. Trouvez ensuite les coordonnées des journalistes qui suivent les événements locaux et qui s'intéressent aux questions d'emploi et d'éducation, à la politique sociale et aux affaires européennes, que ce soit sur leur site Web ou en appelant directement les bureaux des médias. Vous pouvez également proposer votre événement pour qu'il soit mentionné sur une liste d'événements.

Avoir une liste de contacts bien fournie est le premier pas vers une couverture médiatique réussie. Si votre événement est inscrit sur une liste d'événements, il sera plus visible.

### Préparer un communiqué de presse

La meilleure manière de donner des informations aux médias est de leur envoyer un communiqué de presse. Nous vous conseillons d'utiliser le modèle de communiqué de presse de la Semaine européenne des compétences professionnelles disponible sur [le site web](#). Choisissez le modèle pour votre pays et remplissez-le avec les informations relatives à votre événement et à la région que vous jugez pertinentes.

### Quand envoyer un communiqué de presse

Comme mentionné plus haut, vous pouvez envoyer le communiqué de presse aux journalistes choisis environ deux semaines avant l'événement. Il n'est pas inutile d'envoyer un rappel un ou deux jours avant l'événement. En ce qui concerne les publications et les magazines spécialisés, vous pouvez envoyer le communiqué de presse plus tôt, car leur agenda rédactionnel se remplit souvent rapidement. Vous pouvez également proposer votre événement à une liste d'événements un mois à l'avance, en fonction du type de liste choisi.

### Conseils pour la rédaction d'un communiqué de presse

- ✓ Commencez par les informations importantes. Essayez de toujours répondre aux questions où, quand, quoi, qui, pourquoi?
- ✓ Utilisez des phrases courtes et un langage dynamique.
- ✓ Évitez d'être trop technique et expliquez les abréviations.
- ✓ N'oubliez pas d'inclure des citations et des statistiques.
- ✓ Envoyez une photo que les journalistes peuvent utiliser (veillez à avoir obtenu les autorisations nécessaires à sa publication).
- ✓ Inscrivez vos coordonnées, en cas de questions.

### Appels de suivi

Les journalistes reçoivent une foule de communiqués de presse tous les jours, c'est pourquoi donner un coup de téléphone peut permettre de faire sortir du lot votre communiqué. Par ailleurs, cela vous donne l'occasion de promouvoir votre événement. Vous pouvez aussi leur demander s'ils ont des besoins spécifiques.

## DONNER VIE À VOTRE COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Le but du communiqué de presse est de fournir aux journalistes des informations pertinentes, en plus des documents supplémentaires qu'ils peuvent publier, comme des photos, des citations, des graphiques ou des statistiques.

- **Photos:** Les photos peuvent avoir été prises à votre événement ou être des photos d'archives, si vous envoyez votre communiqué de presse avant la tenue de votre événement. Assurez-vous d'obtenir toutes les autorisations pour la publication des photos, avant de les envoyer aux journalistes.

- **Citations:** Insérer des citations dans votre communiqué de presse est une bonne idée. Elles peuvent émaner d'orateurs présents à votre événement, d'experts de votre organisation ou de témoignages d'apprenants.
- **Statistiques sur l'EFP:** Elles peuvent être régionales, nationales ou européennes.

## CONSEILS RELATIFS AUX SOURCES DE STATISTIQUES

Il se peut que votre organisation ait accès à des statistiques intéressantes et pertinentes. Si ce n'est pas le cas, voici quelques sources européennes fournissant des statistiques nationales que vous pourriez trouver utiles. N'oubliez pas de toujours citer votre source:

- [Rapport de suivi de l'éducation et de la formation 2017](#) - 28 rapports nationaux (DG EAC)
- [VET-in-Europe country reports](#) (Cedefop)
- [Base de données EFTP - informations nationales](#) (UNEVOC, International Centre for Technical and Vocational Education and Training, UNESCO)
- [\(UOE\) Education database](#) (UNESCO/OCDE/EUROSTAT)
- [Vocational Education and Training Statistics](#) (EUROSTAT)

Vous pouvez également consulter les agences nationales d'EFP et le ministère/département de l'Éducation ou du Travail de votre pays, puisqu'il est probable qu'ils disposent de rapports nationaux sur l'enseignement et la formation professionnels.

EUROSTAT est une bonne source de statistiques, au niveau européen et national, par exemple:

- 49% des étudiants du secondaire supérieur en Europe sont inscrits dans l'EFP du secondaire supérieur (2016)
- Le taux d'emploi des jeunes diplômés de l'EFP<sup>1</sup> en Europe est de 74,8% (2017)
- Le pourcentage d'adultes peu qualifiés<sup>2</sup> en Europe est de 22,5% (2017)
- 72,2% des entreprises de l'UE ont dispensé une formation professionnelle continue à leurs salariés (2015)
- 10,9 % de la population européenne participe à l'éducation des adultes (2017)

## RELATIONS AVEC LES JOURNALISTES

Établir une bonne relation avec les journalistes est une excellente manière de bénéficier d'une couverture médiatique. Vous pouvez les appeler et les inviter à couvrir votre événement, en plus de leur envoyer votre communiqué de presse. Assurez-vous de connaître leurs besoins spécifiques et envoyez-leur un rappel quelques jours avant l'événement. Le jour J, assignez une personne qui accueillera les journalistes et assurez-vous qu'elle dispose de toutes les informations nécessaires. N'hésitez pas à imprimer plusieurs copies de la brochure sur la Semaine européenne des compétences professionnelles, afin de les distribuer. Vous trouverez la brochure sur le site web.

---

<sup>1</sup> Âgés de 15 à 34 ans, [Eurostat](#)

<sup>2</sup> Ayant moins d'un diplôme de l'enseignement primaire, primaire et secondaire, [Eurostat](#)

## CONSEILS POUR DES INTERVIEWS RÉUSSIES

Les interviews peuvent être menées en tête à tête lors de l'événement, par téléphone ou par échange de courriels. Si vous recevez une demande d'interview, gardez ces quelques éléments à l'esprit:

- Fournissez au journaliste des informations sur votre organisation et la Semaine européenne des compétences professionnelles. Les informations sur la Semaine, son contexte et ses thèmes pour l'année 2018 sont disponibles sur le site web de la Semaine européenne des compétences professionnelles.
- Déterminez à l'avance ce que vous comptez dire. Préparez quelques notes qui vous aideront lors de l'interview.
- Concentrez-vous sur les principaux messages que vous voulez faire passer et commencez par présenter vos principaux arguments.
- Soyez concis et utilisez des exemples et des récits personnels qui rendront votre récit particulier.
- Laissez vos coordonnées au cas où le journaliste voudrait vérifier des informations.
- Il peut se révéler utile d'organiser une interview avec quelqu'un d'autre, comme un orateur présent à votre événement ou quelqu'un pouvant proposer son témoignage. Dans ce cas, choisissez la meilleure personne à interviewer. Demandez à cette personne si elle serait prête à répondre à la presse, indiquez-lui les sujets à aborder et les principaux messages portés par la Semaine. Organisez ensuite un rendez-vous physique ou téléphonique avec le journaliste.

## Outils à votre disposition

Vous pouvez utiliser le modèle de communiqué de presse de la Semaine européenne des compétences professionnelles disponible sur [le site web](#) pour promouvoir votre événement. Vous trouverez un modèle général rédigé en anglais et dans votre langue nationale. Pour utiliser ce modèle, il vous suffit d'indiquer des informations spécifiques à votre activité et ajouter toute information locale qui vous semble pertinente. La plupart des organes de presse préfèrent recevoir le communiqué de presse dans le corps de texte du courriel, plutôt qu'en pièce jointe. Dès lors, copiez et collez le communiqué de presse dans un courriel avant de l'envoyer.

## Foire aux questions

### Comment puis-je rendre mon récit plus attrayant pour les médias?

N'oubliez pas que les journalistes aiment les histoires vraies. Intégrez des récits personnels, des citations ou des chiffres qui distingueront votre communiqué de presse.

### La Commission européenne fournit-elle les coordonnées de médias?

Non. La Semaine et sa campagne se déroulant dans les 28 États membres, l'EEE et les pays candidats, c'est impossible. Le présent guide donne des conseils sur la manière de créer une bonne base de données des médias, ainsi que des astuces sur la manière d'établir des liens solides avec les journalistes.

---

### **J'ai d'autres questions, qui puis-je contacter?**

Vous pouvez nous envoyer un courriel via l'adresse [info@vocationalskillsweek.eu](mailto:info@vocationalskillsweek.eu) ou en téléphonant au +44 (0)207 444 4264. Vous pouvez aussi nous contacter via les réseaux sociaux repris ci-dessous.

## **Nous contacter**

Nous sommes à votre disposition pour répondre à toutes vos questions sur vos activités dans le domaine des relations avec les médias.

**Email:** [info@vocationalskillsweek.eu](mailto:info@vocationalskillsweek.eu)

**Téléphone:** +44 (0)207 444 4264

**Twitter:** @EU\_social @EuropeanYouthEU #EUVocationalSkills #DiscoverYourTalent

**Facebook:** @socialeurope, @EuropeanYouthEU