



SEMAINE EUROPÉENNE DES COMPÉTENCES PROFESSIONNELLES



2019

Guide pour les relations avec les médias

#DiscoverYourTalent

Emploi, affaires
sociales et
inclusion



À propos du guide pour les relations avec les médias

Si participer à la Semaine européenne des compétences professionnelles 2019 vous intéresse et que vous souhaitez promouvoir vos événements et activités, ce guide est fait pour vous. Il vous oriente à travers les différents médias que vous pouvez utiliser pour faire connaître la Semaine et les avantages de l'enseignement et de la formation professionnels (EFP) en Europe.

Ce guide fournit les informations suivantes:

- Des conseils sur la manière d'approcher les médias et de faire ressortir votre récit.
- Des conseils sur la manière de préparer un communiqué de presse et un modèle 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 trois premières Semaines européennes des compétences professionnelles ont été couronnées de succès et la Commission européenne organise à présent la quatrième semaine pour continuer à sensibiliser le public à l'EFP. La Semaine officielle se déroulera du 14 au 18 octobre 2019 et des centaines d'événements et d'activités portant sur l'EFP seront organisés dans toute l'Europe au cours de l'année. Cet événement européen aura lieu à Helsinki.

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. Le thème de cette année est «EFP pour TOUS – Des compétences à vie». Il mettra en avant les aspects d'excellence, d'intégration et d'apprentissage tout au long de la vie de l'EFP.

Vous pouvez utiliser la couverture médiatique pour promouvoir votre événement ou activité et démontrer sa pertinence dans le cadre de la Semaine. Cela permettra d'informer davantage de personnes de l'événement ou de l'activité 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'EFP dans votre pays.

Types de médias qui peuvent être intéressés par la Semaine:

Journaux locaux, sites web et blogs



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.

Listes d'événements



Les listes d'événements sont un excellent moyen d'encourager les gens à venir à votre événement, car ceux-ci sont souvent impatients d'entendre parler 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.

Journaux nationaux



Les journaux nationaux seront peut-être intéressés par la Semaine et les événements et activités 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.

Publications spécialisées



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. L'accès à un expert ou à un témoignage intéressant contribuera à encourager la couverture médiatique.

Radio et télévision



La radio et la TV peuvent être intéressées, en particulier par les événements plus animés et inattendus 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 générer la meilleure couverture médiatique de votre événement et de la Semaine. Cette liste est suivie de conseils plus approfondis.

Liste de conseils en matière de relations avec les médias

- ✓ Choisissez le média que vous souhaitez approcher.
- ✓ Adaptez le modèle de communiqué de presse aux informations de votre événement.
- ✓ Ajoutez les histoires et les informations relatives au pays ou à la région que vous jugez intéressantes et pertinentes.
- ✓ Partagez des photos, des vidéos, des citations et des graphiques, etc. qui peuvent être publiés.
- ✓ Réfléchissez à la personne susceptible de participer aux interviews.
- ✓ Envoyez le communiqué de presse et les photos par courriel aux personnes de contact des médias.
- ✓ Téléphonnez aux principaux médias suite au courriel.
- ✓ Insérez votre nom et vos coordonnées afin de pouvoir répondre aux questions. Restez disponible pour les journalistes le jour J et présentez-les à des personnes intéressantes.

Identifier quel média 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, sur leur site web ou en appelant directement leurs bureaux des médias. Vous pouvez également proposer votre événement pour qu'il soit mentionné sur une liste d'événements.

Astuce: Avoir une bonne liste de contacts est la première étape d'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. Vous pouvez utiliser le modèle de communiqué de presse de la Semaine européenne des compétences professionnelles disponible sur le site web, comme base. Choisissez un modèle dans la langue appropriée et remplissez-le avec les informations relatives à votre événement ou activité et à la région que vous jugez intéressantes et pertinentes.

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.



Astuces:

- 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 (incluez uniquement des photos qu'ils pourront publier sans violation du droit d'auteur ou des droits sur les données à caractère personnel)
- Inscrivez vos coordonnées, en cas de questions.

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 qu'ils peuvent publier, comme des photos, des vidéos, des témoignages, des citations, des graphiques ou des statistiques.



Visuels de la campagne Semaine européenne des compétences professionnelles: Ces visuels doivent être ajoutés à tous les communiqués de presse pour montrer que votre événement participe à la Semaine. Ces visuels sont disponibles sur le [site web](#).



Photos des événements: Les photos des événements précédents sont parfaites pour les communiqués de presse. Par conséquent, il est conseillé de vous assurer que les personnes photographiées au cours de vos événements en sont conscientes et qu'elles comprennent comment ces photos peuvent être utilisées. Pour ce faire, il suffit d'ajouter une phrase sur les invitations ou les billets. Vous pouvez également placarder des affiches à ce sujet le jour J. Il est important de respecter le fait que certaines personnes ne souhaitent pas qu'elles-mêmes ou leurs enfants soient photographiés. Pour les photos de personnes seules, vous devrez leur demander de signer un formulaire d'autorisation, par conséquent, il peut être préférable de se concentrer sur les photos de groupe dans lesquelles les personnes ne sont pas identifiables.



Photos du domaine public: Si vous utilisez des photos provenant de l'internet, vérifiez les droits d'auteur associés. Par prudence, choisissez des images du domaine public provenant de sites tels que Pixabay et Unsplash car leurs restrictions de licence sont simples.



Vidéos: Ajoutez un lien vers les vidéos de la Semaine, qui se trouvent sur le site web, dont certaines ont des sous-titres dans toutes les langues de l'UE. Les vidéos sont idéales pour attirer l'attention et peuvent être utilisées par les chaînes de télévision et les versions en ligne des publications locales et nationales.



Témoignages inspirants: Choisissez des témoignages dans la bibliothèque [Partagez vos histoires](#) et adaptez leur contenu sur le site web de la Semaine afin de montrer l'importance de l'EFP, de la Semaine et de votre événement.



Citations: C'est une bonne idée d'inclure une citation dans votre communiqué de presse. 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.

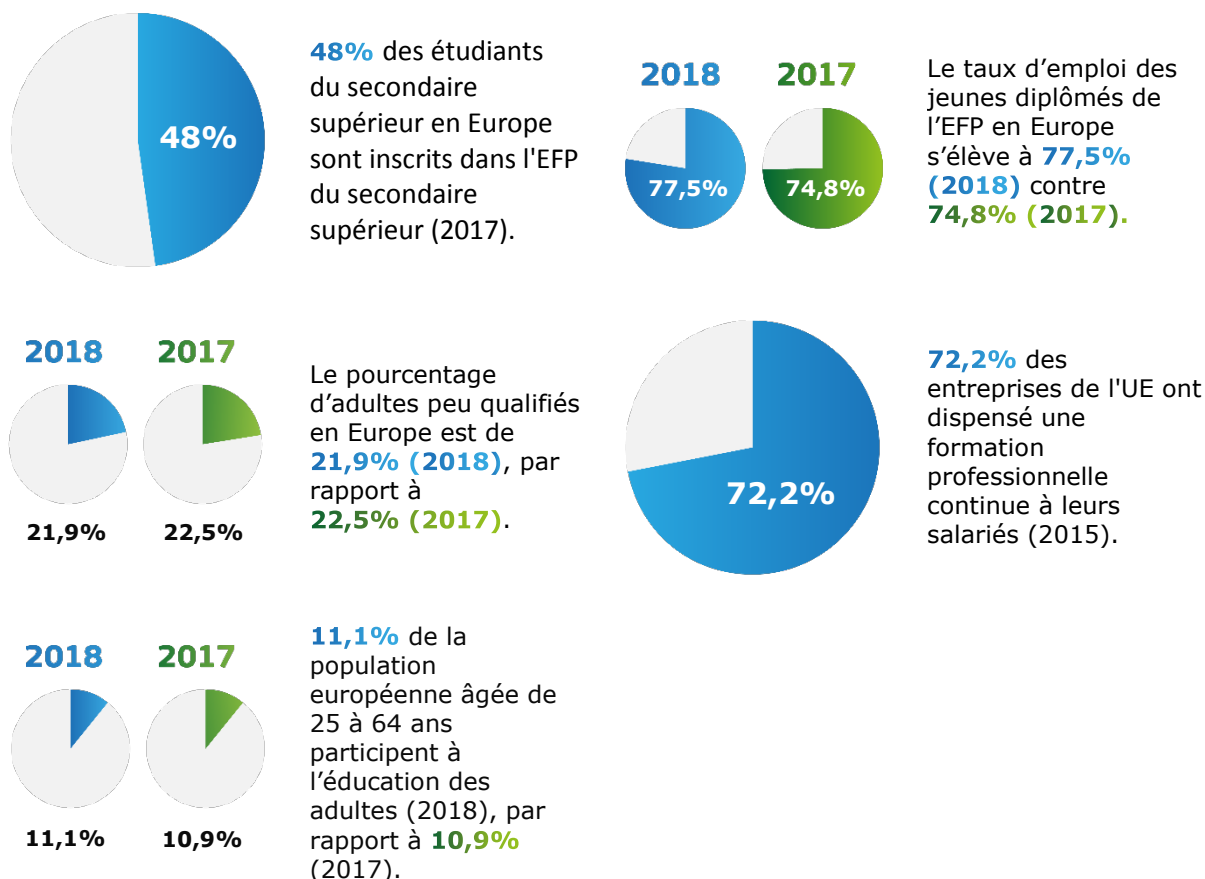
Sources des statistiques

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 la source:

- Education and training monitor 2018: country reports, factsheets and infographics (DG EAC).
- VET-in-Europe country reports (Cedefop).
- Base de données EFTP mondiale – informations nationales [International Centre for Technical and Vocational Education and Training (UNEVOC) et UNESCO].
- UOE education database (UNESCO, OECD et Eurostat).
- Vocational education and training statistics (Eurostat).
- Adult Learning 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'EFP.

Les statistiques européennes peuvent fournir une comparaison intéressante et Eurostat est une bonne source de données à ce sujet:



Envoyer le communiqué de presse

Pour les **médias locaux** et les **quotidiens**, envoyez le communiqué de presse environ deux semaines avant l'événement. En outre, 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 devriez 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.

Créer des relations avec les journalistes

Établir une bonne relation avec les journalistes peut permettre 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 avant l'événement. Le jour J, assignez une personne qui accueillera les journalistes et assurez-vous qu'ils disposent de toutes les informations nécessaires. N'hésitez pas à imprimer plusieurs copies de la brochure sur la Semaine européenne des compétences professionnelles 2019, afin de les distribuer. Vous trouverez la brochure sur le site web.

Mener 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:



Astuces:

- ❖ Fournissez au journaliste des informations sur votre organisation et sur la Semaine européenne des compétences professionnelles. Les informations sur la Semaine, son contexte et ses thèmes pour l'année 2019 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, et 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 utiles

- **Modèle de communiqué de presse Semaine européenne des compétences professionnelles:** Disponible dans toutes les langues nationales de l'UE et prêt à être adapté et envoyé.
- **Bibliothèque Partagez votre histoire:** Contient de nombreux témoignages intéressants que vous pouvez utiliser. N'hésitez pas non plus à y ajouter vos propres témoignages!
- **Visuels de campagne:** Montrez que vos photos et vos témoignages font partie de la Semaine.



Foire aux questions

Comment puis-je rendre mon histoire plus attrayante 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 des médias?

Non, car la Semaine et sa campagne se déroulant dans les États membres de l'UE, l'EEE et les pays candidats, cela 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- à qui puis-je m'adresser?

Vous pouvez nous envoyer un courriel via l'adresse info@vocationalskillsweek.eu ou en téléphonant au +44 (0)207 444 4264. Vous pouvez aussi nous contacter via les réseaux sociaux sur les comptes 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.

E-mail: info@vocationalskillsweek.eu

Téléphone: +44 (0)207 444 4264