



2022

Guide sur les relations avec les médias

EUROPEAN **VOCATIONAL
SKILLS WEEK** 2022



#EUVocationalSkills

#DiscoverYourTalent

Emploi, Affaires
sociales et inclusion



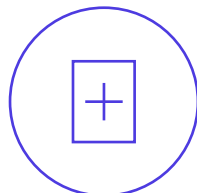
À PROPOS DU GUIDE SUR LES RELATIONS AVEC LES MÉDIAS

Si participer à la Semaine européenne des compétences professionnelles 2022 («la Semaine») vous intéresse et que vous souhaitez promouvoir vos événements et activités via les médias, 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.

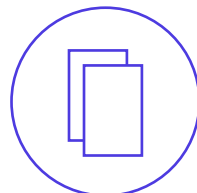
Ce guide fournit:



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

Pour retrouver les **messages clés** sur la campagne de la Semaine européenne des compétences professionnelles, veuillez consulter le document «Messages clés» de la section [Resources](#) du site web.

Les cinq premières éditions de la Semaine européenne des compétences professionnelles ayant été couronnées de succès, la Commission européenne organise à présent la sixième Semaine pour continuer à sensibiliser le public à l'EFP. La sixième édition de la Semaine est un événement en ligne en raison des mesures de sécurité liées à la COVID-19. Elle se déroulera du 16 au 20 mai 2022 à Bruxelles et simultanément en ligne. En outre, des centaines d'événements et activités portant sur l'EFP et associés à la Semaine seront organisés dans toute l'Europe au cours de l'année.



QU'EST-CE QUE LA SEMAINE EUROPÉENNE DES COMPÉTENCES PROFESSIONNELLES?

La Semaine et sa campagne de communication réunissent des apprenants, des prestataires d'enseignement et de formation, des organisations de la société civile, des pouvoirs publics, des organisations commerciales et le grand public afin de mieux faire connaître l'EFP en Europe. La campagne a pour slogan «**Découvre ton talent!**».

La Semaine, qui coïncide avec l'**Année européenne de la jeunesse**, 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 l'EFP et la transition écologique. Il s'inscrit dans la vision de la Commission européenne consistant à atteindre la neutralité climatique à l'horizon 2050, comme le souligne le pacte vert pour l'Europe.

La Semaine placera les compétences au cœur de la transition écologique. De quelles nouvelles compétences aurons-nous besoin pour réussir dans un environnement qui protège les ressources précieuses de la planète? Quel rôle l'EFP peuvent-ils jouer pour garantir que la transition durable profite à chacun?

La pandémie actuelle de coronavirus a gravement perturbé toutes les formes d'enseignement et de formation. Cette perturbation est l'occasion d'adopter une approche nouvelle pour l'EFP et de les rendre plus modernes, attrayants, souples et adaptés à la transition écologique et numérique. La Commission européenne a élaboré une stratégie ambitieuse et axée sur les compétences et l'EFP pour guider les efforts de relance face à la COVID-19 dans les domaines de l'emploi et de la politique sociale. [La recommandation du Conseil en matière d'EFP](#) en faveur de la compétitivité durable, de l'équité sociale et de la résilience, adoptée en 2020, vise à assurer que l'EFP dote la main-d'œuvre des compétences nécessaires pour soutenir la relance ainsi que les transitions écologique et numérique.



POURQUOI INFORMER LES MÉDIAS DE VOTRE PARTICIPATION À LA SEMAINE EUROPÉENNE DES COMPÉTENCES PROFESSIONNELLES?

En raison de la pandémie actuelle de coronavirus, vous souhaitez peut-être organiser des activités numériques pour compléter les événements physiques. Il peut s'agir de webinaires, de campagnes de presse numériques, de salons de l'emploi en ligne, d'événements diffusés en direct sur Facebook ou Instagram ou de tout autre rassemblement en ligne. Quel que soit le format que vous choisirez, la couverture médiatique promouvra votre activité et démontrera sa pertinence dans le cadre de la Semaine. Cela permettra d'informer davantage de personnes de vos événements/activités 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/activité et de la Semaine, contribuant ainsi à sensibiliser à l'EFP et à améliorer son image.



QUI POURRAIT S'INTÉRESSER À LA SEMAINE ET À MON ÉVÉNEMENT/ACTIVITÉ?

Les types de médias susceptibles de s'intéresser à la Semaine:



Journaux locaux

Les journaux locaux peuvent être contactés en amont de votre événement 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. Ne vous découragez pas si vous n'avez reçu que peu de réponses, voire aucune. Les journalistes sont souvent simplement trop occupés pour répondre aux nombreux courriels qu'ils reçoivent quotidiennement. C'est pourquoi il est important d'envoyer un second message trois ou quatre jours ouvrables après la première prise de contact. Vous pouvez également appeler des journaux locaux pour leur dire que vous souhaiteriez écrire quelque chose sur votre événement/activité pour aider à attirer l'attention.



QUI POURRAIT S'INTÉRESSER À LA SEMAINE ET À MON ÉVÉNEMENT/ACTIVITÉ?



Listes d'événements/activités

Les guides ou listes d'événements/activités locaux sont un excellent moyen d'encourager les gens à participer à votre événement, car ceux-ci sont souvent impatients d'entendre parler d'événements/activités dans leur région. Chaque site web ou publication a ses spécificités. Vous devrez donc faire quelques recherches pour trouver les listes pour votre région et savoir comment soumettre votre événement/activité.



Journaux nationaux

Les journaux nationaux pourraient peut-être s'intéresser à la Semaine et aux activités organisées dans le cadre de celle-ci. Fournir des statistiques pertinentes auprès d'un large public, mentionner des citations et proposer des interviews peuvent contribuer à attirer leur attention. Envoyez-leur un communiqué de presse et un deuxième courriel comme pour les journaux locaux.



Publications spécialisées

La Semaine peut aussi intéresser les publications spécialisées (questions relatives à l'emploi et à l'enseignement, politique sociale ou affaires européennes). Un conseil: contactez-les le plus tôt possible, car leurs agendas rédactionnels se remplissent rapidement. Vous pouvez leur envoyer des informations plus techniques. Le recours à un expert ou au témoignage d'une personne ayant bénéficié d'un EFP de qualité favorisera la couverture.



RELATIONS AVEC LES MÉDIAS

Voici une liste de conseils tout simples qui vous aidera à générer la meilleure couverture médiatique. Cette liste est suivie de conseils plus approfondis.



Choisissez le média que vous souhaitez approcher. 

Persévérez! 


Ajoutez des histoires et informations locales que vous jugez intéressantes et pertinentes. 


Adaptez le communiqué de presse disponible sur le site web en y ajoutant des informations sur votre événement.


Insérez votre nom et vos coordonnées afin de pouvoir répondre aux questions.

Partagez des photos, des vidéos, des citations et des graphiques qui peuvent être publiés, en veillant à respecter les exigences relatives au droit d'auteur et à la protection des données.

Accueillez les journalistes le jour J et présentez-les aux personnes qu'ils seraient susceptibles de vouloir interviewer.

Réfléchissez aux personnes qui pourraient être interviewées. 

Envoyez le communiqué de presse et les photos par courriel aux personnes de contact des médias. 

Téléphonez aux principaux médias après avoir envoyé le courriel. 

Identifier quel média approcher

La première étape est d'identifier les médias qui couvrent les événements près de chez vous. Trouvez ensuite les coordonnées des journalistes qui couvrent les événements locaux et qui s'intéressent aux questions d'emploi et d'enseignement, à la politique sociale et aux affaires européennes, en consultant leur site web ou en appelant directement leurs bureaux. Vous pouvez également vous renseigner sur la façon d'inscrire votre événement/activité sur des listes d'événements.

Astuce

Avoir une bonne liste de contacts est la première étape d'une couverture médiatique réussie. Inscrire votre événement/activité sur des listes d'événements vous procurera plus de visibilité.




PRÉPARER UN COMMUNIQUÉ DE PRESSE

La meilleure manière de fournir des informations aux médias est de leur envoyer un communiqué de presse. Vous pouvez utiliser comme base le modèle disponible sur le site web. Choisissez un modèle dans la langue appropriée et remplissez-le avec les informations relatives à votre événement/activité et à la région que vous jugez 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'utiliser un langage trop spécialisé et expliquez les abréviations.

Insérez des citations et des statistiques. 

Envoyez une photo que les journalistes peuvent utiliser (n'incluez que des photos qu'ils peuvent publier sans enfreindre les droits d'auteur ou les droits relatifs aux données à caractère personnel).

Indiquez 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 et qui présentent un intérêt médiatique, en plus des documents qu'ils peuvent publier, comme des photos, des vidéos, des témoignages d'expériences fructueuses, des citations, des graphiques ou des statistiques.



Visuels de la campagne de la Semaine européenne des compétences professionnelles

Ils devraient être ajoutés à tous les communiqués de presse pour montrer que votre événement participe à la Semaine. Ils sont disponibles dans la section [Ressources](#) du site web.



Photos des événements/activités

Les photos de vos événements/activités précédents sont parfaites pour les communiqués de presse. Assurez-vous que les personnes présentes à vos événements/activités vous donnent leur accord pour être photographiées et qu'elles comprennent comment ces photos peuvent être utilisées. Il s'agit d'une prescription légale. Vous pouvez les en informer en ajoutant une phrase sur les invitations ou les billets ou en plaçant des affiches à ce sujet le jour J. Respectez le fait que certaines personnes ne souhaitent pas qu'elles ou leurs enfants soient photographiés. Pour les photos de personnes seules, vous devrez leur demander de signer un formulaire d'autorisation. Par conséquent, il est 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. Vous pouvez choisir des images du domaine public provenant de sites tels que Pixabay et Unsplash, car leurs restrictions de licence sont simples.



DONNER VIE À VOTRE COMMUNIQUÉ DE PRESSE



Vidéos

Ajoutez un lien vers les vidéos de la Semaine. Ils sont disponibles dans la section [Ressources](#) du site web. Certaines vidéos ont des sous-titres disponibles dans toutes les langues de l'UE. Les vidéos attirent l'attention et peuvent être utilisées par les chaînes de télévision et les versions en ligne de publications locales et nationales.



Témoignages inspirants

Choisissez des témoignages dans la bibliothèque «Share Your Story» (Partagez votre histoire) du site web et adaptez leur contenu afin de montrer l'importance de l'EFPP, de la Semaine et de votre événement.



Citations

Insérez une citation dans votre communiqué de presse. Elle peut émaner d'orateurs présents à votre événement, d'experts de votre organisation ou de témoignages d'apprenants.



Statistiques sur l'EFPP

Il peut s'agir de données régionales, nationales ou européennes, mais plus elles sont «locales», plus votre public s'y identifiera.



SOURCES DES STATISTIQUES

Il se peut que votre organisation ait accès à des données 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.

Suivi de l'éducation et de la formation: rapports par pays, fiches d'information et graphiques ([DG EAC](#))

[VET-in-Europe country reports \(Cedefop\)](#) (Rapports par pays sur l'EFPT en Europe)

[Base de données mondiale sur l'EFPT et profils nationaux d'EFPT \(Unevoc et Unesco\)](#)

[UOE education database \(Unesco, OCDE et Eurostat\)](#) (Base de données UOE sur l'éducation)

[Statistiques de l'éducation et de la formation professionnels \(Eurostat\)](#)

[Adult learning statistics \(Eurostat\)](#) (Statistiques sur l'apprentissage des adultes)

Vous pouvez également consulter des agences nationales d'EFPT et le ministère de l'éducation ou du travail de votre pays ou région, puisqu'il est probable qu'ils disposent de rapports sur l'EFPT que vous pouvez utiliser.

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

- **9,2 %** de la population européenne âgée de 25 à 64 ans participent à l'apprentissage des adultes (2020). Source: [Eurostat – Adult learning Statistics \(statistiques sur l'apprentissage des adultes\)](#)
- **60 %** des diplômés de l'EFPT trouvent leur premier emploi à long terme dans le mois qui suit la fin de leurs études (80 % après six mois) (2018). Source: [Petit guide de l'action européenne en matière d'enseignement et de formation professionnels, p. 11](#)
- La pandémie de COVID-19 a accentué le fossé existant en matière de compétences numériques et de nouvelles inégalités apparaissent. Source: [Stratégie européenne en matière de compétences en faveur de la compétitivité durable, de l'équité sociale et de la résilience, p. 1](#)



DIFFUSER LE COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Pour **les médias locaux et les quotidiens**, envoyez-le environ deux semaines avant l'événement. N'hésitez pas non plus à envoyer un rappel un ou deux jours avant l'événement. Pour **les publications et magazines spécialisés**, envoyez le communiqué de presse plus tôt, car leur agenda rédactionnel se remplit souvent rapidement.

Vous pouvez aussi publier votre communiqué de presse sur le site web de votre organisation et le partager sur [LinkedIn](#), [Facebook](#) et [Twitter](#).

Créer des relations avec les journalistes

Établir une bonne relation avec les journalistes peut permettre de bénéficier d'une couverture médiatique. Outre l'envoi du communiqué de presse, vous pouvez leur téléphoner pour les inviter à couvrir votre événement. Assurez-vous de connaître leurs besoins ou intérêts spécifiques. Envoyez-leur un rappel avant l'événement. Persévérez!

Mener des interviews réussies

Les interviews peuvent être menées en tête à tête lors de l'événement/activité, par téléphone ou par échange de courriels. Si vous êtes sollicités pour une interview:



- Fournissez au journaliste des informations de contexte sur votre organisation et sur la Semaine européenne des compétences professionnelles. Les informations sur la Semaine, son contexte et ses thèmes sont disponibles sur le site web.



- Déterminez à l'avance ce que vous comptez dire. Vous pouvez prendre des notes pour vous aider.



- Concentrez-vous sur les principaux messages que vous voulez transmettre et commencez par présenter vos principaux arguments.



- Soyez concis et utilisez des exemples et des anecdotes personnelles qui rendront votre récit particulier.



- Laissez vos coordonnées au cas où le journaliste voudrait vérifier des informations.



- Assurez-vous qu'ils comprennent si vous leur avez donné des informations que vous ne souhaitez pas voir citées directement.



- Vous souhaitez peut-être 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 informez-la des principaux messages de la Semaine. Organisez ensuite un rendez-vous physique ou téléphonique avec le journaliste.



OUTILS UTILES DU SITE WEB

[Modèle de communiqué de presse de la Semaine européenne des compétences professionnelles](#)

Disponible dans toutes les langues nationales de l'UE, prêt à être adapté et envoyé

[Bibliothèque «Share Your Story» \(Partagez votre histoire\)](#)

D'innombrables témoignages d'expériences fructueuses. N'hésitez pas à partager votre histoire!

[Visuels de la campagne](#)

Montrez que vos photos et vos témoignages font partie de la Semaine.



FOIRE AUX QUESTIONS

Comment rendre mon histoire plus attrayante?

Les journalistes aiment les histoires vraies. Intégrez des anecdotes personnelles, 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 États membres de l'UE, l'EEE et les pays candidats, cela est impossible. Cependant, ce guide donne des conseils sur la manière de créer une base de données de médias et d'établir une relation avec les journalistes.

J'ai d'autres questions à poser. À qui puis-je m'adresser?

Vous pouvez nous envoyer un courriel à l'adresse suivante:

Vocational2022@actionprgroup.com

Vous pouvez aussi nous contacter via les réseaux sociaux sur les comptes ci-dessous. N'oubliez pas d'utiliser les hashtags de la campagne!



[@EU_Social](#)

[@EuropeanYouthEU](#)

[#EUVocationalSkills](#)

[#DiscoverYourTalent](#)



[@SocialEurope](#)

[@EuropeanYouthEU](#)

[EU Vocational Skills Week Group](#)



NOUS CONTACTER

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



Adresse électronique: Vocational2022@actionprgroup.com



Téléphone: +357 22 818884



Site web: ec.europa.eu/social/vocational-skills-week

