



UNETP LAB

JEUDI 9 NOVEMBRE 2023

17.00 – 18.30

ANIMATEURS

- Benoit Bernard, chef d'établissement de l'Institut Lemonnier à Caen (14)
- Aline Gaté, chef d'établissement du lycée St Joseph à Deauville (14)
- Eric Hans, administrateur

NOMBRE DE PARTICIPANTS

- 58

RAPPEL DES PRINCIPES DE NOTRE TEMPS DE TRAVAIL

- Un temps et un espace partagés où la parole est libre
- Approche coopérative et mutualiste
- Des apports spécifiques aux différents points abordés sont faits
- Chacun fait l'effort d'apporter une expérience ou une idée

THÈME NUMÉRO 17 :

ORGANISATION DES PORTES OUVERTES ET PROMOTION DES FORMATIONS

- Quelle organisation des portes ouvertes :
 - o En présentiel ? En virtuel ?
 - o Sur rendez-vous ? En toute liberté ?
 - o Avec des élèves ? Avec des adultes ?
 - o Mise en place d'ateliers ? d'animations ?
 - o Durée ?
- Quelle promotion des portes ouvertes :
 - o Presse ? internet ? Réseaux sociaux ? ...
- Quelle promotion des formations :
 - o Affiches ? Site internet / Chaîne YouTube ? ...
 - o Lien collègue / lycée : comment éviter les "départs"
 - o Lien avec les collèges partenaires et les collèges publics ?
- Quelle présentation dans les collèges :
 - o Soirée orientation ? Passages dans les classes ? ...
 - o Quel format de présentation,
- ...

AXES TRAITÉS :

Préambule :

Quelle est l'organisation de nos journées portes ouvertes ? existe-t-il un schéma unique ?

Depuis la crise COVID, quelle forme privilégions-nous ? Présentiel, prise de RDV ? Visites libres ? Quels axes et outils de communication ? Quel public cible : familles, ville, département ? Ateliers ou animations ?

Partie 1 : tour des établissements, présentation des axes choisis, partages d'expérience

- Une remarque en préambule

Il ne faut pas oublier les spécificités des territoires, ni négliger la plus ou moins grande attractivité des formations proposées. Chaque établissement a une réalité propre, mais il ne reste pas moins que les portes ouvertes restent un temps important et privilégié de rencontre avec les familles, outil central de recrutement.

- La question délicate du bon choix des dates

Surtout présente pour les établissements qui ont des unités pédagogiques différentes (LP, LGT ou postbac par exemple). Il est important de conserver la promotion de la totalité d'un ensemble scolaire, pour créer des synergies, ou de choisir plusieurs dates afin de coller aux réalités des choix d'orientation par exemple.

- Les journées portes ouvertes sont principalement organisées en présentiel

Celles-ci peuvent prendre plusieurs formes : visites libres ou sur rendez-vous. Un circuit de visite est souvent proposé afin de présenter l'ensemble de l'établissement et de ses activités.

Sur rendez-vous, avec des enseignants ou des élèves, permet une approche plus individualisée, permet davantage d'écoute et donne le temps de répondre aux questions des parents ou des enfants accueillis.

- Les jeunes, les élèves sont souvent sollicités pour être présents

Les jeunes sont de réels et efficaces ambassadeurs de nos établissements parce qu'ils présentent ce qu'ils vivent. Ils sont pour la plupart passionnés par leur formation, heureux de partager leur expérience. « Les jeunes parlent aux jeunes », et ça plaît.

Se pose cependant la question de leur motivation : simple à mobiliser en collège ou en seconde et première, plus difficile en post-Bac. Il faut aussi intégrer les difficultés de transport selon les villes, les lieux d'implantation de nos établissements.

Il est important de veiller à remercier et valoriser les jeunes engagés : temps personnel de remerciements, petits cadeaux (goodies...), voire note.

- La mise en place d'activités pour rendre les espaces vivants

Il est important de rendre nos espaces vivants : présentation d'ateliers tenus par nos élèves, mises en situation les plus proches possibles de la réalité des métiers. Exemple des ateliers d'esthétique (manucures, maquillage...), de la sécurité, des métiers de l'accueil, métiers arts, design ou communication....

Veiller à valoriser également des métiers peu attractifs ou difficiles à présenter de manière ludique : cas des Bac Pro AGORA qui présentent leur mini entreprise, signe de leur savoir-faire, ventes...

Certains établissements accueillent les Worldskills (ex olympiades des métiers) dans leur établissement le jour des portes ouvertes pour permettre une vision dynamique et favoriser une approche métier forte.

- **La valorisation des partenariats existants**

Quand cela est possible, il est bon de valoriser les partenariats de nos établissements qui les ancrent dans leurs territoires : présence d'un club des entreprises partenaires, organisation d'un job dating avec les entreprises qui recherchent soit des apprentis, soit des stagiaires. Cela renforce le caractère vivant et engagé de nos établissements, reconnus pour leur expertise métier.

Il est également possible de s'appuyer sur les associations des anciens élèves, association des parents d'élèves...

- **Des portes ouvertes accompagnées d'actions de communication**

Plusieurs actions de communication ont été remontées, toutes s'inscrivant dans un cadre plus large. Il est cependant à noter qu'il est difficile de mesurer l'efficacité d'une campagne de communication et que, là encore, les territoires sont différents et les canaux à privilégier peuvent être variés.

Principaux canaux de communication :

- Presse écrite (avec la question de son efficacité et de son intérêt ?)
- Radio
- Message sur les réseaux sociaux
- Affichage urbain
- Vidéo sur pompes à carburant (en test)
- Audio digital (en test)
- Radio ou reportages live sur Youtube
- Présentation de nos formations dans les collèges de notre réseau (privés ou publics)
- Organisation de mini stages ou journées d'immersion dans nos établissements

Partie 2 : la stratégie de communication d'un établissement

Intervention de l'entreprise de communication EKOLE, par la présence de Charles LARGEMENT, Sophie THARRAULT et Stella ROSSI,

Il est important de prendre le temps de poser sa stratégie de communication et de la penser de manière globale.

- **Penser global**

Une stratégie doit être pensée globalement, les portes ouvertes doivent en être un élément mais il ne faut pas les séparer de l'ensemble de la communication de nos établissements. Il est important de penser sa communication sous tous ses aspects et de savoir se faire accompagner si besoin. Cela permet de travailler le sentiment d'appartenance et de contribuer au rayonnement des établissements sur leur territoire.

- **Formes de promotion**

Penser à la présence sur les réseaux sociaux qui permet de démultiplier le message donné. Les réseaux sociaux permettent de mesurer l'impact de nos campagnes de promotion (nombre de vues, de partage, de visites...).

Varié les supports de communication.

La presse écrite reste importante pour les articles de fond, mais elle coûte cher. Il peut être intéressant, politiquement, de conserver quelques espaces mais il est recommandé de rediriger ses budgets vers le digital. Là encore, le territoire a son importance.

La radio est de moins en moins écoutée par les jeunes, cependant, il est intéressant de se pencher vers de nouveaux médias d'écoute, Spotify par exemple.

Il ne faut cependant pas négliger les parents qui restent prescripteurs.

- **L'expérience**

Il faut rendre les évènements (portes ouvertes, ...) mémorables, il faut en faire un instant unique, en faire un espace d'expérience positive. La place des élèves ou anciens (témoignages, élèves ambassadeurs qui relatent leur expérience personnelle sur leurs propres réseaux...) est en cela importante. Il faut aussi veiller à ce que les familles, les jeunes conservent une trace de leur passage dans nos établissements.

- **Récolter les données**

La place de la DATA est centrale : veiller à récolter les adresses mail des personnes rencontrées (lors des portes ouvertes, salons ou forums), enjeu important. Cependant il faut les utiliser à bon escient, penser à rappeler les contacts obtenus, créer du lien, ...

MERCI À TOUS LES COLLÈGUES QUI ONT PARTICIPÉ À CET UNETP LAB.

RENDEZ-VOUS LE JEUDI 7 DÉCEMBRE PROCHAIN
POUR TRAVAILLER ENSEMBLE SUR

LA LIAISON COLLÈGE-LYCÉE