

**Le ministère de l'Éducation nationale et de la Jeunesse**

110, rue de Grenelle - 75537 Paris SP 07

Représenté par Nicole BELLOUBET, ministre de l'Éducation nationale et de la Jeunesse

Ci-après dénommé « le ministère » d'une part,

**ET**

**366#Communities**

101 boulevard Murat - 75016 PARIS

Représenté par Stéphane DELAPORTE, directeur général

**ET**

**Publicis Media**

17, rue Bréguet - 75011 PARIS

Représenté par Gautier Picquet, président

**ET**

**L'Alliance pour les chiffres de la presse et des médias (ACPM)**

89, rue de Monceau - 75008 Paris

Stéphane BODIER, directeur général

Ci-après dénommés ensemble « les Parties »,

## **Préambule**

**Le ministère de l'Éducation nationale et de la Jeunesse** a pour mission la formation tout au long de la vie, de la formation initiale des jeunes à la formation continue des adultes.

Il assume la dimension éducative et pédagogique de l'orientation en accompagnant chaque élève ou apprenti dans l'élaboration de son parcours de formation, sous statut scolaire ou en apprentissage, et en le conduisant vers une poursuite d'études et une insertion professionnelle réussies. Il œuvre pour faire des lycées professionnels un lieu où sont valorisés l'excellence et l'exigence professionnelle, le travail collectif et le développement des compétences de chacun. Il souhaite renforcer sa coopération avec le monde professionnel pour faire coïncider les attentes des jeunes générations avec celles du monde socio-économique et les besoins en compétences des territoires.

Le ministère de l'Éducation nationale et de la Jeunesse s'appuie notamment sur les Campus des métiers et des qualifications (CMQ) qui fédèrent les principaux acteurs de la formation professionnelle, la région, les partenaires économiques, et les laboratoires de recherche sur un territoire et dans un secteur d'activités donné. Il s'agit de leviers qui permettent de développer l'attractivité de la formation professionnelle, de proposer une large gamme de formations (toutes voies de formation confondues, publics et privées, dans l'enseignement secondaire et supérieur) pour structurer une réponse aux besoins en compétences des territoires.

**366#Communities** est la régie publicitaire nationale des titres de la presse quotidienne régionale. C'est une régie experte des territoires. Elle commercialise sur le marché parisien l'ensemble des espaces publicitaires de ses 12 éditeurs (55 titres, 46 sites web et applications mobile, podcasts, vidéo et TV Locales) au travers d'offres nationales et multi-locales.

366#Communities a été élue Régie publicitaire de l'année 2022 au grand prix Stratégie.

**Publicis Media France** regroupe les agences media du groupe Publicis en France : Zénith, Starcom, Blue 449, Performics et Spark Foundry. Publicis Media accompagne ses clients dans l'univers complexe des médias d'aujourd'hui et décline ses expertises sur tous les leviers et points de contact. Présent dans plus de 100 pays, le pôle compte plus de 23.500 collaborateurs.

**Alliance pour les Chiffres de la Presse et des Médias (ACPM)** est le tiers certificateur des médias. Il a pour mission de :

- contrôler les diffusions dans le souci de la plus totale transparence ;
- développer les études d'audience les plus pertinentes et les plus opérationnelles ;
- imaginer les études et les actions futures en fonction des besoins du marché.

**Les Parties** témoignent de leur volonté de rapprocher le monde éducatif et le monde de l'entreprise en lien étroit avec les acteurs territoriaux. Ils collaborent pour faire coïncider les attentes des jeunes générations avec celles du monde socio-économique et les besoins en compétences au sein des territoires. Ils s'attachent à mieux faire connaître aux apprenants, à leurs familles et aux acteurs du monde éducatif les rôles et dimensions de l'entreprise, l'entrepreneuriat et les métiers et parcours de formation qui y mènent.

**Cela étant exposé, les Parties conviennent de ce qui suit :**

## **I. OBJET DE LA CONVENTION**

### **Article 1. *Objet de la convention***

La présente convention a pour objet de définir les axes de collaboration envisagés entre le ministère de l'Éducation nationale et de la Jeunesse, la régie 366#Communities, les agences media de Publicis Media et l'ACPM pour renforcer encore la proximité nécessaire entre l'école et l'entreprise.

Les Parties s'engagent à développer pour les étudiants du BTS communication des actions communes et/ou complémentaires en vue de :

- Veiller à l'articulation entre les diplômes de l'enseignement technologique et professionnel et les besoins de qualifications générés par les évolutions économiques, technologiques et organisationnelles du secteur ;
- Faciliter la découverte des métiers de la communication par l'immersion des étudiants et professeurs dans les organisations, à travers la mise en place de déplacements dans les entreprises et d'interventions de professionnels dans les classes ;
- Faciliter la prise d'appui des apprentissages sur des ressources réelles et contextualisées à travers la mise à dispositions de supports de formation (contextes organisationnels formatifs, ressources diverses) ;
- Favoriser l'insertion professionnelle des étudiants.

Les actions de cette convention peuvent être déployées au niveau académique et au sein des établissements scolaires selon les modalités appropriées aux territoires concernés. Les Parties s'engagent notamment à étudier les opportunités de déclinaison de cette convention de coopération au sein des régions académiques. Les académies peuvent communiquer au ministère de l'Éducation nationale et de la Jeunesse une copie de l'accord décliné.

## **II. AXES DE COOPERATION**

### **Article 2. *Coopération dans le cadre de l'étude des besoins en compétences, des diplômes, des parcours de formation et de leur évolution***

Les Parties s'engagent à renforcer leur coopération afin de partager leurs données et analyses sur les évolutions des métiers de la communication et de participer aux réflexions et études menées dans le cadre de l'adaptation des diplômes et des formations. A ce titre, les Parties s'entendent pour :

- partager des informations sur le marché du travail et son évolution, notamment la transformation des métiers liée à la transition écologique et au numérique, l'obsolescence des compétences, la capacité à apprendre tout au long de la vie, l'importance des compétences douces (soft skills) dans les projets de recrutement ;
- échanger sur les travaux de veille et d'analyse menés dans les domaines de la pédagogie, de l'orientation et de l'insertion professionnelles ;
- partager leurs pratiques sur les démarches de formation à l'international.

Ainsi, les partenaires contribuent à des travaux relatifs à l'évolution des diplômes professionnels, dont les référentiels sont soumis aux commissions professionnelles consultatives interministérielles compétentes, afin d'avoir une offre de diplômes cohérente avec les besoins économiques.

Les Parties examinent, en particulier, l'articulation entre les diplômes de l'enseignement technologique et professionnel et les besoins de qualifications générés par les évolutions économiques, technologiques et organisationnelles du secteur de la communication ainsi que

l'articulation entre les différentes certifications existant dans ce secteur, au niveau national et au niveau européen.

### **Article 3. Découverte et attractivité des métiers et des parcours de formation**

La découverte des métiers a pour objectif de développer les connaissances et les compétences qui sont nécessaires aux élèves et étudiants pour construire progressivement un projet d'orientation scolaire et professionnel. Les activités proposées leur permettent de mieux comprendre le fonctionnement du monde du travail, d'approfondir leurs connaissances du secteur de la communication et des métiers qui lui sont associés, d'en apprécier les perspectives et de se prémunir des représentations marquées par des stéréotypes de genre et sociaux.

Les Parties témoignent de leur volonté d'agir ensemble pour contribuer à l'attractivité des parcours de formation préparant aux métiers du secteur de la communication :

- organisation de concours nationaux destinés aux étudiants de BTS Communication (organisation et financement de l'accueil des équipes finalistes dans leurs locaux parisiens) ;
- proposition aux lauréats des concours d'intégrer un dispositif de mentorat ;
- constitution d'un vivier de stages, de missions ou de contrats en alternance à destination des étudiants en BTS communication ;
- extension du bénéfice de la formation certifiante « #Demain la presse » (L'ACPM représentant tous les éditeurs de Presse) aux étudiants de BTS et aux professeurs, au même titre que les salariés du monde de la communication (Agences, Régies et Annonceurs) ;
- Offre, sous conditions, aux lauréats de concours organisés par le secteur de la communication, d'un abonnement à « Cafeyn » permettant un accès illimité à toute la presse pendant 1 an ;

### **Article 4. Conception et mise à disposition de ressources pédagogiques**

En lien avec l'inspection générale de l'éducation, du sport et de la recherche (IGÉSR), les Parties renforcent leur collaboration en faveur de la conception, du développement et de la valorisation de ressources pédagogiques construites sur des contextes professionnels réels.

366#Communities et Publicis Media proposent de la documentation professionnelle réelle et variée et, en particulier, des contextes organisationnels formatifs. Ces ressources seront mises en ligne à destination des professeurs pour leur permettre de construire des séquences pédagogiques principalement en lien avec le bloc 3 du référentiel de compétences du BTS Communication. Chaque enseignant pourra intégrer tout ou partie des éléments mis à disposition dans sa progression pédagogique.

Les ressources pourront être diffusées sur une plateforme de type Pearltrees. Le ministère s'engage à diffuser ces ressources auprès des personnels concernés dans le respect des dispositions prévues à l'article 9.

### **Article 5. Sécurisation de l'insertion professionnelle des étudiants**

Les Parties coordonnent leurs actions pour faciliter l'insertion sur le marché du travail des étudiants des sections publiques de BTS communication par voie scolaire ou en apprentissage. Pour favoriser une insertion professionnelle réussie des jeunes, les partenaires s'engagent à :

- planifier des interventions dans les classes, en présentiel ou en visioconférence, de professionnels (dirigeants ou salariés) pour présenter les spécificités et exigences des métiers et des organisations intervenant dans le secteur de la communication. Chaque classe bénéficiera à minima d'une intervention dans l'année scolaire 2023-2024 ;

- organiser et prendre en charge des visites et immersions d'étudiants de toutes les sections de BTS communication dans les entreprises ou sites de production sur tout le territoire à partir de janvier 2024. Cette action pourra bénéficier aux bacheliers professionnels susceptibles de poursuivre leurs études dans le champ de la communication dans les régies, rédactions et imprimeries des titres de presse quotidienne régionale. Ces visites pourront être regroupées par un département ou autres découpages.

Pour ce faire, les partenaires s'engagent à :

- constituer un vivier de professionnels, susceptibles d'intervenir dans les sections ;
- identifier les partenaires susceptibles d'accueillir les étudiants et leurs professeurs lors des visites d'entreprises ;
- proposer une offre de stages et de contrats en alternance pour les étudiants.

366#communities pilotera et financera l'organisation des déplacements des étudiants en relation avec les Éditeurs locaux, les rectorats et les établissements.

#### **Article 6. Formation continue des personnels de l'éducation nationale**

Les entreprises partenaires développent, à destination des professeurs intervenant en BTS communication, des actions d'information et de communication relatives au secteur de la communication et à ses évolutions. Elles pourront prendre appui sur des visites de sites ou des webinaires.

En lien avec l'inspection générale de l'éducation, du sport et de la recherche (IGÉSR) et dans le respect de l'article 9, les partenaires proposent des ressources et outils pédagogiques sur les métiers et activités du secteur de la communication.

Les partenaires peuvent contribuer aux actions de formation dans le cadre des plans académiques de formation, à la demande des Ecoles Académiques de Formation Continue.

### **III. DISPOSITIF DE MISE EN OEUVRE ET DE PILOTAGE DU PARTENARIAT**

#### **Article 7. Pilotage**

Le pilotage de la présente convention est assuré par un comité de pilotage constitué d'un représentant par partenaire, de représentants des corps d'inspection en charge du pilotage du diplôme, d'enseignants intervenant en BTS communication dans les blocs d'enseignement professionnel, et d'un représentant de la Direction générale de l'enseignement scolaire.

Le comité national de pilotage de la convention se réunit au moins une fois par semestre en année 1. La réunion d'un comité de pilotage national exceptionnel peut être engagée à l'initiative conjointe des parties. Il peut associer, sur invitation du ministère de l'Education nationale et de la Jeunesse, des représentants des régions académiques ayant signé une convention de déclinaison de la présente convention. De même, en cas de besoin, le comité national de pilotage peut associer à ses travaux des experts et des personnalités qualifiées.

Les acteurs s'engagent à rechercher en comité de pilotage les meilleures modalités de pilotage et suivi des actions de la convention.

Le compte-rendu de chaque réunion du comité national de pilotage est proposé par les partenaires puis amendé et validé conjointement par les deux parties.

## **Article 8. Communication**

Les parties conviennent de mettre en place des moyens de communication relatifs aux actions réalisées et valident conjointement les documents élaborés. Elles s'engagent mutuellement à obtenir l'accord de l'autre signataire avant toute communication externe relative à ce partenariat. Toute utilisation de logos et autres supports doit faire l'objet d'une demande expresse adressée au partenaire.

En cas d'utilisation sans autorisation du logo ou de tout document support appartenant aux partenaires, ces derniers pourront mettre l'autre partie en demeure de régulariser la situation sous huit jours à compter de la notification de la mise en demeure. A défaut, la présente convention sera caduque à compter de l'expiration du délai de huit jours.

Pour assurer la promotion de la convention de coopération, les parties s'engagent à valoriser les actions réalisées dans le cadre de cette convention auprès de leurs réseaux respectifs (services déconcentrés, partenaires...) en mobilisant tous les dispositifs de communication pertinents.

## **IV. DISPOSITIONS FINALES**

### **Article 9. Respect des règles liées aux environnements numériques**

Tous les outils et ressources numériques mis en œuvre dans le cadre de cette convention doivent préalablement à leur mise en ligne obtenir un avis favorable du ministère.

La création, l'utilisation et l'évolution de tout support numérique type plateforme supposant une collecte de données personnelles auprès des élèves ou enseignants, au sein d'un établissement ou dans le cadre d'une activité pédagogique menée en lien avec l'Éducation nationale, fait l'objet d'un avenant à la présente convention préalablement à son déploiement au sein des régions académiques et des établissements.

Cet avenant a pour objet de mettre en conformité les supports numériques avec l'ensemble des procédures réglementaires, notamment afin de s'assurer du respect de la réglementation en lien avec le Règlement Général sur les Données Personnelles (RGPD) en matière de données personnelles telle qu'appliqué au sein de l'Éducation nationale et de la Jeunesse. Les éventuelles évolutions de la plateforme peuvent, le cas échéant, faire l'objet d'un avenant de révision.

Le ministère de l'Éducation nationale se réserve la possibilité de se retirer de toute action ne respectant pas cet article et de résilier le cas échéant la convention dans les conditions prévues à l'article 11 de la présente convention.

### **Article 10. Durée**

La présente convention prend effet à compter de sa date de signature pour une durée de trois ans et ne peut être renouvelée par tacite reconduction.

Au cours de sa période de validité, la convention peut être modifiée par avenant à la demande de l'une ou l'autre des Parties.

Six mois avant sa date d'expiration, le partenaire informe le ministère de l'Éducation nationale et de la Jeunesse de l'échéance de la convention. Les Parties évoquent ensemble les possibilités de son renouvellement.

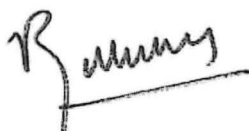
**Article 11. Litiges et résiliation**

En cas de litige relatif à l'interprétation ou à la mise en œuvre de la présente convention, les Parties s'engagent à organiser une procédure de conciliation qui peut être engagée notamment par la réunion d'un comité de pilotage exceptionnel, à l'initiative de l'une ou l'autre des Parties.

La présente convention peut être dénoncée par l'une ou l'autre des Parties : la résiliation prend effet à l'expiration d'un délai minimal de six mois à compter de la réception de la notification écrite de la Partie souhaitant mettre un terme à la convention.

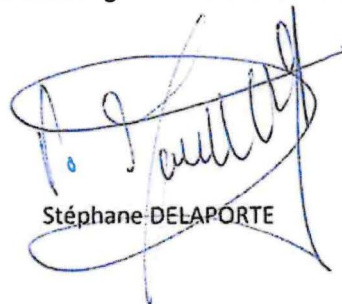
Fait en 4 exemplaires, à Paris le **31 JUL 2024**

La ministre de l'Education nationale  
et de la Jeunesse



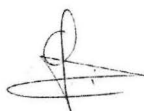
Nicole BELLOUBET

Le directeur général de 366#Communities



Stéphane DELAPORTE

Le président de Publicis Media



Gautier PICQUET

Le directeur général de l'Alliance pour les  
Chiffres de la Presse et des Médias



Stéphane BODIER