

CORRIGE

Ces éléments de correction n'ont qu'une valeur indicative. Ils ne peuvent en aucun cas engager la responsabilité des autorités académiques, chaque jury est souverain.

BREVET DE TECHNICIEN SUPÉRIEUR

COMMUNICATION DES ENTREPRISES

SESSION 2010

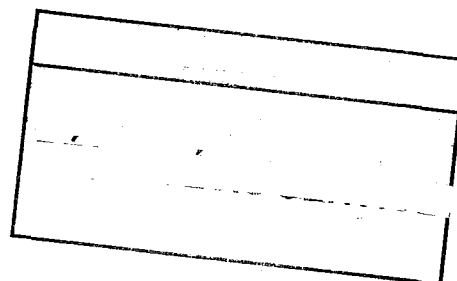
ÉPREUVE E 5

**STRATÉGIE DE COMMUNICATION DES
ENTREPRISES**

DURÉE : 5 heures

COEFFICIENT : 5

CORRIGÉ



CODE : CESCDE

Campagne 2009-2010
Validation des acquis de l'expérience
Correction

1 Travaux préparatoires

1.1 Notoriété

Formule : $\frac{\text{nombre de personnes ayant répondu OUI}}{\text{nombre de personnes interrogées}} \times 100$

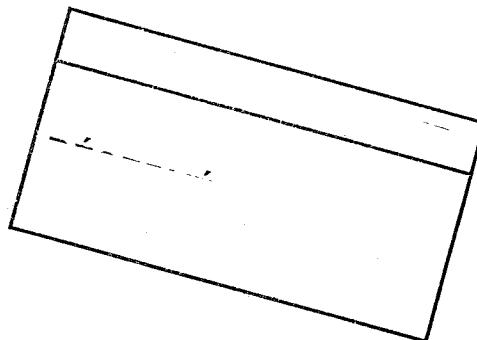
$$\text{taux de notoriété assistée} = \frac{197 \times 100}{402} = 49 \%$$

Commentaire :

La notoriété assistée est faible.

La différence avec les résultats énoncés en annexe 6 (article du journal Le Monde) s'explique par le fait que les populations étudiées dans les deux enquêtes sont différentes.

Accepter aussi des réponses qui mettent en avant le fait que l'échantillon de l'enquête de l'annexe 3 est faible.



1.2 Note de synthèse

CONCLUSIONS SUR LES ENQUÊTES VAE

Enquête quantitative

Compte tenu de la taille de l'échantillon, il faut tenir compte d'une marge d'erreur assez importante sur les résultats ; néanmoins, ceux-ci fournissent des tendances significatives.

La moitié des travailleurs considèrent que le poste qu'ils occupent ne correspond pas à leur niveau de formation. La proportion est plus importante pour les personnes titulaires seulement d'un bac ou d'un diplôme de niveau inférieur : ils se sentent « sous-diplômés » par rapport à leurs responsabilités.

Les 2/3 de la population considèrent que le diplôme est important.

Environ la moitié de la population connaît l'existence de la VAE ; la notoriété du dispositif est donc substantielle, mais doit être améliorée.

Globalement, un quart de la population (il s'agit des actifs) pense avoir intérêt à se lancer dans une démarche de VAE ; la proportion est supérieure chez les personnes faiblement qualifiées (bac et moins).

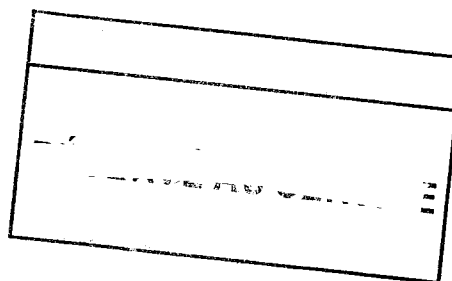
L'enquête démontre un véritable intérêt pour la VAE et un « marché potentiel » considérable : l'effort devra porter sur les moins qualifiés.

Enquête qualitative

Les entretiens réalisés démontrent l'importance de la notoriété de la VAE : lorsqu'ils ont connaissance du dispositif, les salariés en comprennent l'intérêt et sont incités à « se lancer ».

Les motivations : elles sont davantage psychologiques que financières. Les salariés recherchent à travers la VAE une sécurisation de leur avenir et la satisfaction personnelle de voir leurs compétences reconnues. La campagne de communication devra se baser sur ces bénéfices.

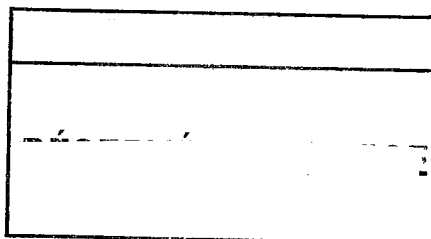
Les freins semblent résider surtout dans la longueur et la complexité du dispositif ; la campagne devrait contribuer à les minimiser.



2 Analyse de la situation

2.1 Bilan de communication

	Forces	Faiblesses
L'annonceur : Le gouvernement (SIG)	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Campagne gouvernementale qui bénéficie de la crédibilité attachée à l'autorité publique et du concours des administrations et collectivités locales. 	
La validation des acquis de l'expérience	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Possibilités d'obtention de diplômes en cours de la vie active. ➤ Démarche valorisante, surtout en France où le diplôme représente un véritable sésame. ➤ Accès à une qualification reconnue, notamment pour certains publics fâchés avec le système éducatif. ➤ Acte de prévoyance en tant que rempart au chômage (elle favorise l'évolution de carrière, permet défendre ou revaloriser les salaires). ➤ Contribution importante quant à la réalisation personnelle et au développement de la confiance en soi. ➤ Outil de GRH pour les entreprises. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 75.000 candidats par an sur 6 millions de salariés potentiellement intéressés, ce qui est loin des objectifs visés. ➤ Faible notoriété auprès des publics cibles (chômeurs et peu qualifiés). ➤ Longueur et complexité des procédures d'obtention du diplôme par la VAE. ➤ Forte déperdition de candidats qui semblent ne pas être suffisamment accompagnés. ➤ Multitude de certificateurs et manque de lisibilité des certifications tendent à rendre la procédure complexe.



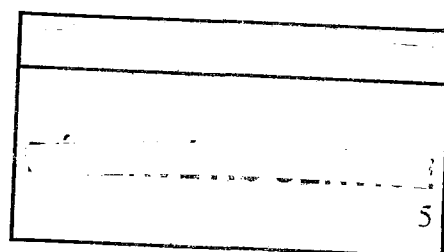
	Forces	Faiblesses
Communication Antérieure.	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Études qui démontrent clairement qu'avant de connaître la procédure de VAE, la plupart des bénéficiaires n'avaient pas le désir d'acquiescer un diplôme. ➤ Nom significatif et cohérent qui représente bien le sens et le contenu de la démarche. ➤ Réseau des PRC dense, qui facilite les contacts avec le public. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Absence d'identité visuelle claire et spécifique à la VAE. ➤ Absence de campagne nationale antérieure ; seules les régions ont pour l'heure communiqué sur la VAE. ➤ "Notoriété incomplète" – 60 % des actifs en ont entendu parler, mais seulement 40 % savent de quoi il s'agit. La notoriété est particulièrement faible parmi les salariés les moins diplômés, pourtant cible prioritaire. ➤ Acronyme VAE, bien que commode et très utilisé, semble peu évocateur de contenu. ➤ PRC disparates et peu homogènes.
	Opportunités	Contraintes
Environnement socio-culturel.	<p>La moitié des travailleurs considèrent que le poste qu'ils occupent ne correspond pas à leur niveau de formation. Ce large sentiment « d'être sous-diplômé » ouvre de larges perspectives pour la VAE.</p> <p>En France, le diplôme a un rôle prédominant dans la vie professionnelle et sociale, ce qui rend la VAE attractive.</p>	<p>Certains employeurs peuvent être réticents, dans la mesure où la délivrance de diplômes peut favoriser les revendications salariales ou le départ de leurs salariés.</p>

2.2 Diagnostic de communication :

La VAE est une solution attractive permettant à de nombreux salariés et demandeurs d'emploi d'obtenir des diplômes valorisant leur expérience, donc un moyen de progression professionnelle et sociale.

Mais la complexité de l'organisation et de la procédure, ainsi que le manque de notoriété de la VAE, sont autant d'obstacles à son développement.

La campagne devra avant tout développer l'information sur la VAE, afin d'accroître le nombre de candidats.



2.3 Problème à résoudre par la communication

Comment susciter davantage d'intérêt pour la VAE, alors que :

- ce dispositif manque de notoriété,
- que le profil des bénéficiaires apparaît comme très hétérogène,
- que le réseau d'information semble manquer de cohérence,
- que le réseau d'acteurs en présence est marqué par un grand morcellement et par une large disparité.

NB : ne pas exiger des candidats l'énoncé exhaustif des freins présentés ci-dessus.

3 Plan de communication

3.1 Stratégie de communication

a) Positionnement

La VAE, l'accès à un diplôme grâce à l'expérience professionnelle acquise.

Justifications du positionnement :

- Il est crédible parce qu'il décrit ce qu'est la VAE
- Il est attractif, car il permet d'obtenir un diplôme considéré comme un sésame et de progresser dans la vie professionnelle.
- Il est distinctif des autres voies diplômantes qui nécessitent un parcours « scolaire ».

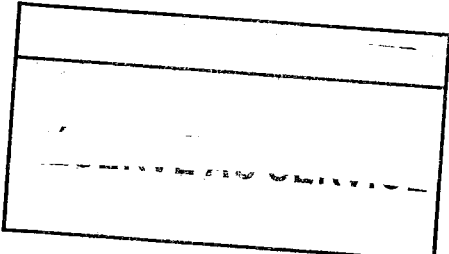
b) Cibles de communication

Cible principale : les bénéficiaires potentiels de la VAE

Environ 6 millions de personnes :

- qui occupent un emploi et exercent des responsabilités ne correspondant pas à leur niveau de formation ;
- à la recherche d'un emploi, et manquant des diplômes requis.

Dans les deux cas, il faut avoir exercé un emploi pendant au moins 3 ans.

Motivations	Freins
<ul style="list-style-type: none">• Une sécurisation de leur avenir.• La satisfaction personnelle de voir ses compétences reconnues.• La VAE apparaît comme un acte de prévoyance en tant que rempart au chômage.• Elle favorise l'évolution de carrière, et l'adéquation entre poste et niveau d'études.• Défendre son niveau de salaire.• Signaler clairement ses compétences.• Réalisation personnelle et développement de la confiance en soi.	<ul style="list-style-type: none">• La longueur et la complexité du dispositif.• Le risque de l'obtention partielle ou de l'échec. 

Cœur de cible : les publics prioritaires, les plus en difficulté sur le marché du travail, la plupart d'entre eux visant l'obtention d'un diplôme correspondant aux premiers niveaux de qualification :

- **les femmes**, qui représentent 67% des candidats à la VAE ;
- **les demandeurs d'emploi**, soit un tiers des candidats à la VAE;
- **les personnes peu qualifiées**, comme les jeunes sortis sans diplôme du système éducatif, les adultes faiblement diplômés ou qui occupent un emploi dans un métier en déclin.

Autres cibles :

- Les responsables des PRC, qui doivent relayer la campagne sur le terrain ;
- Les DRH ou dirigeants d'entreprises, qui peuvent recommander la VAE à leurs salariés ;
- Les conseillers de Pôle Emploi (ex ANPE et ASSEDIC), qui ont un rôle de prescripteur ;
- Les journalistes des différents médias, notamment les responsables de rubriques sociales et économiques.

NB : compte tenu de la faiblesse du budget, accepter que les cibles relais soient considérées comme des cibles principales.

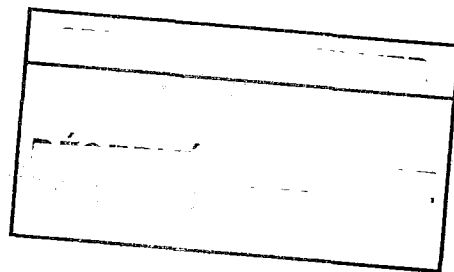
c) Objectifs de communication

Cognitifs :

- Faire connaître le dispositif aussi bien aux salariés qu'aux employeurs.
- Augmenter la notoriété du dispositif « validation des acquis de l'expérience » et du sigle VAE
- Informer les entreprises sur la possibilité de prendre l'initiative de la démarche.
- Faciliter l'accès à l'information. La complexité actuelle ne la favorise pas.
- Faire connaître aux chefs d'entreprises, et aux DRH, les avantages qu'ils peuvent attendre de cette démarche (Motivation des personnels, développement des compétences collectives, outil RH, optimisation des actions de formation, amélioration de la compétitivité.

Affectifs :

- Inscrire la V.A.E. dans une logique de parcours tout au long de la vie.
- Inscrire la VAE dans la logique des dirigeants d'entreprises en tant qu'outil d'amélioration de la compétitivité économique, du développement de la qualification des personnels, de l'accompagnement des évolutions et sur la gestion des compétences.
- Donner à la VAE toute sa place dans le développement de l'appétence-formation des salariés.
- Proposer la VAE comme un acte de prévoyance.
- Présenter la VAE comme un VRAI diplôme (ce qu'elle est) et ses conséquences en matière d'évolution de carrière et de reconnaissance du savoir-faire des impétrants.



Conatifs

- Générer des demandes d'information et des contacts.
- Augmenter de façon significative les demandes individuelles de V.A.E. pour permettre une meilleure adéquation entre l'expérience, les perspectives de développement de compétences et les projets professionnels.
- Susciter des retombées rédactionnelles dans les médias.
- Inciter les PRC à participer à des actions de promotion locales de VAE.
- Inciter les chefs d'entreprises à s'inscrire dans une démarche VAE.

d) Stratégie créative, pour la cible principale « grand public »

Promesse : Décrochez un diplôme grâce à votre expérience.

Support : exemples de parcours de VAE réussis.

Ton : sérieux, proximité, et pédagogie.

Contraintes :

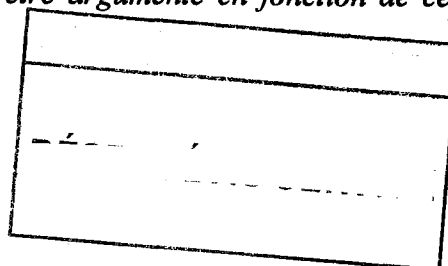
Le projet doit être facilement déclinable selon la situation des protagonistes et des médias utilisés. Déclinaisons sur différents profils et différents niveaux de qualification.

Création d'une identité visuelle et d'une charte graphique spécifique.

3.2 Stratégie des moyens de communication

Le plan de campagne proposé devra être évalué en fonction de sa cohérence avec les objectifs et cibles définis par les candidats ; le choix des supports devra être argumenté en fonction de ces mêmes éléments.

Les propositions ci-dessous sont des solutions à titre indicatif. Accepter toutes propositions cohérentes.



1. Mise en place de moyens de communication permanents

- Identité visuelle et charte graphique : le sigle VAE doit être doté d'un logo facilitant le repérage des actions et une charte graphique doit harmoniser les différents supports de communication.
- Un site internet national doit être créé, avec une URL spécifique facile à mémoriser. On peut prévoir une entrée « travailleurs » et une entrée « employeurs ». Le rôle du site est d'orienter les internautes vers les PRC, en fonction du secteur géographique et du type de formation. On fera appel aux compétences internes du SIG.
- Un *numéro Azur* (ou *numéro Vert*) sera présent sur tous les supports de communication pour inciter à la prise de contacts.
- Kit de communication pour les 800 PRC : au plan opérationnel, les candidats sont pris en charge par les points relais conseil locaux, qui doivent être associés à la campagne. Des outils de communication leur seront fournis, leur facilitant notamment la participation à des manifestations locales (salons, forums consacrés à l'emploi et à la formation). Le kit se composera d'un stand parapluie, d'un dossier de presse, de brochures et d'affichettes.

Ces dispositifs resteront en place après la campagne.

2. Campagne publicitaire

Elle doit développer la notoriété et l'image de la VAE et générer des contacts.

• Actions destinées au grand public :

Radio : ce sera le média principal, dans la mesure où il couvre bien la cible (actifs) et permet de décliner les messages. Les spots représenteront différentes situations professionnelles, différents niveaux de formation.

Supports choisis : RTL, Nostalgie, NRJ, Les Indépendants, Chérie FM... (on choisira des radios et émissions assurant une sur-pression sur la cible féminine).

Internet :

- achat d'espace sur des sites en rapport avec l'emploi
- emplacements publicitaires gratuits sur les sites gouvernementaux (Emploi, Éducation...) et ceux d'organismes publics comme les « Pôle emploi ».
- liens commerciaux en rapport avec l'emploi et la formation (achat de mots clés).

Médias tactiques : les gobelets publicitaires

Il est possible d'apposer de la publicité sur les gobelets des distributeurs de boissons implantés dans les entreprises. Les réseaux existants ne couvrent qu'une petite partie de la cible, mais l'aspect innovant de cette démarche pour une communication gouvernementale permettra de générer des retombées rédactionnelles et du buzz.

• Action destinée aux employeurs

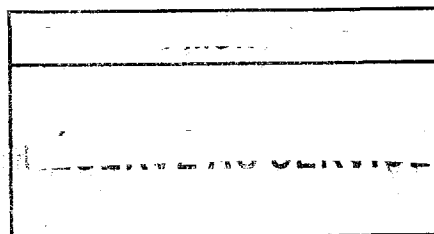
Il faut inciter les responsables d'entreprises à proposer la VAE à leurs salariés.

Radio : France Info (très écoutée par les décideurs et accessible aux annonceurs du secteur public).

3. Relations presse

Conférence de presse nationale avant le lancement de la campagne médias.

Dossier de presse envoyés aux journalistes de la presse généraliste, spécialisés dans les rubriques « affaires sociales », « formation » et « enseignement », et de la presse spécialisée éducation, type « le monde de l'éducation ».



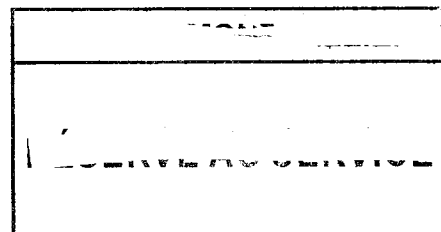
4. Répartition budgétaire

Création d'identité visuelle (honoraires)		50 000
Site internet	Moyens internes : web master du SIG	<i>hors budget</i>
N° Azur	Serveur vocal	10 000
Radio	Création-production 20 000 Achat d'espace : 300 spots en 2 vagues – coût moyen 1 200 € - total 360 000	380 000
Internet	Achat d'espace et liens	80 000
Gobelets publicitaires		27 000
Kits de communication	800 exemplaires à 250 € pièce	200 000
Relations presse		3 000
Total		750 000

Calendrier

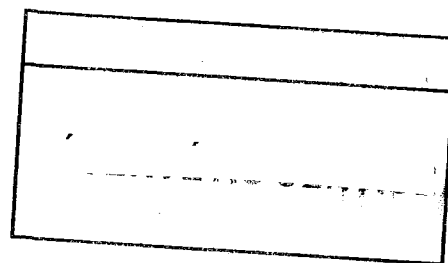
Pas de contraintes particulières, dans la mesure où la démarche de VAE ne correspond pas l'année scolaire.

On peut suggérer d'utiliser des périodes « creuses » en termes de communication, qui faciliteront l'émergence de la campagne : novembre, février...

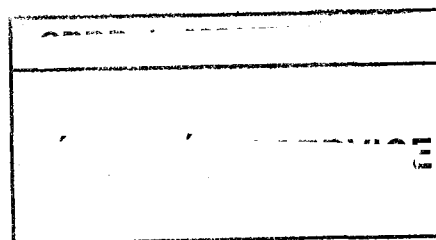


Barème indicatif de correction :

1 Travaux préparatoires		15
1.1 Notoriété		6
Calcul de la notoriété assistée	3	
Commentaire	3	
1.2 Note de synthèse		9
2 Analyse de la situation		25
2.1 Bilan de communication	15	
2.2 Diagnostic	5	
2.3 Problème à résoudre par la communication	5	
3 Plan de communication		
3.1 Stratégie de communication		30
Positionnement	8	
Objectifs	8	
Cibles	8	
Stratégie de création	6	
3.2 Stratégie des moyens de communication		30
Choix argumenté des moyens	20	
Budgétisation	5	
Calendrier	5	
TOTAL		100
	Présentation-rédaction	+ 5



**A titre indicatif, vous
trouverez, ci-après,
des exemples de
communication régionale
(Bretagne)
sur la VAE.**



Les Points d'Information Conseil

accueillent votre demande. En Bretagne, plus de 120 structures ont été labellisées, représentant plus de 200 points d'accueil ouverts à tous les publics, répartis sur tous les territoires bretons.

Points Région, Maisons de la Formation professionnelle, ANPE, CIO, Fongecif, SOP de l'AFPA, GRETA, SUDO des Universités, Missions Locales, CCI, Points Centres de Bilan, CIDF, Chambres de métiers, Chambres d'agriculture et bien d'autres ont signé une charte qui vous garantit un accueil individualisé, une écoute attentive, un conseil avisé pour vous orienter, en fonction de votre projet, vers les certificateurs qui pourront valider votre expérience.



En Bretagne, si 98% des demandes de validation sortent recevables, les Points d'Information Conseil y sont pour quelque chose... Il y en a un près de chez vous !

Vae

Il y a un PIC VE près de chez vous !

Validation des Acquis de l'Expérience

Vae ma vie, ma vae, ma vie.

En Bretagne, en cinq ans, près de 10 000 personnes ont transformé leur expérience en diplôme, en titre professionnel ou en certificat de qualification professionnelle. Ce sont des demandeurs d'emploi, des salariés, des bénévoles, des représentants des personnels et des professions. Ils ont utilisé la loi de Modernisation Sociale qui permet à toute personne pouvant attester d'une expérience d'au moins trois ans dans une activité salariée, non salariée ou bénévole de faire reconnaître cette expérience à travers une certification.

Justine, 52 ans : Avec mon BEP, j'assistais depuis dix ans le Directeur Général de mon entreprise. J'ai validé un BTS Assistant de Direction !

Marc, 38 ans : Je suis dans le BTP depuis mes vingt ans. Mon expérience m'a permis d'obtenir un Titre Professionnel d'Agent d'Entretien du Bâtiment.

Véronique, 36 ans : Je dirige une exploitation laitière et je me suis investie dans le syndicalisme agricole. Ces deux expériences me permettent de prétendre à un BISA.

Didier, 48 ans : Ma formation initiale ne me permettait pas d'encadrer une équipe dans l'agro-alimentaire. J'ai validé un Bac Pro Bio-Industries de transformation.

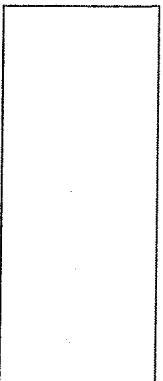
Sophie, 31 ans : Mon travail en mission de retraite depuis cinq ans m'a permis, avec un peu de formation, de valider un diplôme d'Aide Soignante !

Alors, pourquoi pas vous ?

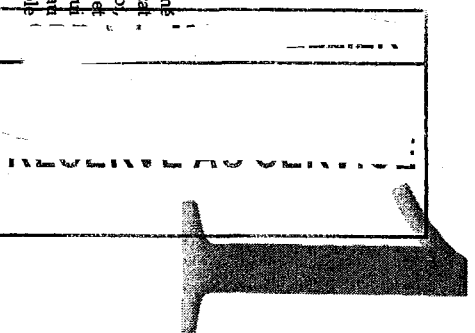
- vous avez au moins trois ans d'expérience professionnelle, salariée ou non, sur une période continue ou discontinue.
- votre exercice professionnel ne correspond plus aux diplômes que vous possédez,
- ou vous n'avez tout simplement pas de diplôme.
- vous avez envie de savoir ce que vaut votre expérience ?

1, 2, 3, Ouvrez ce dépliant !

Ce dépliant vous a été remis par :



Centre de projets Est-Région



Mon expérience devient diplôme...



Vae ma vie, ma vae, ma vie.



1 Mon expérience est recevable...

*Je n'ai pas de diplôme, mon activité ne correspond plus à ma formation initiale, ou à mon niveau de diplôme acquis...
J'ai besoin de faire reconnaître mes compétences pour exercer une activité, postuler à un emploi, ouvrir un commerce...*

J'ai envie de mesurer la valeur de mon expérience...

Il me faut trois ans d'activité professionnelle, continue ou discontinuée.

Cette activité peut avoir été salariée, indépendante ou bénévole.

Je peux être actuellement salarié, demandeur d'emploi, artisan, commerçant.

Mille bonnes raisons de penser à la VAE, la Validation des Acquis de l'Expérience.

Depuis 2002, la VAE permet d'obtenir un diplôme au vu de son expérience. Elle fait partie de ce grand projet du 21^e siècle : pouvoir se former tout au long de la vie.

Comment faire?

D'abord prendre conseil. Les conseillers des Points d'Information Conseil, les animateurs des réunions collective d'information des certificateurs sauront accueillir ma demande, et m'orienter pour pouvoir déposer une demande de recevabilité auprès d'un certificateur.



**En Bretagne,
98% des demandes
de VAE
sont recevables,
pourquoi pas MOI ?**

2 Je décris mon expérience...

*Le certificateur, c'est un ministère comme celui chargé de l'Éducation, de l'Emploi, de la Jeunesse et des Sports, de la Santé, de la Culture, des Social, de la Défense, de la Mer, de l'Agriculture...
Ce sont aussi les Universités, les CCI, les Chambres de Métiers et de l'Artisanat, les Grandes Écoles, les branches professionnelles...
Tous ont en commun de délivrer des certifications : Diplômes, Titres Professionnels, Certificats inscrits dans le Répertoire National des Certifications Professionnelles.*

Le certificateur a accepté ma demande, je dois maintenant décrire mon expérience professionnelle en comparant mes activités (que je dois documenter dans un dossier) avec le référentiel de la certification visée. Pour cela, je peux me faire accompagner.



L'accompagnement est VAINEMENT augmenter ses chances de validation.

En Bretagne, des organismes de formation ont signé une charte de l'accompagnement VAE. Cette charte me garantit une qualité de service et un traitement personnalisé lors de l'accompagnement pour la constitution de mon dossier de description de l'expérience.

Et le coût ?

Pour l'essentiel, le coût d'une VAE peut être pris en charge par l'employeur, par le Fongecif, par l'ASSEFIC, par un Fonds de Formation, par le cheque VAE du Conseil Régional de Bretagne...

Le dossier complété est renvoyé au certificateur dans un délai convenu à l'avance. *Je croise les doigts !*

**Redécouvrir tout ce que
l'on sait faire : quelle fierté !**

3 ...Mon expérience devient diplôme.



**En Bretagne :
Plus de
neuf chances sur dix
d'obtenir une
validation totale
ou partielle.**

Un jury composé de professionnels et d'enseignants ou de formateurs va examiner mon dossier de description de l'expérience. Nous pourrions nous rencontrer pour un entretien ou une mise en situation professionnelle, ce qui me permettra de confirmer les éléments de mon dossier.

Le jury va prononcer ensuite une validation totale, dans plus d'un cas sur deux, ou partielle.

Si la validation est partielle, le jury va aussi préconiser les moyens d'atteindre la certification totale : complément de formation, complément d'expérience, reprise partielle du dossier.

J'ai, en règle générale, cinq ans pour compléter ma validation. Mais plus tôt je m'y mets, plus j'accrois mes chances.

**Mon nouveau diplôme
est le même
qu'un diplôme obtenu
par la formation :
Égalité
de droits
et de dignité.**

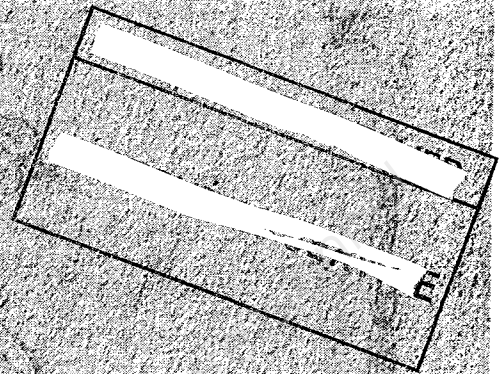


ma vie, ma vae, ma vie.

Avec la VAE



Ceci est un diplôme



TER Bretagne
GRATUIT avec le billet
actuel emploi
pour vos déplacements VAE
Remboursements - ANP
* Offre réservée aux demandeurs d'emploi

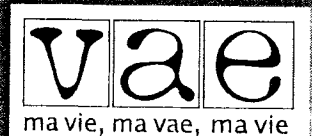
Transformez votre expérience en diplôme
sans retourner à l'école : c'est possible !

CAP • Licence • Titre Professionnel • BTS • BAC PRO • BP • COP



N°Azur 0 810 111 123

www.bretagne.123vae.com



Validation des Acquis de l'Expérience