La campagne «Simplement Mieux !»

Instruments de marketing pour l'information sur les compétences de base

© IKW CIFC | Fédération suisse Lire et Ecrire | cR Kommunikation AG | Avril 2017

Situation initiale

La problématique

Blick

Home News Sport People Ratgeber Life Gesundheit Auto Star des Tages Video Erotik Services

Genugtuung für Steuer-Opfer

Dürnten zahlt Ernst Suter 250'000 Franken

DÜRNTEN ZH - Hilfsarbeiter Ernst Suter, der über Jahre zu viel Steuern bezahlt hat, erhält von der Gemeinde eine Wiedergutmachung. Die Gemeindeversammlung hat eine Genugtuung von 250'000 Franken beschlossen.

En raison de ses difficultés à lire et écrire, l'ouvrier de 41 ans n'avait jamais déposé de déclaration d'impôt dûment remplie – et ce, malgré les mises en demeure régulières. L'estimation des autorités fiscales n'a donc cessé de croître d'année en année, et le trop-payé a fini par s'élever à quelque 280 000 francs.

20 minuten

Schweiz Ausland Wirtschaft Sport People Entertainment Digital Wissen Lifestyle Community Mehr Mediathek

André Reithebuch

08. Juni 2009 22:32; *Akt: 08.06.2009 22:04*

Lernbefehl: Mister muss in Schreibkurs

von Yvonne Zurbrügg - Die Mister-Schweiz-Organisation spricht ein Machtwort: André Reithebuch liest ab sofort Bücher und besucht bald einen Kurs für Illettristen.

Letzte Woche gestand André Reithebuch (22) eine Lese- und Schreibschwäche. «Handicapiert fühle ich mich nicht», erklärte der Mister Schweiz gegenüber 20 Minuten – Illettrist zu sein, sei ihm «egal». Dafür hat der Glarner nun eine Rüge von der Mister-Schweiz-Organisation kassiert. «Ich habe André erklärt, dass er ein schlechtes Vorbild ist, wenn er behauptet, gut lesen und schreiben zu können sei ihm nicht wichtig», sagt Geschäftsführer Urs Brülisauer – Reithebuch habe dies eingeleuchtet.

Nächste Woche spricht Reithebuch beim Verein Lesen und Schreiben vor. Er soll dort nicht mehr nur Botschafter, sondern auch Schüler werden. Brülisauer erklärt: «Wir suchen einen Kurs, den André zwischen den Terminen regelmässig besuchen kann.» Bis Kursbeginn büffelt Reithebuch im Alleingang: «Von nun an lese ich unterwegs Bücher.» Trotz der Schlagzeilen nach

Empfehlen Twittern G+1 Mail

Zum Thema

En 2009 le Mister Suisse en titre a rendu publiques ses difficultés à lire et écrire. Il a alors été surnommé «Mister Fautes d'orthographe»

400 000

adultes ont des difficultés à résoudre des exercices de calcul simples.

800 000

adultes ne savent ni lire ni écrire correctement.

< 0,5%

des adultes dont les compétences de base sont insuffisantes cherchent à remédier activement à leurs difficultés en suivant un cours.

La problématique

Des difficultés dans les compétences de base sont à l'origine de difficultés de tout genre dans la vie quotidienne et professionnelle. Elles ont un impact négatif sur la santé et la joie de vivre.

Il en résulte souvent des problèmes d'intégration dans la société et l'économie, ce qui augmente entre autres le risque de dépendance de l'aide sociale. Des compétences de base insuffisantes engendrent par conséquent des coûts élevés pour l'économie.

L'accroissement des compétences de base visé par la campagne est également d'une actualité brûlante, compte tenu de la pénurie de personnel qualifié. Les personnes concernées constituent un potentiel intéressant pour la réussite de l'initiative lancée par la Confédération, qui vise à combattre la pénurie de personnel qualifié.

La condition essentielle est que les personnes concernées soient formées selon leurs besoins en compétences de base.

Les conditions politiques

Avec la nouvelle Loi sur la formation continue, qui entrera en vigueur le 1er janvier 2017, la Confédération et les cantons ont notamment pour tâche d'encourager l'acquisition et le maintien des compétences de base.

De plus, le domaine des compétences de base sera reconnu comme activité d'encouragement et positionné, dans l'intérêt public, comme un domaine important et digne d'être soutenu.

L'augmentation du nombre de participants aux cours est une condition essentielle pour encourager l'acquisition des compétences de base. Il est donc indispensable de développer la stratégie de communication. La campagne «Compétences de base» constitue à cet égard une approche concrète.

Porteurs et objectifs

Porteurs

- La campagne commune de la Conférence intercantonale pour la formation continue et de la Fédération suisse Lire et écrire

IKW CIFC
Interkantonale Konferenz für Weiterbildung IKW
Conférence intercantonale de la formation continue CIFC
Conferenza intercantonale della formazione continua

Schweizer Dachverband Lesen und Schreiben
Fédération suisse Lire et Ecrire
Federazione svizzera Leggere e Scrivere

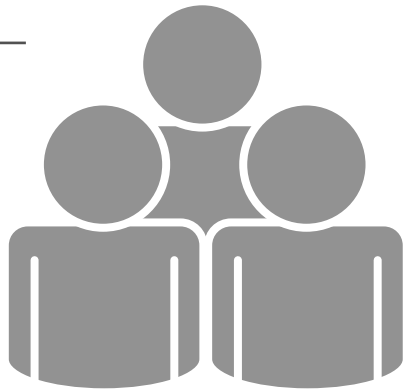
- Codirection de la campagne des deux organisations responsables du projet global
- Cofinancé par le SEFRI
- Nombreux autres partenaires (cantons, organisations du monde du travail, organisations faîtières nationales – et associations professionnelles)

Groupes cibles et objectifs de la communication

Utilisateurs du produit

Personnes concernées

- Information : faire connaître le programme des cours
- changer l'état d'esprit : faire disparaître les tabous, surmonter les craintes, accroître la confiance en soi
- Motivation : inciter les personnes à s'inscrire



Fournisseurs du produit

Organisateurs de cours

- Information : faire connaître la campagne et les recommandations d'action sur la communication de l'offre
- Activer : soutenir la campagne

Intermédiaires commerciaux

Multiplicateurs & cantons

- Information : diffuser les informations sur les cours proposés actuellement
- Sensibiliser : reconnaître les personnes concernées et s'adresser à elles
- Motivation : proposer des cours internes de formation continue (entreprises)

Le groupe cible

- La campagne cible en premier lieu les personnes qui ont des difficultés avec les compétences de base de lecture, d'écriture, de mathématiques élémentaires et de TIC (technologies d'information et de communication).

- Les personnes qui doivent apprendre la langue du pays (intégration linguistique/ domaine de la migration) ne comptent pas dans le groupe cible direct.

- Le groupe cible est représenté dans toute la société, dans toutes les catégories sociales, avec des parcours de formation et de profession très différents.

L’objectif principal

Information sur les compétences de base
en Suisse alémanique, romande et au Tessin.

L’objectif de la communication

Publication de l'offre de cours actuelle.

Inciter le groupe cible à participer à un cours portant sur certaines compétences de base.

L’objectif de la campagne

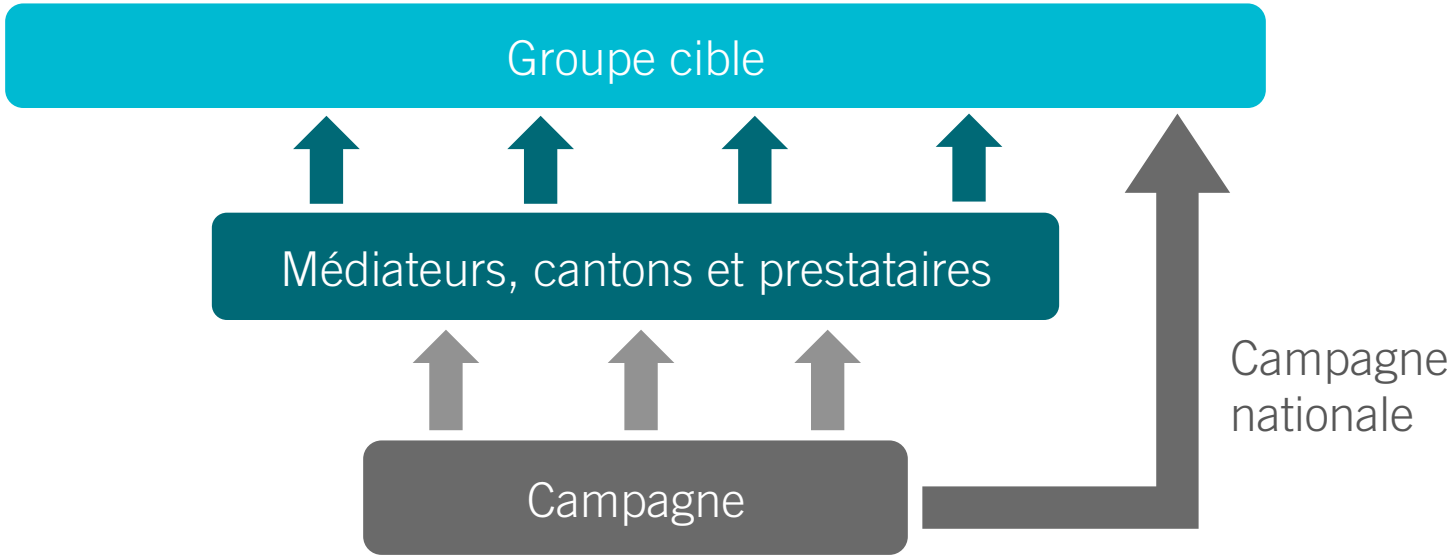
Les cantons, partenaires et prestataires de cours ont accès à une sélection d’instruments de marketing professionnels.

Grâce à une marque faîtière commune, chaque utilisation contribue à créer des synergies dans le cadre de la campagne en développement.

Stratégie et mesures

La stratégie de positionnement

Afin de créer la proximité nécessaire avec les personnes concernées, les initiateurs du projet misent sur une stratégie Grassroot. On désigne par campagne Grassroot une initiative pilotée par la base. Les éléments de la campagne sont organisés de telle sorte que les acteurs locaux sont en mesure de les mettre en œuvre sur place. La campagne doit ainsi bénéficier du soutien personnel de l'environnement du groupe cible pour atteindre directement le groupe cible.



La hiérarchie des marques

La marque faîtière
Le nom de la campagne, «Simplement mieux !», fonctionne comme une marque et réunit toutes les activités. Le nom est concret, intelligible et facile à écrire, et est visualisé par un logo commun.

Le message directeur
est véhiculé dans toutes les mesures locales et suprarégionales. Il apporte une réponse au problème du groupe cible.

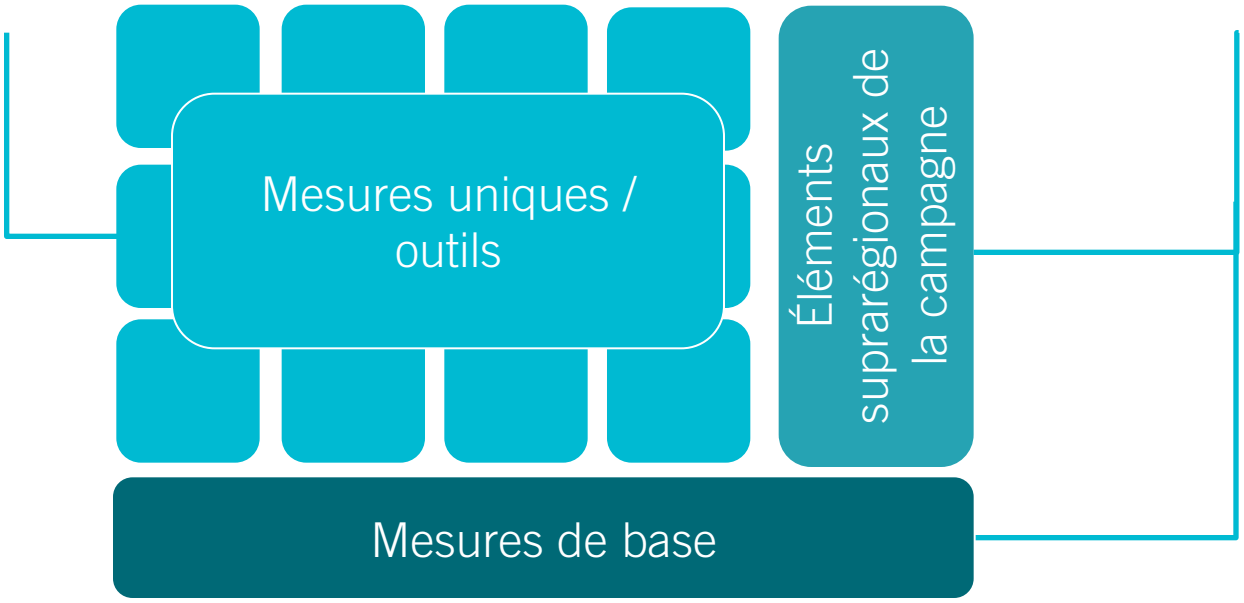
Les mesures de communication
incitent les personnes concernées à s'inscrire à un cours.

Structure et mise en oeuvre de la campagne

L'ensemble des mesures et instruments est développé de manière centrale par les comités nationaux du projet. Leur mise en oeuvre s'effectue par l'intermédiaire des initiateurs et des partenaires locaux provenant de l'environnement direct du groupe cible.

Développement individuel par les partenaires du projet/cantons/prestataires **locaux.**

Mise en oeuvre et pilotage centralisés par les comités de la campagne nationaux.



Les mesures et instruments

Toutes les mesures seront développées de manière centralisée sur la base de la ligne créative (voir paragraphe suivant). Elles pourront être adaptées aux exigences locales.

Ressources/Outils	Groupe cible : Multiplicateurs	Personnes concernées
Bases		
- Site web de la campagne	X	X
- Guide de la campagne	X	
Éléments suprarégionaux		
- Relation publiques	X	X
- Site Facebook / Réseaux sociaux	X	X
Mesures uniques		
- Flyers, annonces, bannières, spot radio		X
- Brochure	X	
- Modules de texte/infomails et lettres d'information	X	

La ligne créative et les instruments

La décision : logo et sujet

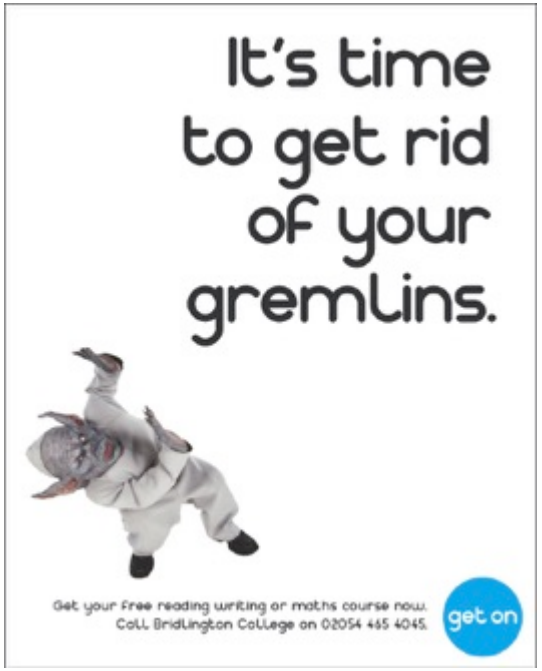
Le logo a été clairement choisi comme favori par le groupe de pilotage, des comités nationaux (le groupe de pilotage, le groupe d'experts „Sounding Board“ et au total plus que 20 partenaires nationaux et cantonaux inclus).

Les participants aux cours ont également plébiscité ce logo.

Le sujet des «excuses» a pu aussi s'imposer nettement comme favori.

Parmi les personnes concernées, aucun sujet n'a vraiment fait l'unanimité. «Excuses» a été jugé à la majorité comme amusant et pertinent. D'autres sujets ont été en partie ignorés par les participants, voire considérés comme diffamatoires.

La décision : base scientifique



Le sujet «Excuses» a un certain relent de «provocation», ce qui a un impact potentiel important en termes de publicité. C'est aussi ce que confirme l'étude publiée en 2010 «Werbung für Weiterbildung» (Publicité pour la formation continue) en s'appuyant sur l'exemple réussi de la campagne britannique «Get rid of your gremlins».

La «provocation» a une connotation positive : compréhension, sensibilisation et humour ont la priorité.

Le ton positif de «Simplement Mieux !» a comme but de motiver les adultes à suivre un cours et de leur montrer les avantages qu'un cours peut apporter, exemple : autonomie, confiance en soi et liberté. Bref : la vie deviendra «simplement mieux».

Les Sujets

LUNETTES OUBLIÉES
Mieux que des excuses :
suivez un cours de lecture.
0800 47 47 47 ou www.simplement-mieux.ch
SIMPLEMENT! MIEUX

TROP COMPLIQUÉ
Mieux que des excuses :
suivez un cours de calcul.
0800 47 47 47 ou www.simplement-mieux.ch
SIMPLEMENT! MIEUX

ENTORSE DE LA MAIN
Mieux que des excuses :
suivez un cours d'écriture.
0800 47 47 47 ou www.simplement-mieux.ch
SIMPLEMENT! MIEUX

LE CLAVIER EST BLOQUÉ
Mieux que des excuses :
suivez un cours d'informatique.
0800 47 47 47 ou www.simplement-mieux.ch
SIMPLEMENT! MIEUX

PLUS TARD
Mieux que des excuses :
suivez un cours de lecture, d'écriture,
de calcul ou d'informatique.
0800 47 47 47 ou www.simplement-mieux.ch
SIMPLEMENT! MIEUX

Le logo

SIMPLEMENT!
MIEUX
LIRE. ÉCRIRE.
CALCULER. ORDINATEUR.

SIMPLEMENT!
MIEUX
LIRE. ÉCRIRE.
CALCULER. ORDINATEUR.

Flyer formats : A5 et A6

Mieux que des excuses : venez suivre un cours de lecture, d'écriture, de calcul ou d'informatique.

Remplir un formulaire pour une assurance ou calculer le rabais lors d'un achat. N'avez-vous pas parfois du mal à vous acquitter de telles tâches ? Beaucoup de gens sont dans votre cas. On peut souvent s'en sortir avec une excuse, mais ce n'est que provisoire.

Trouvez maintenant un cours près de chez vous !

Pour qui ?	Quand ?	Où ?
Adultes francophones	Le soir ou en journée (en fonction du lieu du cours), env. deux heures par semaineou cours intensifs	Dans les villes et localités suisses

Nous nous ferons un plaisir de vous conseiller personnellement.

Numéro gratuit : 0800 47 47 47

www.simplement-mieux.ch

Schweizer Dachverband Lesen und Schreiben
Fédération suisse Lire et Ecrire
Federazione svizzera Leggere e Scrivere

IKW CIFC
Interkantonale Konferenz für Weiterbildung IKW
Conférence intercantonale de la formation continue CIFC
Conferenza intercantonale della formazione continua

La carte postale : format A6

Mieux que des excuses :
suivez un cours de lecture, d'écriture,
de calcul ou d'informatique.

Hotline gratuite : 0800 47 47 47
www.simplement-mieux.ch

Affiches/Annonces, formats divers

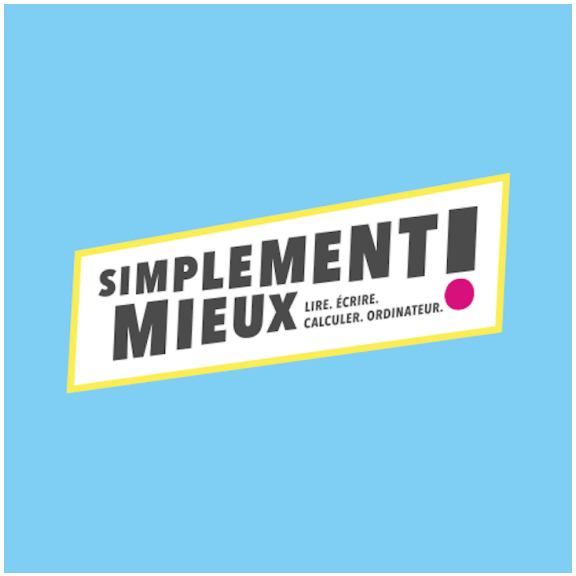
Cinq versions sur : lecture, écriture, calcul, ordinateur, général

Annonces de presse en noir et blanc

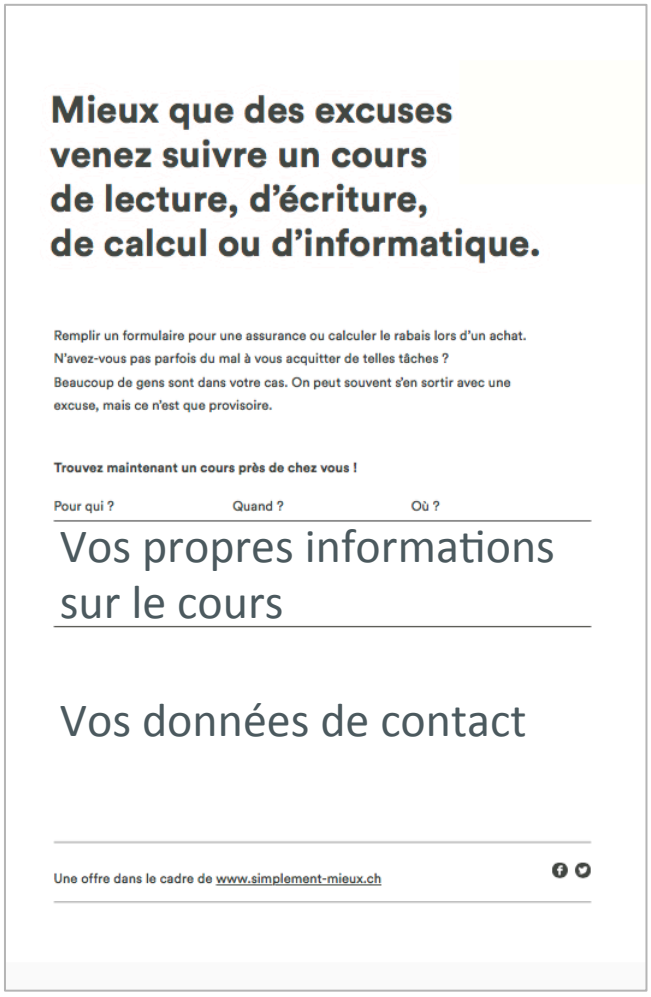
Annonces de presse en paysage

Bannières en ligne statiques

Bannières en ligne animées



La version proposée avec le logo est aussi possible

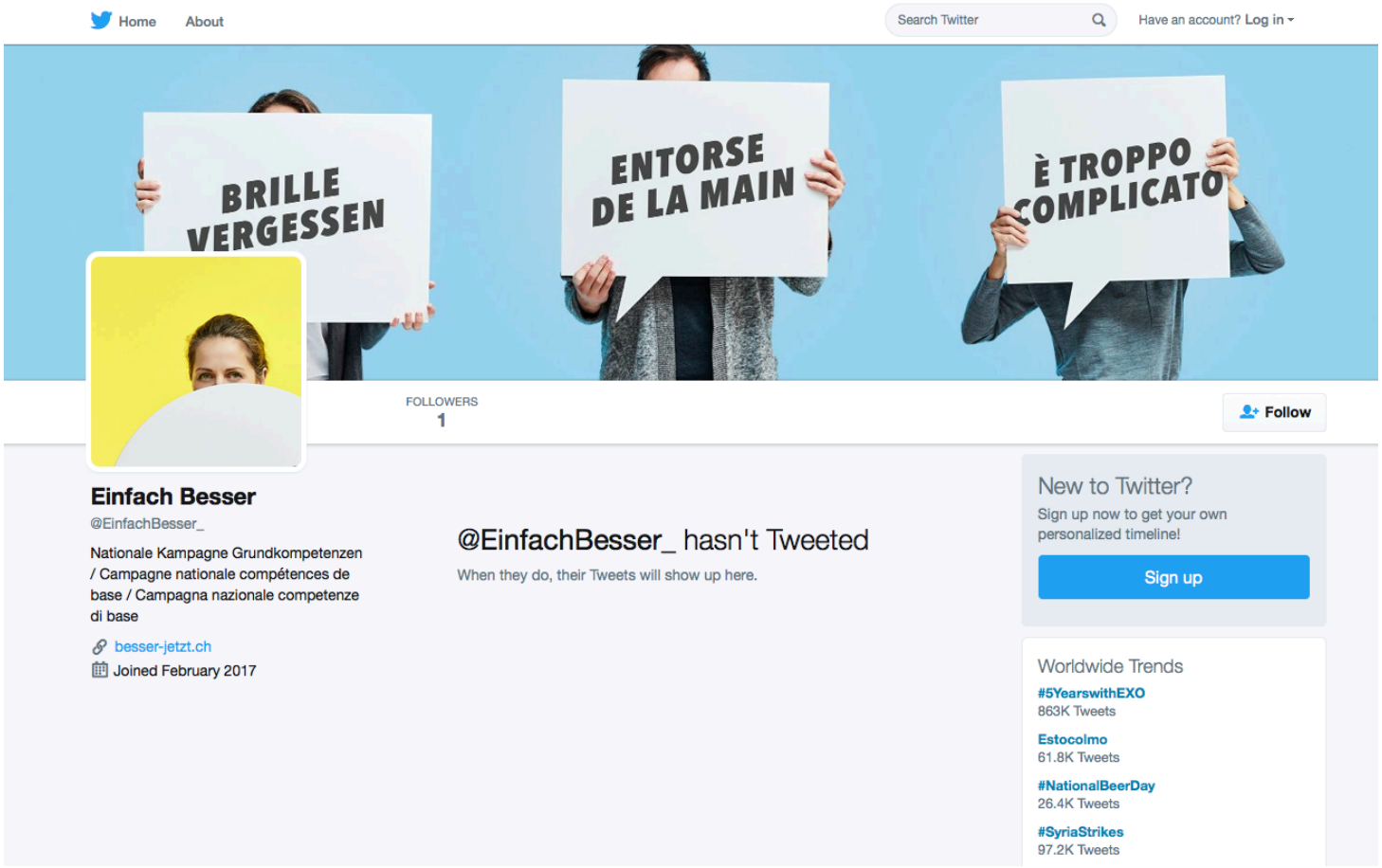


Spots radio et courts-métrages, environ 15 à 20 secondes

Spots radio et courts-métrages :
https://www.youtube.com/channel/UC7XPy-gXsJGHzGildfZvYfg

Le site Internet : www.simplement-mieux.ch

Twitter (@EinfachBesser_) et Facebook (Einfach Besser / Simplement Mieux / Semplicemente Meglio)



Pourquoi s'engager dans le projet ?

Les effets positifs d'un partenariat

En participant à la campagne, les partenaires contribuent à résoudre le problème social de l'insuffisance des compétences de base. En outre, ils renforcent les efforts déployés par rapport à la responsabilité sociale et économique et leur perception dans l‘opinion publique:

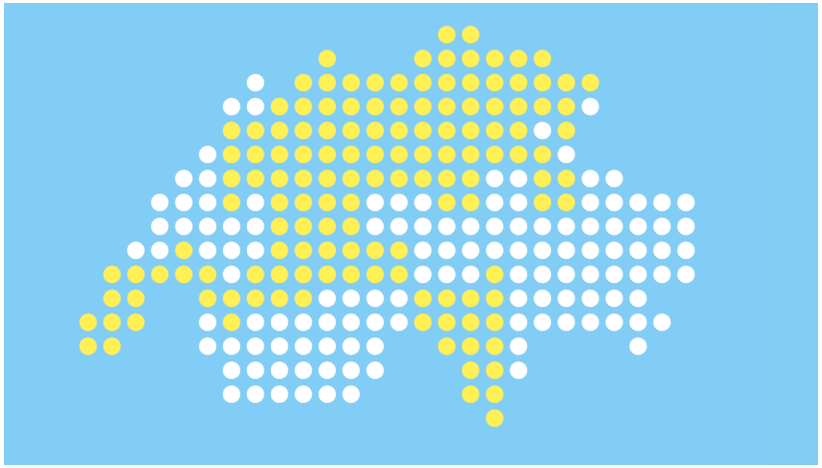
- Assumer des responsabilités sociales
- Renforcer l'économie de la Suisse
- Pallier la pénurie de main-d'œuvre
- Permettre à la population concernée à apprendre tout au long de la vie
- Renforcement de l’intégration et de la participation sociale, culturelle et politique

Les avantages d'un partenariat

- Les partenaires reçoivent au moment opportun un accès à des instruments marketing professionnels.
- Les moyens financiers disponibles peuvent être investis dans l'utilisation des outils.
- Suivi assuré par l'agence, adaptations possibles à tout moment pour répondre aux besoins locaux (logos supplémentaires, etc.).
- Interaction: Différents cantons et partenaires de toute la Suisse participeront également au projet, ce qui lui garantit une perception nationale du projet. Chaque partenaire/canton supplémentaire renforce l'effet global tout en profitant pour soi-même d'une perception accrue dans l‘opinion publique.

Cantons pilotes et partenaires soutenant le projet

(Mise à jour : juillet 2017)



Canton de Bâle-Campagne
Canton de Bâle-Ville
Canton de Berne
Canton de Genève
Canton de Saint-Gall
Canton de Soleure
Canton du Tessin
Canton de Thurgovie
Canton de Vaud
Conférence métropolitaine de Zurich

Association des Universités Populaires Suisses
Association Lire et Ecrire
Canton d'Argovie
Canton de Neuchâtel
Conférence Romande de la Formation Continue
Insertion Suisse
Institut de formation ARC
Lire et Écrire pour adultes Berne
Movendo
Société Suisse des Entrepreneurs
Secrétariat d'Etat à l'économie
Université Populaire des deux Bâles
Verband Schweizerischer Schreinermeister und Möbelfabrikanten
Verein Lesen und Schreiben Deutsche Schweiz

Suite du processus

Le processus

La campagne globale sera divisé en étapes avec des objectifs partiels:

Jusqu’à la fin de mars 2017

Élaboration des instruments et mesures de marketing destinés à faire connaître les cours, y compris la marque faîtière.

À partir de septembre 2017

Les instruments et mesures de marketing seront utilisés dans les cantons pilotes et par d'autres partenaires.

À partir de 2018

Les cantons et les prestataires ont à leur disposition un éventail d’instruments de marketing testés, pouvant être utilisés individuellement et/ou de manière coopérative.

Contact Direction de la campagne nationale

Direction générale et coordination
Benedikt Feldges
CIFC Conférence intercantonale de la formation continue
Clarastrasse 13
4005 Bâle
061 267 47 68
benedikt.feldges@bs.ch

Direction de la campagne
Christian Maag
Fédération suisse Lire et Ecrire
Effingerstrasse 2
3011 Berne
031 508 36 16
maag@lesen-schreiben-schweiz.ch