Mission Relations Presse

L’Institut de l’Engagement

Créé en 2012 dans la foulée du Service Civique, l’Institut de l’Engagement permet à des jeunes qui ont montré leurs qualités pendant un volontariat de Service Civique ou un bénévolat associatif d’avoir un avenir à la hauteur de leur potentiel, quelles que soient leur origines sociales ou géographiques, quels que soient leurs parcours.

Chaque année, il aide 2 500 à 3 000 jeunes engagés à construire et structurer leur projet d’avenir.

Parmi eux, 700 lauréats sont repérés pour leur potentiel et la qualité de leur engagement et bénéficient d’un accompagnement pour poursuivre des études, trouver un emploi ou créer une activité.

L'Institut les sensibilise aux grands enjeux du monde qui les entoure, pour éclairer leur envie d'agir.

L'Institut de l'Engagement forme une nouvelle génération de citoyens responsables et porteurs des valeurs d'engagement.

Chaque année 90% des lauréats réussissent leur projet. Les lauréats de l'Institut sont deux fois plus engagés que la moyenne des jeunes en France.

En 2022, l’Institut de l’Engagement fête ses 10 ans et compte déjà plus de 5 500 jeunes accompagnés depuis sa création.

En savoir plus

Nos enjeux de communication

L'Institut a aujourd'hui largement fait la preuve de son utilité et de son efficacité. Ses résultats et les "belles histoires" ne manquent pas pour démontrer son impact.

Pour autant, il reste mal connu et parfois mal compris, alors que son efficacité et sa pérennité dépendent de façon essentielle :

- des partenariats qu'il peut construire avec les entreprises, qui assurent 85% du financement de l'Institut et qui mobilisent leurs collaborateurs pour participer aux actions de l'Institut ;

- des partenariats qu'il peut construire avec les établissements d'enseignement, qui ouvrent des voies d'accès aux lauréats de l'Institut

- de sa notoriété auprès des recruteurs, pour donner toute sa valeur au "label" de "lauréat de l'Institut de l'Engagement"

- de sa reconnaissance par les pouvoirs publics en tant que contributeur à des politiques publiques telles que l'égalité des chances, l'insertion, l'engagement ... et en tant que force de proposition et d'innovation

- de son attractivité auprès des jeunes et donc de sa notoriété directement auprès des jeunes mais aussi auprès des "prescripteurs" (professionnels de l'orientation, parents, "adultes référents", organismes d'accueil en Service Civique, associations qui accueillent de jeunes bénévoles, etc.)

Les relations presse

Pour répondre à ces enjeux de communication, l'Institut souhaite développer ses relations presse et être visible notamment dans :

- La presse nationale économique, pour être connu des décideurs en entreprise
- La presse nationale généraliste, pour mettre en valeur son savoir-faire et ses réussites
- Les media « jeunes », notamment radio, media internet, pour stimuler les candidatures
- Tous les autres media qui permettent de contribuer aux enjeux identifiés ci-dessus

Missions de l'attaché.e de presse

Les missions de l'attaché.e de presse seront notamment les suivantes :

- Proposition d'une stratégie media : cible, contenus, supports... et d'un plan d'action
- Rédaction de communiqués et dossiers de presse
- Diffusion aux différents média (presse, radio, web, télévision etc.) et relances
- Organisation de points presse
- Présence pour l'accueil presse sur les événements majeurs (Université de l'Engagement à Autrans, début juillet 2022, soirée anniversaire en octobre 2022 notamment)
- Proposition et organisation de toute autre action pouvant permettre de mobiliser la presse autour de sujets liés à l'Institut de l'Engagement
- Elaboration d'un fichier presse de journalistes en particulier dans le domaine économique, mais également éducation (enseignement supérieur), jeunesse, ESS/engagement (structures d'accueil de volontaires et bénévoles)

Ces missions seront réalisées dans le cadre d'une prestation externe.

Contact :

Gabrielle FICHER, Directrice des Partenariats et de la Communication
Institut de l'Engagement
gabrielle.ficher@engagement.fr