

Projet 'Semaine nationale de la formation'

Sélection des thèmes - description du processus

Contenu

1. Situation de départ & objectifs, page 1
2. Conditions générales & paramètres, page 2
3. Processus de sélection, page 3
4. Exemples de thèmes / slogans, page 6

1. Situation de départ & procédure

- (A) Pour la définition d'un thème ou d'une devise, toutes les organisations membres doivent être impliquées.
- (B) Le processus de collecte, d'évaluation et de sélection des thèmes sera donc lancé dès que les organisations membres auront pris la décision positive de participer à la semaine nationale de l'éducation.
- (C) Les organisations membres sont impliquées dans la collecte des paramètres (directives) pour la sélection des thèmes ainsi que dans la collecte des thèmes possibles pour la création d'un slogan.
- (D) L'association évalue et sélectionne, conformément aux paramètres et selon le filtre événement/campagne, adapté aux contenus et objectifs de la semaine nationale de formation, les thèmes et développe à partir de là un slogan approprié.

2. Conditions générales & paramètres¹

Le thème ou la devise doit

- (A) être accessibles et **attrayantes** pour un large public, même **en dehors de** la *formation plus* (filtres de campagne/d'événement, enquêtes auprès de groupes de discussion) et aller chercher les gens là où ils sont / **aller** vers les gens ou le public, également sur le plan thématique ;
- (B) correspondre aux tâches & préoccupations de *formationplus* (**congruence de l'expéditeur**) ;
- (C) offrir une **structure commune & une reconnaissance pour** toutes les activités de la semaine nationale de formation et être adaptable et utilisable dans toutes les régions linguistiques ;
- (D) être **utilisable de manière variable** au maximum et offrir la plus grande liberté possible dans la conception par organisation membre, de sorte que les méthodes de travail et les conditions générales des organisations membres (institutions de formation, paroisses, ...), qui sont différentes, soient totalement libres dans le choix de leur propre thème et dans sa mise en œuvre ; un **slogan attrayant, pertinent et large** sera donc créé afin d'offrir une reconnaissance et, en même temps, de ne pas imposer de restrictions thématiques (voir ci-dessus)

¹ Les conditions-cadres et les paramètres sont une synthèse des données issues des travaux préparatoires, de la réunion d'automne, du suivi, des analyses et des entretiens individuels menés avec des représentants de *plusbildung* ou de certaines organisations membres avant l'AG. Elles ne sont pas exhaustives et seront complétées en cas de décision positive pour la réalisation de la semaine nationale de formation en contact avec toutes les organisations membres.

3. Processus de sélection

Collecte de thèmes, sources

Source	Statut
Collecte individuelle préalable Groupe de projet / groupe thématique	Avant l'AG
Inputs des représentants des organisations membres lors de la réunion d'automne	Avant l'AG
Inputs des organisations membres directement à l'association (possible à tout moment)	Avant l'AG
éventuellement : inputs des représentants des organisations membres à l'AG	En séance
Recueil des contributions des membres - par e-mail (traitement manuel), par formulaire / enquête en ligne et/ou oralement (interviews individuelles, groupe de projet)	Après l'AG
Enregistrement d'inputs (transmission de la part des membres)	Après l'AG
Complément de thèmes avec un point de vue externe issu de l'actualité, de la pertinence, du suivi de projet & des contacts avec le groupe de projet et les représentants des organisations membres	Par collection
Compilation Etat des lieux global	Par collection

Collecte de thèmes, impulsions pour la recherche d'idées

Critère thématique	Filtre
Attractivité	• Lien avec l'existant, la pertinence externe & l'actualité • Lien avec la réalité de la vie d'un public plus large • Accrocheur et émotionnel
Utilisable à un niveau supérieur	• réalisable pour toutes les régions • utilisable par toutes les organisations membres • utilisable au mieux par les partenaires potentiels
Adaptable localement	• variable avec différentes caractéristiques et perspectives ; suffisamment large pour permettre des sous-thèmes et des interprétations propres (régionales, locales, spécifiques à l'organisation)
Crédibilité	• provient de l'un des domaines thématiques auxquels formationplus et ses membres sont confrontés au quotidien, de sorte que les thèmes, inputs et questions abordés pendant la semaine de formation peuvent être illustrés sur la base d'expériences. • Correspond à l'expéditeur plusformation, à sa mission et à ses thèmes
Aptitude à la communication	• compréhension simple ; sur-thème simple • Variabilité • Orientation sur les thèmes (et non sur les expéditeurs ou les produits) • Potentiel d'augmentation de la notoriété
Congruence des objectifs	• remplit les objectifs définis dans l'analyse : le thème doit avoir une fonction de sensibilisation en soi² ; motiver à assumer une responsabilité éthique religieuse ; transmettre des connaissances ; encourager la mise en réseau et la coopération et permettre le renforcement de la marque. • remplit les objectifs définis dans l'analyse de la définition fine de la session d'automne : construit une scène réussie pour la formation ecclésiale ; le projet renforce l'association et ses membres par la mise en œuvre commune, la marque par la présentation commune et augmente la portée et la perception publique

² tous les thèmes ne se prêtent pas à la sensibilisation. L'essentiel est d'obtenir des changements d'attitude et de comportement grâce à une attention accrue, une prise de conscience et une réflexion. D'autres thèmes visent la mise en œuvre concrète de programmes ou autres ; les objectifs de sensibilisation visent à modifier les comportements et les attitudes.

Évaluation des thèmes : sélection du contenu & filtres de campagne/d'événement

Critère	Filtre
pertinence sociale	● Prévalence et gravité : quel thème est particulièrement prévalent et/ou grave (même sans fréquence élevée) pour les groupes cibles ? ● Implication de groupes de discussion en dehors de la formation plus
Orientation vers les résultats	● Pour quel thème l'utilité / l'effet de la confrontation lors de la semaine de formation est-il le plus élevé ? → pour la sensibilisation, la motivation à agir de manière éthique, la transmission de connaissances,...
pertinence du contenu & expertise	● Référence de l'expéditeur : dans quels thèmes formationplus et ses membres peuvent-ils porter leur expertise ? ● Lien avec les produits : où existe-t-il des offres (existantes) de l'association et des membres qui créent du contenu ?
Positionnement	● quel thème n'est pas encore traité par d'autres acteurs ? absence de portage ailleurs / pas d'autres acteurs qui traitent déjà le même thème / préoccupation ; potentiel de leadership thématique et donc potentiel de communication plus élevé et plus forte augmentation de la marque ● Potentiel de communication pour beaucoup de contenu, beaucoup de variabilité dans le storytelling, beaucoup de perspectives, ● Composante émotionnelle (simplifie l'approche du groupes cibles) ; valeur de l'actualité ;
Orientation vers un objectif	● Congruence avec les objectifs (voir ci-dessus) : Motivation ; sensibilisation ; transmission de connaissances ; notoriété de la marque, présence médiatique ; actualité ; perturbation du réseau, ...

4. Exemples cités jusqu'à présent pour la collection de thèmes

Mouvement - Changement - Développement - Transformation

relation, - appartenance - attachement - identité

Désir - Besoins primaires - Départ - Évasion

Diversité - Formes de vie - Individualisation - Polarisation - Volontariat - Intégration

"Allô Terre - Il y a quelqu'un ?" - Bonjour la vie - Envie de vivre - Confiance

vivant - plus pointu - commun

agir éthiquement - agir durablement - produire des effets

Recherche (commune) - poser des questions plutôt que donner des réponses

Recommandation :
Mise à jour[1] du thème / domaine thématique sélectionné
en un slogan attrayant et approprié[2],
sous l'égide duquel tout type de thème, d'occasion et d'aménagement peut être
placé.

[1]

- (A) Collection de thèmes
- (B) Sélection selon les critères de filtrage
- (C) Remise à neuf

[2]

- adapté à la formation plus
- adapté aux groupes cibles
- adapté aux événements et à la communication
- adapté à la superstructure & à la reconnaissance
- convient à différents aménagements