

Déclaration d'engagement de swissuniversities et des partenaires de la formation professionnelle dans le domaine de l'information et de la communication sur la maturité professionnelle

Le projet Maturité professionnelle 2030 a souligné la nécessité d'améliorer les mesures d'information et de communication relatives à la maturité professionnelle (MP) et d'accroître leur efficacité. swissuniversities et tous les partenaires de la formation professionnelle se sont déclarés prêts à agir dans ce domaine et ont défini chacun un concept d'information et de communication, qui équivaut à une déclaration d'engagement. La présente déclaration d'engagement commune dans le domaine de l'information et de la communication est pensée comme un outil visant à concrétiser la stratégie MP élaborée dans le cadre du projet « Maturité Professionnelle 2030 » afin de renforcer la MP par l'intermédiaire de swissuniversities et des partenaires de la formation professionnelle.

Les acteurs concernés ont identifié leurs principaux groupes cibles et défini les mesures adéquates pour les atteindre. L'ensemble des mesures adoptées est présenté en annexe de la présente déclaration. La Confédération s'adresse en premier lieu aux cantons et aux prestataires de formation et leur fournit les bases et les informations essentielles à la mise en place des filières de formation. La Conférence suisse des offices de la formation professionnelle cible en particulier les offices de la formation professionnelle et a élaboré à leur attention des recommandations concernant les activités d'information et de communication à effectuer chaque année. Les offices de la formation professionnelle ont pour principal public cible les personnes intéressées par la MP ainsi que les écoles, qui assument également une tâche d'information vis-à-vis des personnes qui envisagent d'obtenir une MP. La Table Ronde Écoles professionnelles a pour but d'informer les directions des écoles de manière ciblée et en tenant compte de leurs besoins afin de garantir une mise en œuvre correcte des filières de formation de la MP. L'Union suisse des arts et métiers et l'Union patronale suisse sensibilisent en priorité les organisations du monde du travail à la thématique de la MP. Travail.Suisse et l'Union syndicale suisse se chargent de leur côté de sensibiliser leurs propres membres et les employés de manière générale. swissuniversities s'adresse plus particulièrement aux personnes intéressées par des études dans une haute école (dont les titulaires d'un certificat de maturité professionnelle) et les informe en toute transparence sur les offres d'études et les conditions d'admission.

La mise en œuvre de la présente déclaration d'engagement incombe aux acteurs précités. Par cette déclaration d'engagement, ceux-ci peuvent mesurer leur degré d'engagement à informer et communiquer sur la MP. L'impact des mesures adoptées dépend en partie des acteurs, dans la mesure où l'on souhaite évaluer leur performance. swissuniversities et les partenaires de la formation professionnelle se tiennent à disposition pour répondre aux éventuelles questions sur les mesures d'information et de communication qu'ils ont mises en place. Chaque année, ils doivent dresser le bilan de leur engagement lors de la rencontre annuelle organisée par le SEFRI. C'est sur cette base que les mesures d'amélioration et/ou de coordination sont discutées.

La présente déclaration d'engagement de swissuniversities et des partenaires de la formation professionnelle a été validée le 12 octobre 2023 par le groupe d'accompagnement et approuvée le 21 novembre 2023 par la Conférence tripartite de la formation professionnelle.

Le Secrétariat d'État à la formation, à la recherche et à l'innovation SEFRI

Information

Page Internet du SEFRI dédiée à la maturité professionnelle (MP)	Brève description du produit et du public cible : Informations concises et générales sur la maturité professionnelle assorties de liens vers des documents (notamment OMP, PEC MP, stratégie en matière de maturité professionnelle, nouvelles études ou évaluations, rapports concernant des rencontres stratégiques annuelles assortis de la liste des représentants des institutions déléguées, liste des projets pilotes terminés) ou vers des pages Internet intéressantes (p. ex. coordonnées des offices de la formation professionnelle, swissuniversities, FormationProfessionnellePlus.ch, Formation professionnelle 2030, Office fédéral de la statistique, etc.). Public cible : en particulier les partenaires de la formation professionnelle et les écoles. Les informations ne sont pas expressément destinées aux personnes intéressées par la MP et aux parents, mais les liens conduisent vers des informations complémentaires ou des sites Internet qui peuvent aussi leur être utiles.
	Objectif : mettre à la disposition des partenaires de la formation professionnelle des documents et des informations à jour sur la MP ; faciliter la recherche d'informations pour les autres partenaires de la formation professionnelle (et éventuellement les personnes intéressées par la MP)
	Périodicité prévue : les informations sont en principe toujours exactes (éventuelles adaptations du site en fonction des besoins, p. ex. suite à la dissolution de la CFMP, aux révisions de la MP, à de nouvelles études, etc.)
	Canal : page Internet → Maturité professionnelle (admin.ch)

Communication (publicité et conseil)

Médias habituels	Brève description du produit et du public cible : Site Internet et campagne FormationProfessionnellePlus.ch. Public cible : jeunes, parents, entreprises Faits & chiffres. Public cible : grand public SEFRI-News, SEFRI-Mail. Public cible : abonnés Communiqués de presse : médias et grand public
	Objectif : faire (mieux) connaître la MP auprès des médias habituels, renforcer la présence de la MP dans les médias, informer le public cible d'un événement particulier à venir ou passé.
	Périodicité prévue : s'assurer une fois par an de la présence de la MP dans les médias et identifier les besoins de communication autour des thématiques liées à la MP.
	Canal : faits & chiffres, FormationProfessionnellePlus.ch, SEFRI-News, SEFRI-Mail, communiqués de presse du SEFRI

Conférence suisse des offices de la formation professionnelle (CSFP)

Projet de recommandation de la CSFP portant sur la communication relative à la maturité professionnelle (MP)

Cette recommandation s'inscrit dans la mise en œuvre de la stratégie Maturité professionnelle 2030, laquelle a été élaborée par les partenaires de la formation professionnelle et fait partie du projet MP 2030. Tous les partenaires de la formation professionnelle contribuent, via les concepts de communication qu'ils développent, à promouvoir la maturité professionnelle.

Mandat de base attribué aux cantons et aux écoles ainsi qu'au CSFO

La mise en forme numérique des informations relatives à la maturité professionnelle sur le site « La maturité en bref – orientation.ch » est assurée par le Centre suisse de services Formation professionnelle | orientation professionnelle, universitaire et de carrière (CSFO).

Les services d'orientation professionnelle, universitaire et de carrière (OPUC) et les centres d'information et d'orientation professionnelle contribuent activement à diffuser des informations sur la MP dans l'exercice de leur mission générale. À cet effet, ils exploitent entre autres moyens des sites web, à des stades de développement variables.

Lors des salons des métiers qui se tiennent au niveau régional, des informations sur la maturité professionnelle sont communiquées sous différentes formes.

De leur côté, les écoles proposant des filières de maturité donnent des informations sur leurs propres formations et entretiennent des contacts avec les entreprises formatrices.

Campagne menée depuis 2018 par les partenaires de la formation professionnelle dans le but de promouvoir la maturité professionnelle

Dans le cadre de cette initiative, le SEFRI a élaboré une campagne incluant une boîte à outils MP qui s'adresse spécifiquement aux élèves, aux parents et aux entreprises formatrices. Les cantons sont depuis lors invités à intégrer ce matériel développé de manière professionnelle dans leurs propres campagnes. Pour en savoir plus sur la maturité professionnelle (MP) : maturiteprofessionnelle.ch

Près de la moitié des cantons ont intégré la campagne d'une manière ou d'une autre dans leur site web.

L'une des réflexions associées à cette démarche est qu'une simple campagne d'image ou d'affichage n'a que peu d'impact. Il est bien plus efficace de faire appel aux réseaux et partenariats actifs dans la formation professionnelle pour faire mieux connaître la MP et favoriser son acceptation. Dans le cadre d'un échange sur les bonnes pratiques, d'autres éléments ont été partagés, à savoir :

- conduite de services de conseil cantonaux sur la MP au niveau stratégique (par les chambres de commerce, de l'Union des arts et métiers, de l'enseignement obligatoire et des hautes écoles)
- engagement d'entreprises formatrices favorables à la MP – accord contraignant et communication à ce sujet
- production de dépliants présentant l'offre régionale en matière de MP
- communication active par les médias sur les taux et les résultats liés à la MP
- implication et promotion d'« ambassadeurs de la formation professionnelle » dans les séances d'information sur la transition secondaire I - secondaire II

Les cantons avec les offices de la formation professionnelle et les écoles préparant à la maturité professionnelle se réfèrent au tableau suivant pour leurs activités de communication :

Calendrier et contenu de la communication sur la MP – du début à la fin de l'année scolaire

Période	Mesures	Groupe cible	Contenu	Expéditeur / participants	Responsable	Int. / ext.	Dialogue / info.
AOÛT							
	Adapter le site web en vue de la nouvelle année scolaire ; mettre à jour les informations / documents	Public	Informations mises à jour concernant la procédure d'admission à la MP (date d'examen, documentation, formulaires d'inscription, etc.)	Office cantonal		Ext.	Info.
SEPTEMBRE							
	Envoyer des informations aux conférences cantonales en lien avec le secondaire I	Personnes de référence importantes du sec. I	Informations en cas de nouveautés	Office cantonal		Ext.	Info. / dialogue
	Séance d'information pour les conseillères et conseillers	Conseillères et conseillers OPUC	Informations en cas de nouveautés	Office cantonal		Int.	Info. / dialogue
	Séance d'information interne pour la formation professionnelle en entreprise	Conseillères et conseillers dans le domaine de la formation, inspecteurs et inspectrices des apprentissages	Informations en cas de nouveautés	Office cantonal		Int.	Info. / dialogue
Août/septembre	Communiqué de presse concernant la situation sur le marché des places d'apprentissage II au début de la formation initiale	Public / médias	Places d'apprentissage, MP, offres transitoires	Office cantonal		Ext.	Info.
	Article dans l'infolettre de l'office cantonal	Public abonné	Début de la MP, séances d'information sur la MP, présence au salon des métiers	Office cantonal		Ext.	Info.

Période	Mesures	Groupe cible	Contenu	Expéditeur / participants	Responsable	Int. / ext.	Dialogue / info.
Avant les vacances d'automne	Envoi d'automne sur la MP (dépliant MP) Par voie numérique / postale	Institutions de formation (écoles du secondaire I et écoles professionnelles avec MP, directions d'école, corps enseignant, partenaires de la formation professionnelle, personnes intéressées)	Courrier contenant les principales informations et le matériel d'information (dépliant MP) sur la MP. Référence est aussi faite aux séances d'information et à la représentation au salon des métiers	Office cantonal		Ext.	Info.
OCTOBRE							
	Article dans l'infolettre de l'office cantonal	Public abonné	Séances d'information sur la MP et représentation au salon des métiers	Office cantonal		Ext.	Info.
NOVEMBRE							
	Communiqué de presse sur les certificats MP pour les modèles flexibles	Public / médias	Certificats MP	Office cantonal		Ext.	Info.
Début nov.	Parcours MP ou autres moyens de promouvoir la MP dans les salons des métiers	Élèves du secondaire II, parents, corps enseignant	Qu'est-ce que la MP ? Quelles sont les possibilités dans la région ? pour les professions X/Y/Z ? ...	Office cantonal		Ext.	Info./ conseil / dialogue
	Infolettre de l'office cantonal	Public abonné	Taux de MP mis à jour et classement, complétés par des informations additionnelles	Office cantonal		Ext.	Info.
À partir de novembre, périodiquement	Séances d'information sur la MP	Parents, jeunes pouvant accomplir une MP 1	Informations sur la MP, exigences, offres des écoles	École		Ext.	Info./ conseil / dialogue

Période	Mesures	Groupe cible	Contenu	Expéditeur / participants	Responsable	Int. / ext.	Dialogue / info.
Mi-novembre / fin nov.	Séances d'information sur la MP 1	Élèves du secondaire ou en 1 ^{re} année de formation initiale, parents, corps enseignant	La MP 1 : qu'est-ce que c'est ? qu'est-ce que cela implique ? comment être admis ? etc.	Office cantonal		Ext.	Info. / dialogue
DÉCEMBRE							
JANVIER							
	Article dans l'infolettre du service de l'enseignement obligatoire	Corps enseignant, personnes intéressées dans la scolarité obligatoire	Indication du délai d'inscription pour la procédure d'admission à la MP	Office cantonal		Ext.	Info.
	Article dans l'infolettre de l'office cantonal	Public abonné	MP : indication concernant le délai d'inscription qui arrive à échéance	Office cantonal		Ext.	Info.
FÉVRIER							
Début fév.	Procédure d'admission – indication concernant le délai d'inscription qui arrive à échéance, via les écoles professionnelles, les centres d'information et d'orientation professionnelle, les réseaux sociaux + les pages d'accueil et actualités des sites web	Public / médias	MP : indication concernant le délai d'inscription qui arrive à échéance	Office cantonal resp. écoles		Ext.	Info.
MARS							
	Article dans l'infolettre de l'office cantonal	Public abonné	Encore possible de s'inscrire même en cas de signature tardive du contrat d'apprentissage, séances d'information sur la MP 2	Office cantonal		Ext.	Info.

Période	Mesures	Groupe cible	Contenu	Expéditeur / participants	Responsable	Int. / ext.	Dialogue / info.
AVRIL							
MAI							
	Semaine de la formation professionnelle	Public / médias	Histoires de MP vécues	Office cantonal		Ext.	Info.
	Article dans l'infolettre de l'office cantonal	Public abonné	Fin de l'apprentissage – et maintenant ? séances d'information sur la MP 2	Office cantonal		Ext.	Info.
JUIN							
	Séances d'information sur la MP 2	Personnes intéressées par la MP 2	MP 2 : qu'est-ce que c'est ? qu'est-ce que cela implique ? comment être admis ? etc.	Office cantonal et écoles		Ext.	Info. / dialogue
JUILLET							
Début juillet	Communiqué de presse et article de blog sur le nombre de maturités professionnelles délivrées et attribution de récompenses pour les meilleurs projets interdisciplinaires ou prix similaires	Public / médias	Meilleurs projets interdisciplinaires ou prix similaires	Office cantonal / haute école régionale		Ext.	Info.
Début juillet	Communiqué de presse sur la PQual y compris les chiffres concernant la MP	Public / médias	Résultats de la PQual y compris la MP, évaluation politique	Office cantonal		Ext.	Info.
	CFC et MP délivrés annoncés en annexe dans les médias régionaux	Public / médias	Personnes ayant obtenu une maturité professionnelle, portraits	Office cantonal		Ext.	Info.



Table Ronde Écoles Professionnelles (TR EP)

Information

Courriel d'information	Brève description du produit avec indication du public cible : Courriel aux directions d'écoles via les présidences des conférences partenaires de la TR EP
	But : assurer la diffusion des informations à l'intention des directeurs et directrices concernant les éventuelles nouveautés en lien avec la MP
	Périodicité prévue : en fonction des besoins (par ex. révisions, changements dans la pratique, nouvelles procédures, appel à participer à des activités de promotion, etc.).
	Canal : courrier électronique

Union patronale suisse UPS / Union suisse des arts et métiers USAM

Information

Comités	Brève description du produit avec le public cible : Commission permanente de l'usam / Groupe de travail Formation UPS : Les associations faïtières de l'économie disposent de comités spécialisés sur le thème de la formation, auprès desquels elles peuvent informer les responsables de la formation des branches et lancer un appel pour thématiser et faire avancer la promotion de la maturité professionnelle (MP) dans la branche.
	Objectif : Sensibiliser et motiver les branches à aborder le thème de la MP et à l'encourager là où c'est possible et judicieux, par exemple par des campagnes ciblées visant à élargir l'offre de places d'apprentissage (MP1) ou à promouvoir la MP2 si nécessaire.
	Périodicité prévue : la FSA/l'usam organisent ces réunions 2 à 3 fois par an. Le thème de la MP est abordé au moins une fois par an, par exemple lorsque les derniers chiffres des MP sont connus.
	Canal : événement, en ligne et/ou en présentiel.
Newsletter	Brève description du produit avec le public cible : Newsletter (UPS : information OrTra, usam: information BBK)
	Objectif : Les responsables de la formation des branches et des associations régionales sont informés très régulièrement (env. 1 à 2 fois par mois) des développements en cours (p. ex. révisions) et des actualités (p. ex. études, statistiques, etc.) par le biais de cette grande liste de diffusion des associations faïtières.
	Périodicité prévue : Le thème de la MP est abordé au moins une fois par an, par exemple lorsque les derniers chiffres des MP sont connus.
	Canal : e-mail.
Conférence des OrTra	Brève description du produit avec le public cible : Conférence (en présentiel) avec les responsables de formation des branches.
	Objectif : Les organisations faïtières de l'économie invitent 2 fois par an à une conférence au cours de laquelle des thèmes spécifiques sont abordés. Les thèmes sont fixés en fonction de l'actualité. La promotion du transfert de connaissances et la génération de savoir autour de la MP peuvent par exemple constituer un tel thème. Il s'agit à chaque fois de placer les thèmes dans le contexte global de la formation professionnelle (donc, pour la MP, également par rapport à la promotion de la FPS, par exemple).
	Périodicité prévue : Contribution MP selon l'actualité
	Canal : en présentiel, conférence.

Communication (publicité et conseil)

News web/Internet	Brève description du produit avec le public cible : News web / contribution Internet (www.arbeitgeber.ch (FSA), www.sgv-usam.ch (usam))
	Objectif : sensibilisation au thème, en particulier lorsque le contenu comporte des actualités.
	Périodicité prévue : au moins 1 fois par an
	Canal : Internet. Ensuite, la contribution de l'UPS est intégrée dans la newsletter.
Gewerbezeitung sgz et journal des arts et métiers jam	Brève description du produit avec le public cible : des informations périodiques sur des thèmes politiques et commerciaux, y compris sur la formation professionnelle en général et sur des branches spécifiques, notamment des exemples de bonnes pratiques pouvant servir de modèles. Le public cible est constitué d'un large lectorat issu de l'environnement des PME, qu'il s'agisse de propriétaires de PME ou de collaboratrices et de collaborateurs. Le journal s'adresse en outre à la sphère politique.
	Objectif : sensibilisation et information générale du grand public des PME en ce qui concerne la MP, en particulier les membres des associations sectorielles et régionales. Mieux faire connaître la MP, ses opportunités et ses possibilités, tant pour l'entreprise que pour les personnes en formation.
	Périodicité prévue : La sgz paraît deux fois par mois, le jam une fois par mois Contribution MP au moins 1 fois par an.
	Canal : à la fois média en ligne et journal imprimé (tirage d'env. 150 000 exemplaires)

Travail.Suisse

Information

Base pour des négociations dans le cadre du partenariat social	Brève description du produit et du public cible : Les délégations de négociation des conventions collectives de travail (CCT) des fédérations membres de Travail.Suisse reçoivent de Travail.Suisse des bases pour ces négociations. L'importance de la promotion de la maturité professionnelle (MP) doit y être intégrée. Lors des échanges d'expériences entre les délégations de négociation, l'importance de la promotion de la MP est thématisée.
	Objectif : les représentations des salarié·e·s dans les négociations CCT sont sensibilisées à la question de la promotion de la MP (en particulier MP1) dans le partenariat social ; le cas échéant, soutien aux modèles d'engagement qui permettent de suivre des filières d'études HES en cours d'emploi.
	Périodicité prévue : max. une fois par an
	Canal : canaux internes pour la formation / information pour les délégations qui négocient les CCT.

Communication (publicité et conseil)

Contribution d'information dans les médias des fédérations membres selon l'input de Travail.Suisse	Brève description du produit et du public cible : Des articles d'information sur la MP sont placés dans les médias de la fédération (journaux des membres / newsletter) selon les indications de TS ; éventuellement aussi des reportages sur les diplômé·e·s de la MP.
	Objectif : informer sur la valeur et les possibilités de la MP, présenter la possibilité de suivre une MP. Renforcer la décision des diplômé·e·s potentiels d'opter pour une MP, resp. de ceux qui les influencent.
	Périodicité prévue : sporadique (la décision revient aux fédérations membres).
	Canal : médias des fédérations membres.

Contributions d'information sur les canaux de Travail.Suisse	Brève description du produit et du public cible : Rapports de fond sur la MP, resp. commentaires de chiffres et d'études actuels à l'attention des médias. Le groupe cible est constitué des journalistes et du grand public via les médias.
	Objectif : des informations et des commentaires sur la MP sont mis à la disposition des médias afin de permettre/soutenir la couverture médiatique.
	Périodicité prévue : sporadique, selon l'actualité mais au moins tous les deux ans.
	Canal : service médias, site web, newsletter.

Union syndicale suisse (USS)

Information

Information interne à l'intention des fédérations affiliées à l'USS ainsi que de la Commission jeunesse de l'USS	Brève description du produit : Les fédérations affiliées à l'USS ainsi que la Commission jeunesse de l'USS sont informées des nouveautés concernant la maturité professionnelle (MP). Dans ce cadre, il y a lieu de signaler en particulier l'importance de la promotion de la MP. À cet effet, la Commission de jeunesse doit se focaliser sur les apprenti-e-s.
	But : les fédérations affiliées et en particulier leurs secrétaires responsables du domaine de la formation ainsi que la Commission jeunesse sont sensibilisés à cette thématique et motivés à reprendre dans leur travail le renforcement de la MP et à l'y intégrer.
	Fréquence prévue : en fonction de l'actualité, mais au moins 1 fois tous les 2 ans
	Canal : canaux internes et séances d'échanges (p. ex. Comité présidentiel de l'USS)
Site internet de l'USS ainsi que du SSP, fédération affiliée à l'USS	Brève description du produit : Communication primaire sur le site internet du SSP, avec focalisation sur le corps enseignant du niveau secondaire (cycle 3), de la formation professionnelle et du public intéressé par la politique de la formation. Sur le site internet se trouveront les principaux arguments en faveur du renforcement de la perméabilité dans le système éducatif ainsi que les avantages présentés par l'accès des professionnel-le-s aux hautes écoles spécialisées. En plus, une newsletter sur le site internet de l'USS, avec pour thème « Formation et jeunesse » et focalisée sur les apprenti-e-s Public cible : enseignant-e-s (secondaire I et II) et public intéressé par la politique de la formation (institutions de formation, directions et partis) ainsi qu'apprenti-e-s
	But : le site internet doit mieux souligner l'importance de la maturité dans la formation professionnelle, avec pour but que les enseignant-e-s du secondaire I fassent de la publicité pour la MP et les enseignant-e-s du secondaire II pour la MP2. Parallèlement, les différents univers de formation (école obligatoire, écoles de maturité, écoles professionnelles et hautes écoles spécialisées) doivent être mis en réseau sur le plan des contenus. Des jointures plutôt que des recoupements !
	Fréquence prévue : instrument permanent et stable, car les informations sont de nature fondamentale et générale
	Canal : site internet ➔ https://ssp-vpod.ch/themes/enseignement/ ➔ https://www.uss.ch/themes/formation-jeunesse Lancement via les canaux des médias sociaux

Communication (publicité et conseils)

Newsletter	Brève description du produit et public cible : Information d'abord via la newsletter bilingue (fr./all.) du SSP, fédération affiliée à l'USS Public cible : membres du SSP actifs dans le domaine de la formation (corps enseignant de tous les niveaux scolaires et autres spécialistes)
	But : la newsletter rassemble des informations d'actualité (p. ex. sur des révisions, des projets en rapport avec la MP) et sensibilise son lectorat à ce thème. Elle sert de point de départ à des recherches approfondies et motive les enseignant-e-s et les personnes intéressées par la politique de la formation à s'engager de manière plus soutenue en faveur de la MP. Au centre, on trouve les avantages présentés par la MP en tant que formation orientée sur la pratique et polyvalente, qui conduit à des diplômes de l'enseignement supérieur et à davantage de chances sur le marché du travail.
	Fréquence prévue : la newsletter du SSP paraît environ 6 fois par année, une édition au moins se focalisant sur la MP.
	Canal : liste interne de destinataires
Commission fédérative	Brève description du produit et public cible : Actuellement, l'USS n'a pas de commission propre pour la politique de la formation. Les thèmes de ce domaine sont avant tout discutés lors d'échanges bilatéraux, entre la secrétaire centrale de l'USS chargée de la politique de la formation et les personnes exerçant les mêmes responsabilités dans les fédérations. Il existe aussi des échanges institutionnalisés avec la faïtière des enseignant-e-s de Suisse alémanique : LCH. Le SSP, qui est affilié à l'USS, dispose de sa propre commission permanente « Formation, éducation et sciences ». Elle est composée d'enseignant-e-s de tous les niveaux scolaires et de toutes les parties du pays. Elle discute de positions et de stratégies relativement à des thèmes de politique de la formation. Public cible : enseignant-e-s syndiqués
	But : la commission fédérative traite activement de la MP et discute de lignes directrices stratégiques afin de les faire passer dans les régions et les institutions, par exemple à travers des assemblées et des séances d'information. Elle a le droit de faire des propositions aux instances de la fédération et peut adopter de manière autonome des résolutions et des prises de position ainsi que communiquer publiquement.
	Fréquence prévue : 4 à 5 fois par année ; le thème de la MP est abordé au moins une fois par année.
	Canal : liste de destinataires interne du SSP
Publications fédératives	Brève description du produit et public cible : Dans le domaine de la formation, parmi les fédérations affiliées à l'USS, on trouve le magazine « Bildungspolitik » (en allemand) du SSP, qui est lu par des enseignant-e-s, des spécialistes de la formation et des décideurs/décideuses politiques. Il aborde à chaque parution un thème prioritaire de la politique de la formation. Subsidiairement, le but est la publication d'un article dans des journaux fédératifs comme « L'Événement syndical » (Unia) et « syndicom magazine » et « Services publics » (SSP).

	Public cible : les travailleurs et travailleuses des institutions de formation et des entreprises formatrices, les spécialistes de l'éducation et les décideurs/décideuses politiques.
	But : le magazine « Bildungspolitik » prend la MP pour thème prioritaire et en fait la publicité suivant la stratégie de communication définie. Il s'adresse à plusieurs acteurs/actrices comme le corps enseignant, les institutions et les décideurs/décideuses. Les contributions continueront à être accessibles au lectorat des autres publications fédératives, avec pour but de faire de la publicité pour la MP comme étant une voie de formation importante et riche en opportunités.
	Fréquence prévue : contributions dans tous les magazines fédératifs. Dans celui du SSP, « Bildungspolitik », comme thème prioritaire d'une édition et des contributions récurrentes focalisées sur ce thème (au moins 1 fois tous les 2 ans)
	Canal : le magazine « Bildungspolitik » est destiné aux membres du SSP du domaine de la formation et à d'autres abonné-e-s. (subsidairement via « L'Événement syndical » et « syndicom magazine », aussi aux membres d'Unia et de Syndicom) → https://vpod.ch/publikationen/bildungspolitik/ → https://syndicom.ch/fr/service-des-membres/magazine/ → https://www.evenement.ch/

Information

Site web swissuniversities	Brève description du produit et du public cible Le site web de swissuniversities est l'instrument principal pour mettre à disposition des informations pertinentes, en l'occurrence sur la maturité professionnelle. Le public cible est constitué des personnes intéressées par les études ainsi que des organisations partenaires et d'autres parties prenantes (services de conseil, Best Practice expérience du monde du travail, également à l'intention des employeurs...) ainsi que des membres des hautes écoles eux-mêmes.
	Objectif Informations transparentes et complémentaires sur les études et les conditions d'admission dans les hautes écoles suisses
	Périodicité prévue Disponible en permanence ; actualisé si nécessaire
	Canal https://www.swissuniversities.ch/fr/themes/enseignement-et-etudes https://www.swissuniversities.ch/fr/themes/admission
Bonnes pratiques « Admission au Bachelor HES »	Brève description du produit et du public cible Les Bonnes Pratiques renvoient aux bases légales en vigueur concernant l'admission au bachelor dans les HES et décrit la passerelle entre la formation professionnelle supérieure et les HES. Le public cible est constitué des membres des HES, des personnes intéressées par les études et d'autres cercles.
	Objectif Analogue au site web : Informations transparentes et complémentaires sur les conditions d'admission dans les HES suisses
	Périodicité prévue Disponible en permanence ; actualisé si nécessaire
	Canal https://www.swissuniversities.ch/fr/themes/admission

Bonnes pratiques « Expérience du monde du travail	Brève description du produit et du public cible Les Bonnes Pratiques informent sur l'expérience du monde du travail d'une année pour les personnes titulaires d'une maturité gymnasiale ou d'une maturité professionnelle dans un autre domaine professionnel. Elle décrit les objectifs de formation à atteindre pour les différents domaines du secteur TED. Le public cible est constitué des personnes intéressées par des études qui ne disposent pas d'une expérience pertinente du monde du travail, mais aussi et surtout du monde du travail qui propose les stages.
	Objectif Les hautes écoles spécialisées veillent, en collaboration avec les associations professionnelles, à ce que les exigences en matière d'EMT soient uniformes et les définissent dans des catalogues de compétences.
	Périodicité prévue Disponible en permanence ; actualisé si nécessaire
	Canal https://www.swissuniversities.ch/fr/themes/admission/experience-professionnelle
Base de données « studyprogrammes »	Brève description du produit et du public cible Studyprogrammes est une plateforme numérique (base de données). Le public cible est constitué de personnes intéressées par les études et d'autres cercles (p. ex. services d'orientation).
	Objectif Offrir un aperçu complet de l'offre d'études dans les hautes écoles suisses
	Périodicité prévue Est disponible en permanence ; est actualisé régulièrement (env. 2x par an)
	Canal www.studyprogrammes.ch