



## Préparez l'événement national du **17 JANVIER 2019**

- Communiquer sur les réseaux sociaux
- Lancer votre newsletter
- Capitaliser sur votre participation à Deciday!
- Découvrir les ressources mises à votre disposition par le Fafih

DÉCOUVREZ DES MÉTIERS D'AVENIR !

# LES PROFESSIONNELS VOUS OUVRENT LEURS PORTES

TOUTES LES INFOS SUR  
**DECIDAY.FR**  
À PARTIR DU 17 JANVIER



**MÉTiers**  
HÔTEL-RESTO.FR



MINISTÈRE  
DE L'ÉDUCATION  
NATIONALE

MINISTÈRE DE L'ENSEIGNEMENT  
SUPÉRIEUR, DE LA RECHERCHE  
ET DE L'INNOVATION



# ÉDITO

La prochaine édition de Deciday! aura lieu le 17 janvier 2019.

À cette occasion, grâce aux rencontres et échanges organisés avec des professionnels, les collégiens et lycéens pourront découvrir le dynamisme du secteur, le panel des métiers et les opportunités de recrutement à tous les niveaux de formation !

Si la communication de Deciday! est assurée au niveau national par le Fafih, ce sont bien les CFA qui assurent la communication et la mise en œuvre au niveau local.

Pour cela, quels moyens de communication utilisent les CFA du secteur ? C'est la question que s'est posé le Fafih à travers un sondage mené auprès des 105 CFA de l'hôtellerie et de la restauration. Parmi les 77 répondants, 97% ont déclaré posséder un compte Facebook. 44% ont un compte Twitter, 32% sont présents sur Instagram, Flickr et/ou Pinterest, 32% sont présents sur LinkedIn et/ou Viadeo. 30% communiquent grâce à une newsletter.

Des chiffres clés qui ont incité le Fafih à proposer au réseau des CFA de l'hôtellerie - restauration un focus tout particulier sur la communication online.

Au menu de ce hors-série du Fafih, vous trouverez les bonnes recettes pour animer votre communauté sur les réseaux sociaux, les ingrédients pour communiquer avant, pendant et après l'événement, des conseils de chef pour respecter la législation. Et jackpot : des infos pour analyser vos résultats de campagne !

En valorisant votre CFA, vous devenez ambassadeurs du secteur et de Deciday!

Nous vous souhaitons une excellente communication.

## SOMMAIRE

<b>Communiquer sur votre participation à Deciday! via les réseaux sociaux</b>	<b>4</b>
<b>Facebook, animez votre communauté</b>	<b>5</b>
<b>Twitter, Instagram et Youtube</b>	<b>6</b>
<b>La newsletter, pour toucher tous vos publics</b>	<b>7</b>
<b>Modèles de mails clés en main</b>	<b>8</b>
<b>Comment communiquer le jour J ?</b>	<b>9</b>
<b>Mesurer les résultats de votre campagne</b>	<b>10</b>
<b>Les ressources mises à disposition par le Fafih</b>	<b>11</b>



# COMMUNIQUER SUR VOTRE PARTICIPATION À DECIDAY! VIA LES RÉSEAUX SOCIAUX

**#Deciday**  
 Pensez à ajouter à vos posts sur les réseaux sociaux Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn le hashtag **#Deciday** pour créer le buzz ! Vous pouvez y ajouter un hashtag comme **#apprentissage**.

## LES RÉSEAUX SOCIAUX, INCONTOURNABLES PENDANT, AVANT ET APRÈS DECIDAY!

Annoncer votre participation à Deciday!, dévoiler le programme de la journée, créer une animation en ligne le jour J, présenter les membres de vos trinômes, communiquer sur les temps forts et les résultats dans les jours et semaines qui suivent l'événement, engager puis poursuivre la conversation avec les jeunes. Les réseaux sociaux vous permettront de valoriser votre présence dans la durée !

## CRÉER DU CONTENU PERTINENT, QU'EST-CE QUE CELA VEUT DIRE ?

Il ne s'agit pas simplement de « dire » ou « publier » sur vos réseaux sociaux, il faut au préalable faire un choix éditorial pertinent pour valoriser votre secteur d'activité et intéresser les internautes : ils vont ainsi apprendre à connaître votre univers métier, réagir à vos questions, avoir envie d'en savoir plus. Tenez vos publics au courant de votre actualité et de vos événements, publiez des portraits de professionnels et de lycéens, créez des sondages pour mieux connaître leurs attentes. Vous trouverez p.5 une proposition de planning rédactionnel Facebook avec des idées de thèmes récurrents sur lesquels vous pourrez communiquer. Concernant Twitter, nous vous conseillons de créer des alertes Google avec vos mots-clés : vous recevrez ainsi chaque jour des informations intéressantes que vous pourrez twitter en un clic ! Sur Instagram, choisissez de belles photos

illustrant votre actualité métier. Enfin, vous avez à disposition sur la chaîne Youtube Métiers Hôtel Resto de nombreuses vidéos que vous pourrez publier sur votre propre chaîne ! N'oubliez pas de consulter tous les jours les commentaires de vos fans et abonnés, et surtout, répondez systématiquement à leurs questions !

## QUELS RÉSEAUX SOCIAUX EN 2019 ? Quels réseaux sociaux en 2019 ?

Facebook, Twitter, Instagram et Youtube sont désormais indispensables dans un dispositif de communication efficace : deux tiers des Français en sont des utilisateurs réguliers, 33 millions sont actifs sur Facebook, 19 millions sur Youtube, 12,1 millions sur Instagram et 10 millions sur Twitter\*. Si Facebook est l'ancêtre des réseaux sociaux actuels, il reste au cœur d'une stratégie de présence en ligne, permettant de créer des rendez-vous réguliers avec sa communauté. Twitter est important quand il s'agit de cibler des journalistes et influenceurs. Le réseau le plus utilisé par les adolescents et jeunes adultes, Instagram\*\*, vous permettra de diffuser les photos et vidéos de Deciday! et de tous vos événements. Quant à Youtube, c'est la plateforme incontournable pour la diffusion de vidéos.

\* Source : sondage de l'agence digitale TIZ (www.tiz.fr)

\*\* Source : étude réalisée par Pippier Jaffray

## PROPOSITION DE CALENDRIER D'ACTIONS À METTRE EN PLACE PAR RÉSEAU SOCIAL

	DÉCEMBRE				JANVIER				FÉVRIER			
	semaine 1	semaine 2	semaine 3	semaine 4	semaine 1	semaine 2	semaine 3	semaine 4	semaine 1	semaine 2	semaine 3	semaine 4
<b>Facebook</b>	1 post/semaine				1 post/semaine				1 post/semaine			
<b>Twitter</b>	1 à 2 tweets/jour				1 à 2 tweets/jour				1 à 2 tweets/jour			
<b>Instagram</b>	2 photos/semaine				2 photos/semaine				2 photos/semaine			
<b>Youtube</b>	1 film				1 film				1 film			

# FACEBOOK

## ANIMEZ VOTRE COMMUNAUTÉ

Facebook permet à ses utilisateurs de publier des images, des photos, des vidéos, des fichiers et documents, d'échanger des messages, de joindre et créer des groupes et d'utiliser différentes applications. Pour faire grandir et animer efficacement votre communauté, créez des rendez-vous thématiques !

### EXEMPLE DE PLANNING RÉDACTIONNEL

Ce planning-type peut être utilisé tout au long de l'année et vous donne des repères quotidiens, même si vous n'êtes pas obligé de publier un contenu chaque jour. Néanmoins avant Deciday! prévoyez un teasing à partir de J-10 par exemple.

J-10 : « Tenez-vous prêt. Le 17 janvier, c'est Deciday! Partagez ! ». À J-9, postez une photo de l'événement de l'année dernière, en ajoutant « Cette année, ce sera avec vous ? ». J-8, tentez une charade « Mon premier sert à jouer, mon second commence une phrase au conditionnel, mon troisième signifie « jour » en anglais, qui suis-je ? ». J-7, postez une vidéo métier et expliquez que lors de Deciday! ces métiers seront présentés « en direct live »... Bref, chaque jour, faites en sorte de susciter l'intérêt autour de l'événement.

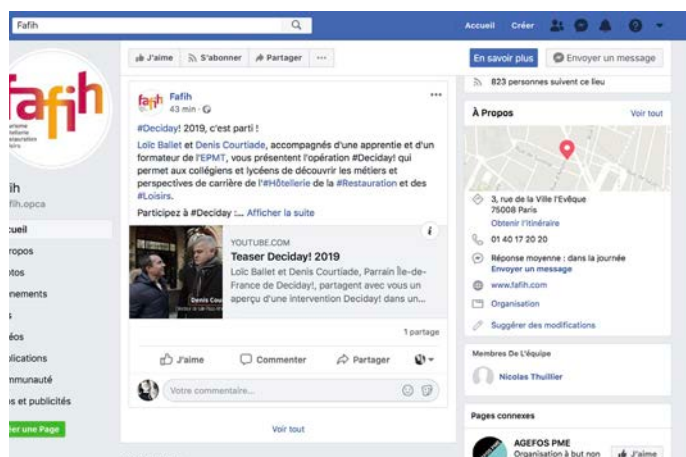
LUNDI	MARDI	MERCREDI	JEUDI	VENDREDI
Une citation inspirante. Par exemple d'un professionnel du secteur : « j'aime mon métier, parce que... » suivie d'une invitation à l'événement pour rencontrer des professionnels.	Exposez un problème et demandez une solution « que faites-vous quand/ pour... ? »	Partagez des photos de vos élèves et/ou de leurs réalisations.	'info de la semaine : relayez un article de presse sur votre secteur d'activité.	Le moment de détente avant le week-end : publiez une citation humoristique, une vidéo amusante...

### ASTUCES POUR GÉNÉRER DE L'ENGAGEMENT SUR FACEBOOK

Quelques conseils de publication, pour susciter l'adhésion, transformer les visiteurs en « fans », faire remonter vos publications sur leurs fils d'actualité :

- 1. Choisir le bon moment** : idéalement, juste avant la pause déjeuner, car nombreux sont les internautes qui jettent un coup d'œil à leur page entre midi et quatorze heures !
- 2. Proposer un contenu impactant** : mettez-vous toujours à la place du lecteur, demandez-vous ce qui peut l'intéresser.
- 3. Écrire court et précis** : moins de 75 mots\*, vous aurez ainsi plus de chances d'être lu !
- 4. Illustrer** : il est essentiel d'ajouter des visuels à vos posts ! Les photos récoltent plus de likes que n'importe quel autre contenu\*.
- 5. Toujours chercher à entraîner une action** : liker, partager, commenter... Pour être visible, il faut inciter ses fans à se manifester, par exemple en concluant ses posts par des questions !

Pour créer des « rendez-vous » avec les fans de votre page, postez toujours sur le même créneau horaire (idéalement après en avoir testé plusieurs et vous être assuré du moment où les fans de la page sont le plus présents en ligne) et sur des thématiques récurrentes.



### BON À SAVOIR : Utilisez la formule AIDA pour vos publications Facebook

AIDA est un acronyme pour :

- A pour Attention** : capter l'attention de la personne
- I pour Intérêt** : susciter l'intérêt avec des faits, affirmations, etc.
- D pour Désir** : faire naître le désir en jouant sur les émotions de la personne et ce dont elle a besoin.
- A pour Action** : en lui donnant votre solution qui la pousse à passer à l'action.

## TWITTER, POUR GÉNÉRER DE NOUVEAUX CONTACTS

Twitter permet de partager rapidement de l'information et de nouer de nouvelles relations. Dans un premier temps, ne cherchez pas à multiplier vos abonnés. Mettez plutôt sur le moyen terme. Suivez les utilisateurs qui vous intéressent pour nourrir votre veille personnelle. Soyez pertinent dans les liens et les contenus que vous postez et votre réseau grandira. Pour identifier des contenus intéressants à partager, créez des alertes Google avec les mots-clés de votre secteur d'activité, cela vous permettra à la fois d'améliorer votre veille métier et d'identifier chaque jour en quelques instants les liens à tweeter.



## INSTAGRAM, POUR PROMOUVOIR VOS VISUELS



Instagram est le média social le plus en vogue chez les jeunes, surtout utilisé depuis leur téléphone mobile. Il permet de partager ses photographies et ses vidéos avec son réseau « d'amis », de fournir une appréciation positive (fonction « j'aime ») et de laisser des commentaires sur les visuels postés par les autres utilisateurs. Partager vos images de services ou produits d'entreprise et des vidéos des coulisses de votre activité facilitera le partage avec vos abonnés dans leur quotidien et fera grandir votre communauté. Si vous avez déjà des comptes Facebook et Twitter, Instagram autorise l'utilisation des hashtags et l'importation automatique de vos contacts Facebook pour un gain de temps.

Instagram offre la possibilité de communiquer de façon ludique avec les jeunes désirant vous suivre et découvrir votre activité. L'application vous permettra de reprendre tous les visuels de votre site internet.

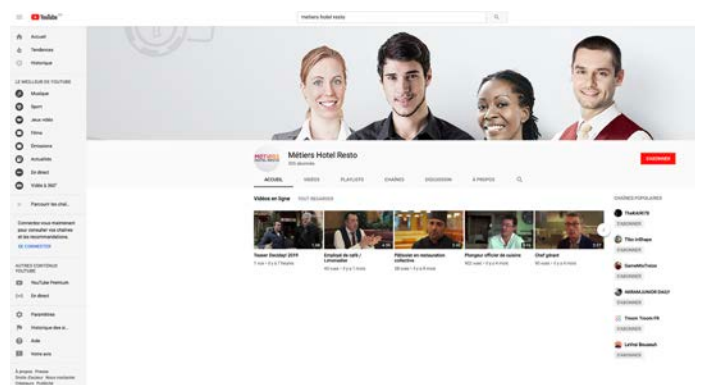
Instagram revendique, en 2018, 1 milliard d'utilisateurs à travers le monde, 41 % d'entre eux ont entre 16 et 34 ans, selon Global Web Index. En France, Instagram a aujourd'hui 12,1 millions d'utilisateurs.

## YOUTUBE, POUR DIFFUSER VOS VIDÉOS

Difficile aujourd'hui de se passer de Youtube, le média vidéo étant devenu incontournable.

Sur un site web, un internaute passe en moyenne deux minutes de plus pour regarder une vidéo. N'attendez plus : créez votre chaîne !

Pour ce faire, connectez-vous à YouTube et cliquez sur l'icône de l'utilisateur en haut à droite de l'écran pour créer votre compte. Cliquez ensuite sur l'icône en forme de caméra pour importer et diffuser votre vidéo (NB : Youtube Studio, actuellement en version bêta, a pour but de simplifier encore le processus). Une fois votre vidéo publiée, copiez le lien pour la diffuser via vos autres réseaux sociaux et maximiser ainsi le nombre de vues.



# UNE NEWSLETTER, POUR TOUCHER TOUS VOS PUBLICS

Une newsletter est une lettre d'information envoyée périodiquement par e-mail à des abonnés. Composée de textes, illustrations et de liens renvoyant vers votre site, c'est un très bon **moyen de fidéliser vos contacts**. Trois bonnes raisons d'envoyer une newsletter: informer vos contacts de votre actualité, maintenir un **contact régulier** avec eux, augmenter le **trafic sur votre site** en incitant les abonnés à le visiter.

Votre newsletter vous permettra de communiquer auprès de vos publics avant et après l'événement. Si vous n'en avez pas encore, voici un mode d'emploi pour créer votre newsletter en quelques étapes faciles à suivre :

## 1. Mettez au propre votre fichier de contacts dans Excel selon le modèle suivant :

SOCIÉTÉ	CIVILITÉ	PRÉNOM	NOM	ADRESSE 1	ADRESSE 2	CP	VILLE
---------	----------	--------	-----	-----------	-----------	----	-------

## 2. Créez dans Word le contenu de votre newsletter

## 3. Créez votre compte avec un outil tel que Mailchimp (gratuit pour un envoi à moins de 2 000 contacts)

## 4. Importez votre fichier de contacts dans l'outil d'envoi choisi

## 5. Choisissez un template (modèle de page)

## 6. Importez votre texte

## 7. Mettez en forme votre newsletter : polices et couleurs correspondant à votre charte graphique habituelle.

Votre newsletter est prête à être envoyée !



! indispensable



## CQP

UN VRAI SUCCÈS POUR  
UNE VRAIE BONNE IDÉE

Particulièrement appréciés par les entreprises, les Certificats de Qualification Professionnelle (CQP), apportent un souffle nouveau dans l'arsenal des dispositifs de formation...

[En savoir plus >>](#)

initiatives



### TPE, C'EST LE MOMENT D'ENVOYER VOS SALARIÉS EN FORMATION

Le Fafih propose aux entreprises de moins de 11 salariés de former leurs salariés à des conditions exceptionnelles. Découvrez tous vos avantages...

[Lire la suite >>](#)



### COMPTE PERSONNEL DE FORMATION

En 2016, le Fafih prend en charge vos projets CPF sur la base des heures de formation nécessaires à la préparation de votre certification, quelle que soit l'alimentation de votre compte.

[Lire la suite >>](#)

interview

## THIERRY MARX

PASSER DE L'ART DE VIVRE



## IDÉES DE THÉMATIQUES POUR VOS NEWSLETTERS

Une newsletter est une lettre d'information envoyée périodiquement par e-mail à des abonnés. Composée de textes, illustrations et de liens renvoyant vers votre site, c'est un très bon moyen de fidéliser vos contacts. Trois bonnes raisons d'envoyer une newsletter: informer vos contacts de votre actualité, maintenir un contact régulier avec eux, augmenter le trafic sur votre site en incitant les abonnés à le visiter.

Votre newsletter vous permettra de communiquer auprès de vos publics avant et après l'événement. Si vous n'en avez pas encore, voici un mode d'emploi pour créer votre newsletter en quelques étapes faciles à suivre :

## MA NEWSLETTER EST-ELLE EN CONFORMITÉ ?

Le Règlement Général sur la Protection des Données (RGPD), entré en vigueur le 25 mai 2018, renforce les droits des citoyens de l'Union européenne concernant leurs données personnelles. Toutes les entreprises et associations des États membres, ainsi que celles issues des pays hors UE mais collectant et traitant des données de résidents européens y sont soumises. Le RGPD repose sur trois grands principes : transparence, droit des utilisateurs, responsabilité des entreprises. Vous devrez donc vérifier que votre newsletter est conforme au RGPD :

Double opt-in : les contacts de votre fichier clients ont demandé de recevoir votre newsletter en s'inscrivant sur votre site web, par exemple. Ils ont ensuite reçu un lien cliquable pour confirmer leur inscription.

Vous ne devez pas utiliser cette liste de contacts pour d'autres usages que l'envoi de cette newsletter.

Vous trouverez le détail de la marche à suivre sur le site de la CNIL : <https://www.cnil.fr/fr/rgpd-par-ou-commencer>

## MODÈLES D'E-MAILS « CLÉS EN MAINS »

### E-MAIL DESTINÉ AUX ENSEIGNANTS DES COLLÈGES ET LYCÉES QUI ACCUEILLENT LE TRINÔME

Objet : Faites découvrir à vos élèves les métiers de l'hôtellerie et de la restauration lors de Deciday!

Deciday!, grande campagne de promotion des métiers, aura lieu le 17 janvier prochain.

Cet événement est organisé par le Fafih, le Ministère de l'Éducation Nationale, et le Ministère de l'Enseignement supérieur et de la Recherche. À cette occasion, le Fafih et le CFA xxx proposent aux collèges et lycées des interventions gratuites de trinômes, constitués d'un formateur, un apprenti et un professionnel.

Ces interventions, sous la forme de conférences interactives, permettront à vos élèves de découvrir les métiers et les formations du secteur de l'hôtellerie-restauration.

Pour plus d'informations, veuillez contacter le CFA : [coordonnées du CFA]

### E-MAIL DESTINÉ À INCITER LES JEUNES DES CFA À PARTICIPER AU TRINÔME

Objet : Mobilisez-vous pour votre CFA et votre futur métier !

Deciday!, grande campagne de promotion de nos métiers, aura lieu le 17 janvier prochain.

À cette occasion, des trinômes constitués d'un formateur, un apprenti et un professionnel, sont invités à se déplacer dans les lycées et collèges de toute la France pour partager leur passion et susciter de nouvelles vocations !

Vous souhaitez partager votre expérience ?

Nous serions heureux de vous compter parmi les participants à cet événement !

### E-MAIL DESTINÉ AUX PROFESSIONNELS, POUR LEUR PROPOSER DE PARTICIPER AU TRINÔME

Objet : Partagez votre passion et suscitez des vocations !

Deciday! aura lieu le 17 janvier prochain.

À l'occasion de cet événement organisé par le Fafih et les CFA de l'hôtellerie-restauration, en partenariat avec L'Éducation Nationale, des trinômes constitués d'un formateur en lycée professionnel, un apprenti et un professionnel, sont invités à se déplacer dans les lycées et collèges de toute la France pour présenter les métiers de l'hôtellerie-restauration.

Vous souhaitez partager votre expérience de professionnel, faire part des attentes des entreprises et créer par la même occasion du lien avec les jeunes apprentis ?

Nous serions heureux de vous compter parmi les participants à cet événement !

Pour vous inscrire, merci de contacter M. ou Mme xxx [+ coordonnées]



## COMMENT COMMUNIQUER LE JOUR J ?

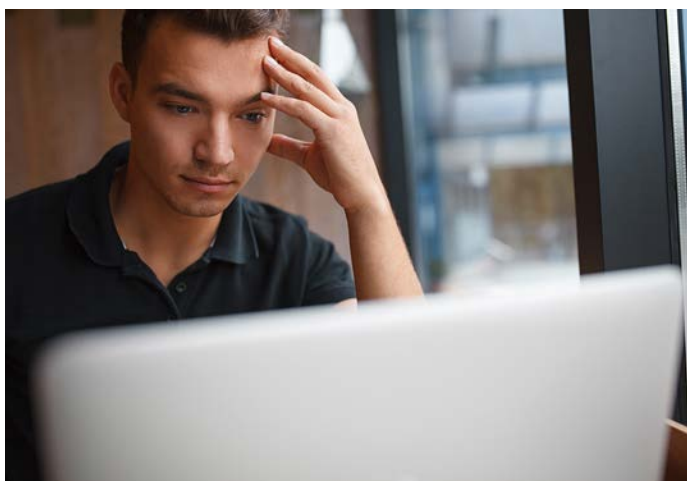
### LE JOUR J, IL S'AGIT DE FAIRE UN « DIRECT LIVE » SUR VOS RÉSEAUX SOCIAUX !

Prenez des photos (NB : attention, si vous diffusez des photographies de personnes mineures, il ne faut pas qu'elles soient reconnaissables – pensez à les prendre uniquement de dos) et **diffusez-les sur Facebook, Twitter et Instagram** avec la mention « en direct de Deciday! » et une phrase expliquant le contexte (« conférence de... », « distribution de goodies », etc.).

Si vous disposez d'un smartphone, vous pouvez également **réaliser des petites vidéos** de type « micro-trottoir » : « Qu'est-ce qui vous attire le plus dans les métiers de l'hôtellerie-restauration ? » que vous diffuserez via Youtube et Facebook. Il est également possible de filmer et diffuser en direct les conférences et interventions des professionnels. Pour générer de l'engagement ce jour-là de la part de vos fans et abonnés qui ne seront pas présents sur place, pensez à des sondages et jeux-concours !

### LE DROIT À L'IMAGE

Chaque individu a un droit exclusif sur son image et l'utilisation qui en est faite. On a ainsi le droit de s'opposer à sa fixation, sa conservation ou à sa diffusion publique sans autorisation, sauf cas particuliers. Pour diffuser des photographies de personnes mineures, il est obligatoire de demander une autorisation signée des parents. Les adultes doivent également donner un accord de diffusion de leur image. Vous trouverez des modèles de contrats gratuits sur Internet.



### LES DROITS DE DIFFUSION DES CONTENUS

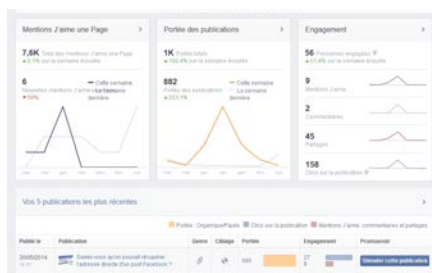
L'ensemble des contenus publiés sur le web, via des sites internet, des blogs, ou depuis un réseau social, est soumis à des droits d'auteur. Sauf cas particuliers (ex : documents dans le domaine public, ou sous certaines licences Creative Commons) toute reproduction, utilisation ou diffusion d'une œuvre originale sur le web nécessite donc théoriquement l'accord préalable de son auteur. Autorisation sans laquelle l'internaute utilisant le contenu protégé peut s'exposer à la suppression de son compte (ex : Facebook, Twitter), à des pénalités de référencement, ou encore à des poursuites judiciaires.

# MESURER LES RÉSULTATS DE VOTRE CAMPAGNE

La réussite d'une campagne de communication sur les réseaux sociaux repose sur l'analyse des retours et de la performance. De nombreux outils permettant de mesurer en profondeur et précisément les résultats de vos actions, parmi lesquels Google Analytics, Buffer ou Hootsuite.

Avec ces outils, vous serez en mesure de déterminer les contenus et réseaux les plus performants et les plus générateurs de visites, de leads, et de nouveaux contacts.

Gardez à l'esprit que les premiers retours mettent généralement quelques semaines à parfois quelques mois avant d'être satisfaisants. Continuez à écrire, produire, partager, mesurer et évidemment optimiser, afin de récolter les fruits de votre travail.



## CONSULTER LES STATISTIQUES FACEBOOK

L'ensemble des contenus publiés sur le web, via des sites internet, des blogs, ou depuis un réseau social, est soumis à des droits d'auteur. Sauf cas particuliers (ex : documents dans le domaine public, ou sous certaines licences Creative Commons) toute reproduction, utilisation ou diffusion d'une œuvre originale sur le web nécessite donc théoriquement l'accord préalable de son auteur. Autorisation sans laquelle l'internaute utilisant le contenu protégé peut s'exposer à la suppression de son compte (ex : Facebook, Twitter), à des pénalités de référencement, ou encore à des poursuites judiciaires.



## QUEL IMPACT SUR TWITTER ?

L'ensemble des contenus publiés sur le web, via des sites internet, des blogs, ou depuis un réseau social, est soumis à des droits d'auteur. Sauf cas particuliers (ex : documents dans le domaine public, ou sous certaines licences Creative Commons) toute reproduction, utilisation ou diffusion d'une œuvre originale sur le web nécessite donc théoriquement l'accord préalable de son auteur. Autorisation sans laquelle l'internaute utilisant le contenu protégé peut s'exposer à la suppression de son compte (ex : Facebook, Twitter), à des pénalités de référencement, ou encore à des poursuites judiciaires.



## CAPITALISER SUR INSTAGRAM

Le taux d'engagement, indicateur phare sur les réseaux sociaux et plus encore sur Instagram, mesure le nombre d'utilisateurs qui ont interagi avec les images postées sur votre compte. Vous pouvez obtenir le taux d'engagement en faisant le ratio du nombre de mentions (j'aime et commentaires) sur une période donnée par rapport au nombre d'abonnés (sur la même période). Si vous souhaitez aller plus loin dans l'analyse, il existe également des outils Iconosquare, Socialblade, Locowise...



## COMBIEN DE VUES SUR YOUTUBE ?

Pour affiner vos statistiques, vous pourrez vous référer à Youtube Analytics, et si besoin, suivre les cours en ligne de Youtube, très bien faits, qui vous apprennent à mesurer l'impact de votre chaîne, au-delà du nombre d'abonnés et de visionnages.

## VOTRE AVIS SUR DECIDAY! NOUS INTÉRESSE

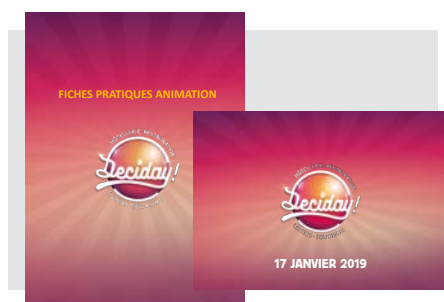
Afin d'évaluer la qualité du dispositif, le Fafih vous propose de répondre à un sondage. Vous êtes apprenti et vous avez participé à la journée Deciday! ? [Cliquez ici](#)

# LES RESSOURCES MISES À DISPOSITION PAR LE FAFIH



## LE SITE INTERNET DECIDAY!

Le site internet est au cœur du dispositif de communication : il présente les journées portes ouvertes des CFA et des professionnels, les différents intervenants, les vidéos... Vous trouverez toute l'information nécessaire concernant le déroulement de l'événement.



## LE KIT DE PRÉSENTATION

Il vous sera envoyé par e-mail le jour J. Il contient des slides de présentation de l'équipe, des informations sur l'événement et des vidéos que vous pourrez diffuser sur vos écrans tout au long de la journée.



## LES VIDÉOS

Trois vidéos ont été tournées : **Tour de France des établissements**, **Découverte du secteur** et **Interviews de professionnels**. N'hésitez pas à les diffuser sur vos réseaux sociaux après Deciday ! Sachez également que vous pouvez utiliser à votre guise 45 autres vidéos (disponibles sur la chaîne Youtube Métiers Hôtel Resto) pour des publications sur les réseaux sociaux. Pensez à les inclure dans votre calendrier !



## À CHAQUE PARTICIPANT SON AFFICHE !

- « Les professionnels vous ouvrent leurs portes »,
- « Les CFA vous ouvrent leurs portes »,
- « Les lycées professionnels vous ouvrent leurs portes ».

## LES RELATIONS PRESSE

Les relations presse de l'événement sont assurées par le Fafih : **communiqué de presse** et **dossier de presse** seront envoyés aux différents supports de presse régionaux et nationaux pour assurer la promotion de cette journée. Si vous identifiez des retombées dans vos journaux locaux, pensez à les mentionner sur vos réseaux sociaux !

