



Dossier de partenariat

Semaine de la presse
et des médias dans l'École

Imaginée il y a 35 ans pour faire entrer la presse et les médias dans l'École, la Semaine de la presse et des médias dans l'École est toujours d'actualité !

Première action éducative en nombre de participants, ce dispositif touche plus de 4 millions d'élèves chaque année, de la maternelle au lycée sur l'ensemble du territoire. En pilotant la Semaine de la presse, le CLEMI est au cœur de sa mission de liaison entre le monde de l'éducation et celui des médias.

Sa réussite tient grâce à l'engagement sans faille des enseignants et enseignantes : professeurs-documentalistes, professeurs de discipline, professeurs des écoles. Elle est possible aussi grâce à la forte mobilisation des partenaires : éditeurs de presse, médias, associations et institutionnels.

Conscients des enjeux démocratiques que représente l'éducation aux médias et à l'information, les partenaires de la Semaine de la presse et des médias dans l'École sont toujours plus nombreux et engagés.

Cette mobilisation est multiple, diverse et évolue en permanence, comme le monde de l'information. Cette vitalité est le gage de sa qualité.

Comment répondre à ces enjeux ?

Quelle forme donner à sa participation ?

Ce dossier de partenariat est là pour vous accompagner et vous donner les clés de ce dispositif national.

Découvrez les grands types d'actions que vous pouvez déployer, comment les enseignants se saisissent de vos propositions et rejoignez l'aventure à nos côtés !

SOMMAIRE

1

L'ÉDUCATION AUX MÉDIAS ET À L'INFORMATION

AU CŒUR DES ENJEUX
DÉMOCRATIQUES

P. 5-7

2

LA SEMAINE DE LA PRESSE ET DES MÉDIAS DANS L'ÉCOLE

UNE ACTION ÉDUCATIVE
NATIONALE POUR AGIR
CONCRÈTEMENT !

P. 8-12

3

COMMENT PARTICIPER ?

P. 13-17

4

INTERVIEWS
ILS TÉMOIGNENT

P.18-22

1

**L'ÉDUCATION AUX
MÉDIAS ET À
L'INFORMATION**
AU CŒUR DES ENJEUX
DÉMOCRATIQUES

L'éducation aux médias et à l'information au cœur des enjeux démocratiques

Partie intégrante des nouveaux programmes d'enseignement moral et civique (EMC) publiés en juin 2024, l'éducation aux médias et à l'information répond à l'ambition de l'École de former les élèves dans l'exercice de leur citoyenneté pour :

-  Favoriser une meilleure compréhension du monde qui les entoure et développer leur esprit critique.
-  Les plonger dans l'univers de la presse et des médias dans toute sa diversité, son pluralisme et sa complémentarité.
-  Leur apprendre à décrypter et comprendre le monde médiatique.
-  Développer leur goût pour l'actualité et ainsi se forger leur identité de citoyen.
-  Leur fournir des clés pour discerner les usages responsables du numérique.

Un champ renforcé

L'essor des nouvelles technologies numériques et le flux d'information ont radicalement changé les pratiques informationnelles. L'École doit assurer une éducation aux médias et à l'information (ÉMI) pour donner à chacun la capacité d'exercer son droit à l'information. Le CLEMI porte cette mission nationale d'impulsion, de coordination, de formation et d'accompagnement pédagogique en ce qui concerne l'ÉMI.

Ces dernières années, le ministère de l'Éducation nationale l'a renforcé avec des textes de loi ambitieux.

La loi de l'orientation et de programmation pour la refondation de l'École de la République de juillet 2013 l'a inscrite dans les textes, au même titre que les apprentissages fondamentaux.



Tout enfant a droit à une formation scolaire qui intègre une pratique raisonnée des outils d'information, de communication et l'exercice de sa citoyenneté dans une société de l'information et de la communication.

Le Code de l'Éducation (articles L.111-2 et L.131-1)



De nombreux rapports institutionnels ont depuis souligné l'importance de l'ÉMI.

Le CLEMI n'a jamais été autant en première ligne pour aider les enseignants dans l'accompagnement des élèves afin qu'ils deviennent des citoyens libres et éclairés.



Le CLEMI et son réseau académique : des partenaires clés pour accompagner votre démarche éducative

Le CLEMI s'engage depuis plus de 40 ans auprès des enseignants pour les accompagner au travers d'une offre de formations et de ressources pédagogiques en éducation aux médias et à l'information. Opérateur national, il s'appuie sur une équipe nationale et sur un réseau académique, placé sous l'autorité des recteurs, pour proposer des offres innovantes et au plus près des besoins des enseignants.

Dans chaque académie, le CLEMI s'appuie sur un coordonnateur et un référent académique, depuis la circulaire de janvier 2022, pour porter l'éducation aux médias et à l'information.

Il dispose d'un réseau de plus de 260 formateurs, qui accompagnent toute l'année les enseignants en s'appuyant sur le référentiel des compétences du CLEMI.

Par son rôle de liaison, le CLEMI mobilise l'expertise des professionnels de l'information et des médias au service de l'acquisition d'une culture médiatique et numérique solide par tous les acteurs de l'enseignement, dans un esprit de pluralité et de diversité.

Pourquoi vous engager aux côtés du CLEMI ?

Vous êtes éditeurs de presse, médias, professionnels de l'audiovisuel public, privé, dirigeants d'associations ou institutions, en devenant partenaires du CLEMI et de la Semaine de la presse et des médias dans l'École, vous :

- 1 Affirmez votre engagement citoyen et vos valeurs démocratiques au-delà de vos activités quotidiennes .
- 2 Engagez votre média dans une démarche responsable et sociétale liée à l'éducation aux médias et à l'information.
- 3 Faites découvrir aux élèves, aux enseignants et plus largement au grand public les coulisses de l'information, de sa construction à la diffusion.
- 4 Illustrez la diversité de tous les métiers de l'information.

En devenant partenaire, vous bénéficiez :

- 1 De l'expertise pédagogique et d'un accompagnement sur mesure des équipes du CLEMI tout au long de votre démarche pour mener un large panel d'activités à destination du public scolaire (ateliers, rencontres, master classes, journées portes ouvertes, productions médiatiques ...).
- 2 D'un réseau d'enseignants mobilisés et engagés sur tout le territoire, par niveau et par disciplines, constitué grâce aux 33 coordonnateurs du CLEMI en académie.
- 3 Du rayonnement de la Semaine de la presse, 1 action éducative en nombre de participants.
- 4 D'un ancrage territorial fort à l'échelle locale et internationale.

2

LA SEMAINE DE LA PRESSE ET DES MÉDIAS DANS L'ÉCOLE

UNE ACTION ÉDUCATIVE
NATIONALE POUR AGIR
CONCRÈTEMENT !

La Semaine de la presse et des médias dans l'École, une action éducative nationale pour agir concrètement !

Première action en nombre de participants au sein du système éducatif, la Semaine de la presse est organisée par le CLEMI chaque année, au mois de mars.

Action phare de l'éducation aux médias et à l'information, elle est l'occasion pour de nombreux élèves de découvrir l'univers des médias, de la presse, du numérique et d'en comprendre les enjeux culturels et démocratiques.

Lors de l'édition 2024, ce sont plus de 4 millions d'élèves, 290 000 enseignants, professeurs des écoles, professeurs documentalistes et professeurs de toutes les disciplines, de la maternelle au lycée, 1 800 partenaires médias, institutionnels et associatifs qui se sont engagés aux côtés du CLEMI pour rendre possible cette action citoyenne.

35^e
édition
de la SPME
en chiffres

22 413
établissements
inscrits

290 000
enseignants



11 624
écoles



6 334
collèges







3 688
lycées



2 150
établissements
des DROM-COM
et de l'étranger

4 millions d'élèves

Le dispositif de la Semaine de la presse est construit autour...

-  D'un thème décliné sur deux ans et d'une offre de formations liée.
-  De deux affiches, l'une photo et l'autre dessin de presse, qui illustrent le thème à travailler en classe.
-  D'un dossier pédagogique thématique avec des pistes d'activités concrètes à mener en classe pour accompagner les enseignants.
-  D'un programme complet de milliers d'actions et de rencontres en éducation aux médias et à l'information.

Toutes ces actions s'étendent au-delà de la semaine « officielle » généralement entre 15 jours à un mois. Elles sont déployées sur tout le territoire et à l'étranger.



La Semaine de la presse et des médias dans l'École est basée sur trois principes majeurs.



PARTENARIAT

Éditeurs de presse, médias audiovisuels et numériques publics, privés, associations, institutions s'engagent toujours plus nombreux à chaque édition pour la rendre possible.



GRATUITÉ

Toutes les ressources et actions des partenaires sont proposées gratuitement aux établissements inscrits au dispositif*.



PLURALISME

Tous les médias, y compris numériques, peuvent s'inscrire à la Semaine de la presse et des médias dans l'École quels qu'en soient l'opinion, l'illustration, le contenu rédactionnel ou la ligne éditoriale tant qu'ils respectent les principes républicains.




*En fonction de la durée des actions, le recours au Pass Culture peut être envisagé. Dans ce contexte les partenaires doivent effectuer une démarche de recensement sur Adage en lien avec le CLEMI.

Et si vous deveniez, vous aussi, acteur de la Semaine de la presse et des médias dans l'École !

En participant à ce dispositif national, vous vous engagez aux côtés des professeurs documentalistes, des enseignants du 1er degré et des enseignants de disciplines du 2nd degré.

Le CLEMI et son réseau en académie vous accompagnent tout au long de votre démarche pour mener à bien vos actions éducatives sur tout le territoire et à l'international.

Participez à ce dispositif national pour :




-  **Faire découvrir votre média en proposant des exemplaires papier de votre journal/magazine.**
-  **Ouvrir vos rédactions au public scolaire afin qu'il découvre les coulisses de l'information.**
-  **Contribuer aux propositions éducatives des enseignants en donnant accès à vos contenus éditoriaux et à des ressources éducatives exclusives, en ligne.**
-  **Plonger les élèves dans le processus de construction de l'information et des métiers du journalisme en les accompagnant dans un projet de production médiatique.**

Comment construire un projet pédagogique ?

- 1** Définissez votre zone d'action, vos objectifs et votre public cible.
- 2** Envisagez les types d'actions à mettre en place, de la mise à disposition d'exemplaires papier à des événements en présentiel, en passant par des ressources numériques ou des rencontres en ligne.
- 3** Définissez des axes et thématiques liés soit au thème de la Semaine de la presse, soit aux enjeux d'éducation aux médias et à l'information.
- 4** Déterminez la durée du projet.
- 5** Entrez en relation avec les écoles et établissements scolaires inscrits au dispositif en lien avec les coordonnateurs et coordinatrices du CLEMI en académie.
- 6** Valorisez votre projet auprès de la communauté éducative dans son ensemble.

Proposer des titres de la presse nationale, la presse jeunesse, d'information générale, spécialisée, scientifique, agricole... fut la première action mise en place de la Semaine de la presse et des médias dans l'École, à son lancement, en 1988. Grâce à la mobilisation des éditeurs, la presse entrait à l'École.

Cet accès aux titres papier reste l'incarnation de cette action éducative nationale avec des objectifs essentiels :

-  **Permettre aux élèves de s'emparer de ce format.**
-  **Faire découvrir la pluralité et la diversité de la presse.**
-  **Comprendre la construction de l'information.**

Kiosque Séances en classe
Analyse
Réalisation de unes
Décryptage

Le monde de l'information a considérablement évolué ces dernières années. La Semaine de la presse s'est adaptée à ces évolutions et les partenaires engagés aux côtés du CLEMI ont multiplié leurs propositions : contenus numériques en ligne, accès aux espaces abonnés, vidéos, ... L'offre proposée aux enseignants participants reflète cette diversité.

Comment les supports sont-ils utilisés ?

Dans les collèges et les lycées, un kiosque est mis en place dans les centres de documentation et d'information. Dans les écoles, le kiosque peut être proposé en classe ou dans l'école.

Les enseignants inscrits se saisissent de cette offre papier et numérique pour organiser des séances d'éducation aux médias et à l'information dans leur classe. La pluralité et la diversité de cette offre permettent un large panel d'activités comme :

travailler sur l'analyse et le décryptage de la ligne éditoriale, proposer des séances de rédaction, des cours de français ou des cours de langue.

L'accès aux contenus est aussi l'occasion de mettre en place d'autres actions éducatives comme : les quarts d'heure de lecture, la réalisation de unes....



© CLEMI

3

COMMENT PARTICIPER ?

Découvrir la presse papier et les supports numériques !

Vous êtes éditeur d'un quotidien ou d'un hebdomadaire ?

Lors de votre inscription sur la plateforme, vous recevrez la date de l'exemplaire à fournir. Avec ces exemplaires datés du même jour ou de la même semaine, les enseignants peuvent mettre en place des séances autour de la ligne éditoriale, de la hiérarchisation de l'information.

Vous êtes éditeur d'un titre mensuel ou bimensuel ?

Transmettez le dernier numéro en date ou encore des numéros dédiés à la Semaine de la presse ou aux enjeux liés à l'éducation aux médias et à l'information.

Ciblez la zone géographique de votre diffusion en fonction de votre couverture géographique et définissez le type d'établissements par niveau selon votre titre (école, collège, lycée général, lycée professionnel, lycée agricole, post-bac).

Choisissez le mode de diffusion des exemplaires dans les établissements scolaires : soit par l'option « colis-presse » via notre partenariat avec La Poste, soit par vos propres moyens logistiques. Les modalités détaillées sont à retrouver sur le site du CLEMI.

Quelle valorisation ?

Bénéficier du rayonnement de la 1ère action éducative en nombre de participants.

1

Valorisation de votre média et des exemplaires mis à disposition des classes via la plateforme de la Semaine de la presse.

2

Mention de votre média dans la liste des partenaires dans le rapport d'activité du CLEMI.



Du papier au numérique, un monde à découvrir !

La presse se déploie aussi dans l'univers numérique ! Il est essentiel de faire découvrir et comprendre ce champ aux élèves.

Contribuez aux propositions éducatives des enseignants en donnant accès à vos contenus éditoriaux en ligne et à des ressources éducatives exclusives.

“

Ils ont découvert les abonnements du CDI (séance en SVT et séance en français) et ont appris à constituer une bibliographie avec des périodiques. Ils ont revisité des sites en ligne sur les médias.

”

Paroles d'enseignant, académie de Normandie

Cette offre peut venir en complément des titres papier si vous êtes éditeur de presse. Médias audiovisuels, institutions, associations, pure players, vous pouvez aussi proposer une offre de contenus en ligne.

Comment est-elle utilisée ?

Avec cette offre numérique, les enseignants ont la possibilité d'accéder à des contenus réservés aux abonnés, à des archives, des formats numériques de numéros spéciaux, des dossiers thématiques, documentaires, qui peuvent s'articuler autour du thème de la Semaine de la presse ou des fondamentaux de l'éducation aux médias et à l'information. Ils s'appuient sur ces contenus pour compléter leurs séances en classe, faire travailler les élèves.

Comment participer ?

Lors de votre inscription sur la plateforme, vous avez la possibilité d'inscrire les contenus éditoriaux, que vous proposerez à la communauté éducative dans son ensemble, par cycle et par thème en renvoyant vers une page dédiée sur votre site.

Quelle valorisation ?

Bénéficiez du rayonnement de la 1ère action éducative en nombre de participants.

1

Valorisation de vos ressources sur le site du CLEMI via une page dédiée.

2

Focus sur vos ressources dans les communications d'accompagnement pédagogique du CLEMI et de son réseau académique auprès des inscrits.

3

Relais de vos ressources sur les réseaux sociaux du CLEMI et de son réseau académique.

4

Mention de votre participation et de vos ressources dans le rapport annuel de la Semaine de la presse.

Ouvrez les coulisses de la fabrication de l'information !

Faire découvrir en présentiel et/ou en ligne, l'univers de la presse et des médias, c'est aussi plonger dans les coulisses de l'information, découvrir les métiers de ceux qui la font.

À l'occasion de cette action éducative nationale, vous avez la possibilité de venir à la rencontre des élèves, de leur ouvrir les portes de vos rédactions, de leur faire découvrir les spécificités des métiers de ceux qui font l'information.



Les élèves ont apprécié les interventions et les ateliers. Excellent exercice d'esprit critique et de valeurs démocratiques.



Paroles d'enseignant, académie de Poitiers

Quelles actions ?

Ateliers, rencontres, master classes, visites des rédactions, journées portes ouvertes, webinaires ... autant de formats qui peuvent se tenir dans vos locaux ou dans les classes. Tous les partenaires, médias, institutions, associations, éditeurs de la presse écrite, pure players, ou encore associations, bibliothèques peuvent proposer ces rencontres lors de leur inscription.

Ces actions peuvent traiter des enjeux d'éducation aux médias et à l'information, dans une approche globale ou thématique, ou encore autour des axes de l'édition en cours.

Comment participer ?

Lors de votre inscription au dispositif, après avoir renseigné les champs pour les offres papier ou numériques, vous avez la possibilité de préciser le type de rencontres que vous proposerez.

Le coordonnateur académique du CLEMI ou l'équipe de la Semaine de la presse se charge de vous mettre en relation avec les enseignants souhaitant mettre en place cette action éducative en classe.

Quelle valorisation ?

1

Valorisation de vos actions par le CLEMI et son réseau académique.

2

Rédaction d'un communiqué de presse commun

3

Focus sur vos actions dans les campagnes d'accompagnement pédagogique du CLEMI et de son réseau académique auprès des inscrits.

4

Relais de vos communications sur les réseaux sociaux du CLEMI et de son réseau académique.

5

Valorisation du partenariat dans le dossier de presse de l'édition.

6

Mention de votre participation et des actions déployées dans le rapport annuel de la Semaine de la presse.

Au cœur de la construction de l'information

La Semaine de la presse et des médias dans l'École est un dispositif qui vous permet également de mener des projets plus structurants et sur un temps plus long. Vous pouvez déployer de nombreuses initiatives en lien avec les équipes du CLEMI et des enseignants.



Faire participer les élèves et les enseignants à des dispositifs en ÉMI

Donner l'opportunité à des élèves de participer à des numéros spéciaux en version papier et/ou numérique.

Les élèves peuvent écrire des articles, construire des unes, concevoir des numéros avec des journalistes etc.

Faire intervenir des élèves dans des émissions radio et/ou TV "spéciales Semaine de la presse".

Ces émissions peuvent être en direct. Aux côtés des professionnels, les élèves peuvent coconstruire et mener des chroniques, des interviews, des portraits etc.

Proposer aux enseignants des événements dédiés

Table-rondes, webinaires de sensibilisation autour d'une thématique en ÉMI, visites découverte des coulisses de la construction de l'information.

Co-construction d'actions spécifiques avec le CLEMI

Co-animation de formations, de tables-rondes, conférences, webinaires

Pour tout public en lien avec les équipes du CLEMI.

Diffusion d'émissions autour des enjeux d'éducation aux médias et à l'information

Avec la présence de membres du CLEMI et de son réseau (débat, interviews etc.).

Production de l'information avec les élèves

Mobiliser des professionnels des médias

Afin d'accompagner les élèves dans la réalisation de contenus journalistiques qui seront diffusés à l'occasion de la Semaine de la presse : articles, reportages vidéo, radio, stories, infographies etc.

Organiser des concours, défis en ÉMI à l'échelle nationale, académique ou internationale.

Les productions médiatiques des élèves seront valorisées dans ce cadre.

Faire réaliser des reportages ou des émissions de radio ou télévision par les élèves.

Les professionnels les accompagnent pour préparer, mener et monter ces productions.

4

INTERVIEWS
ILS TÉMOIGNENT

Directrice marketing et communication des chaînes jeunesse du Groupe M6

SAMIRA CHAHBOUNE

© Groupe M6



“

Les équipes de Gulli font vivre à des élèves de collège des expériences inédites, ludiques et immersives.

Samira Chahboune

”

Depuis plusieurs années, Gulli puis le Groupe M6 participent à la Semaine de la presse. Pourquoi participez-vous chaque année ?

Gulli, 1ère chaîne jeunesse de France a pleinement conscience de sa responsabilité à l'égard de son public pour faire grandir les citoyens de demain. L'éducation aux médias, à l'information et à la citoyenneté numérique est un enjeu majeur. C'est pourquoi, depuis 11 ans, Gulli s'engage aux côtés du CLEMI pour accompagner les élèves dans la compréhension des médias, le décodage de l'information.

Concrètement et grâce à l'implication des professionnels des médias du Groupe M6, les équipes de Gulli font vivre à des élèves de collège des expériences inédites, ludiques et immersives.

Par exemple, avec les journalistes de la rédaction de M6, nous accompagnons pendant des mois des centaines d'élèves de collège pour leur permettre de réaliser de A à Z leurs propres reportages de JT (choix des thèmes, écriture, tournage, montage). Chaque année, 5 reportages, fruits du travail des élèves sont diffusés durant la Semaine de la presse, dans le JT 12.45 d'M6 et deux élèves participent à la présentation en direct d'une rubrique du 19.45.

Pourquoi avez-vous choisi ce type d'action ?

Ce dispositif très qualitatif s'intègre dans un projet éducatif complet avec toutes les parties prenantes : élèves, professeurs, chefs d'établissements, professionnels des médias et les équipes pédagogiques du CLEMI.

Les élèves passent de la théorie à la pratique, vivent des expériences collectives en classe, dans les rédactions et les studios, rencontrent et débattent avec des journalistes et des experts.

Ce projet poursuit différents objectifs :

- Sensibiliser les élèves à la vérification des sources et au décodage de l'information (détecter les fake news) ;
- Développer l'esprit critique des élèves, pour agir de manière éclairée ;
- Acquérir la méthodologie nécessaire à l'écriture d'un reportage ;
- Découvrir le quotidien et les coulisses des métiers des médias.

Qu'est-ce qui vous a le plus marqué dans les dernières éditions lors de vos échanges avec les élèves et enseignants ?

A titre personnel, j'ai été marquée par la force du collectif, l'aventure humaine incroyable, mais aussi par l'engagement entier des professeurs que je souhaite tout particulièrement saluer et leurs retours d'expériences toujours enrichissants, la gratification des élèves et la fierté de leurs familles.

Durant toutes ces semaines de travail, on noue toujours des liens très forts avec les élèves, on les voit se soutenir et se porter entre eux, évoluer à l'oral et à l'écrit, se révéler, s'épanouir, prendre confiance en eux. Et nous sommes toujours heureux de pouvoir en accueillir certains à la rédaction pour leurs stages de 3e.

Directeur général de MédiaKiosk

MARC BOLLAERT



© CLEMI

MédiaKiosk (entité spécialisée de JCDecaux dans les kiosques à journaux et à autres usages que la presse) a renouvelé sa participation à la 35^e édition de la Semaine de la^e presse. Autour de quelles actions votre participation s'est-elle articulée ?

MédiaKiosk souhaitait faire connaître aux élèves le métier de kiosquier et d'éditeur et leur faire comprendre le rôle majeur de la presse écrite. Nous sommes intervenus dans 5 établissements scolaires. Nos présentations étaient construites autour du témoignage d'un kiosquier, d'un éditeur et de MédiaKiosk.

En quoi est-ce important pour MédiaKiosk de s'engager en ÉMI par le biais de ce dispositif ?

Dans le contexte actuel, il nous paraît indispensable de faire comprendre aux élèves le rôle majeur de la presse écrite : celui d'informer, de transmettre, d'expliquer et de commenter les informations, le tout dans le respect de la pluralité des opinions et de la liberté d'expression.

Il est également essentiel de leur expliquer la différence fondamentale, dans le contexte des fake news, entre une presse libre et réalisée par des journalistes, professionnels de l'information et des contenus digitaux dont on ne connaît parfois ni la provenance et ni les sources.

Quels retours avez-vous reçu de la part des professionnels et des classes mobilisés dans le cadre de ces actions ?

Nos interventions ont été très bien accueillies par les professeurs et les élèves des établissements scolaires.

Les échanges furent nourris et les questions posées par les élèves étaient très pertinentes, démontrant leur envie de comprendre comment se construit l'information et de connaître le rôle du kiosquier.

Nous tenons à remercier les éditeurs et kiosquiers qui ont donné de leur temps à nos côtés.

“

Il nous paraît indispensable de faire comprendre aux élèves le rôle majeur de la presse écrite.

”

Marc Bollaert

Responsable marketing et diversification au pôle Science, Loisirs et Jeunesse à Science & Vie

GILIANE DOULS



© Science & Vie

Dans le cadre de la Semaine de la presse, Science & Vie met à disposition gracieusement des milliers de titres à destination des établissements scolaires. En quoi cette action est importante pour un éditeur de la presse jeunesse ?

Cette action est très importante car elle permet aux enfants de découvrir nos magazines, de les prendre en main, de se les approprier. Certains enfants n'ont pas le réflexe de lire et lorsqu'on leur met un magazine en main, l'effet d'émerveillement opère souvent.

Quelles actions mettez-vous en place pour la Semaine de la presse ?

- Des visioconférences avec nos rédactions.
- La distribution de magazines par niveau.
- Pour les maternelles, Mon Petit Science&Vie et Mon Petit Science&Vie Histoire.
- Pour les primaires, Science&Vie Découvertes.
- Du CM1 au collège, Science&Vie Junior
- Pour le lycée, Science&Vie.
- 6 mois d'abonnement numérique gracieux
- La mise à disposition de la méthode scientifique (en version numérique)

Comment les rédactions se mobilisent-elles à cette occasion ?

Nos journalistes sont très demandeurs et très friands de pouvoir échanger avec les élèves et les professeurs. Ils échangent via les webinaires et se déplacent dans la mesure du possible dans les classes. Ils sont très pédagogues dans leur approche et les élèves sont très impliqués dans les échanges, surtout les petits !

“

Cette action est très importante car elle permet aux enfants de découvrir nos magazines, de les prendre en main, de se les approprier. Certains enfants n'ont pas le réflexe de lire et lorsqu'on leur donne un magazine en main, l'effet d'émerveillement opère souvent.

”

Giliane Douls

Directeur Général du Groupe Rossel La Voix

OLIVIER DE RAEYMAEKER



“

Le Groupe Rossel considère la Semaine de la presse comme une occasion cruciale de sensibiliser les jeunes à la qualité et à l'indépendance de l'information, un véritable enjeu démocratique.

”

Olivier De Raeymaeker

Dans le cadre de la Semaine de la presse, Le Groupe Rossel La Voix met à disposition gracieusement des milliers de titres à destination des établissements scolaires. En quoi cette action est importante pour les éditeurs de la presse locale ?

Le Groupe Rossel considère la Semaine de la presse comme une occasion cruciale de sensibiliser les jeunes à la qualité et à l'indépendance de l'information, un véritable enjeu démocratique. Nos différents titres distribuent chaque année des milliers d'exemplaires dans les établissements scolaires et développent toute l'année des actions d'éducation aux médias. L'objectif est d'aider les jeunes à comprendre comment se construit l'information, à détecter les fausses informations et à exercer leur esprit critique. Cette approche, enrichie par la contribution de nos journalistes, permet de contribuer à former de futurs citoyens éclairés, en donnant aux jeunes les clés pour naviguer dans le monde qui les entoure.

Quelles actions mettez-vous en place pour la Semaine de la presse ?

Le Groupe Rossel regroupe de nombreux titres de presse, régionale et locale. Nos différentes rédactions sont mobilisées durant cette semaine avec :

- La mise à disposition d'exemplaires de journaux de nos titres de presse quotidienne et/ou hebdomadaire ;
- L'accès gratuit aux contenus éditoriaux en ligne de différents de nos titres (La Voix du Nord, Courrier Picard, L'Aisne Nouvelle, Paris Normandie notamment) ;
- Des interventions en présentiel et visioconférences entre nos journalistes et des classes en lien avec le CLEMI de l'académie de Lille ;
- La participation à de la production médiatique par les élèves. ;

- L'organisation de visites de nos établissements et d'échanges avec nos équipes au sein de nos différentes implantations en France, notamment à Reims, à Calais, etc. ainsi qu'à Amiens où les collégiens ont eu l'occasion de rencontrer David Pujadas.

Un exemple, entre autres : nous mettons en place un "Marathon presse" proposé à un établissement scolaire dans chacune des éditions locales de "La Voix du Nord". En 2024, treize classes de lycées professionnels ont ainsi été accompagnées par des journalistes dans la collecte, la vérification et la mise en forme de l'information. Les articles, photos, vidéos, story des élèves sont publiés sur le site de La Voix du Nord et dans le journal, ainsi que sur Ta Voix, le média des ados de La Voix du Nord.

Vous avez développé un média original "Ta Voix" destiné aux jeunes. Pourquoi cette initiative ?

Ta Voix est le média numérique des 13 - 17 ans du Nord - Pas-de-Calais, porté par La Voix du Nord. Il est présent sur la page dédiée du site de La Voix du Nord : lavoixdunord.fr/ta-voix ainsi que sur les différents réseaux sociaux.

L'objectif de ce média est de sensibiliser les jeunes à une information fiable, tout en leur proposant un contenu qui les concerne et auquel ils peuvent contribuer. En effet, Ta Voix se double d'ateliers d'éducation aux médias baptisés Ta Voix #Creator. Ce dispositif est déployé dans les collèges et lycées de la région pour accompagner les jeunes dans la production de contenus journalistiques, ensuite publiés sur Ta Voix et La Voix du Nord.

En 2023-2024, une cinquantaine d'établissements ont participé à ces ateliers, ce qui représente 3 000 élèves touchés.

FORMATION

POUR QUI ?

Les enseignants et les formateurs

POUR QUOI ?

Permettre aux élèves de construire une pratique citoyenne des médias

Mieux comprendre le monde qui les entoure

Développer leur esprit critique

L'ACTION DU CLEMI

Le CLEMI porte une mission nationale d'impulsion, de coordination, de formation et d'accompagnement pédagogique pour l'éducation aux médias et à l'information.

ACTIONS ÉDUCATIVES

QUELS ÉVÈNEMENTS ?

La Semaine de la presse et des médias dans l'École et des concours d'éducation aux médias.

FAMILLE

COMMENT ?

Le CLEMI accompagne les familles dans un monde en pleine transition numérique.

INTERNATIONAL

OÙ ?

L'action du CLEMI s'inscrit dans une perspective de coopération avec les institutions à l'échelle européenne et internationale.



