

FICHE A

PRÉSENTATION DE L'INTERFÉDÉRATION PJM ET LES ENJEUX PORTÉS



LES TROIS ASSOCIATIONS CONSTITUTIVES DE L'INTERFÉDÉRATION PJM

L'Interfédération PJM est constituée des principales unions et fédérations d'associations tutélaires, à but non lucratif et d'intérêt général, et représente l'essentiel des professionnels du secteur sur tout le territoire national.



FNAT Fédération Nationale des Associations Tutélaires

La FNAT est une Association Loi 1901, qui fédère plus de **120 Associations et Services** mandataires judiciaires à la protection des majeurs (SMJPM), sur l'ensemble du territoire national, qui totalisent plus de **120 000 mesures de protection** (sauvegarde de justice, tutelle et curatelle).

Fondée en 1982, elle intervient exclusivement sur la **protection juridique des personnes vulnérables**. Force de proposition et interlocuteur privilégié des pouvoirs publics sur les questions de la Protection Juridique, la FNAT représente et défend les intérêts des services MJPM auprès des Ministères compétents (Justice et Affaires Sociales) et des autres acteurs du secteur.

Elle œuvre pour **accompagner les professionnels des services MJPM**, développer la connaissance et la reconnaissance du métier et à renforcer les bonnes pratiques ainsi qu'une Ethique professionnelle spécifique à la PJM.



UNAF L'Union Nationale des Associations Familiales

Institution engagée avec et pour les familles, l'Unaf est l'expert des réalités de vie des familles.

Reconnue d'utilité publique par le Code de l'Action sociale et des Familles, elle est depuis 1945 **le porte-parole officiel des familles** auprès des pouvoirs publics. Elle anime le réseau des Udaf et Uraf qui mène des missions de représentation et de service auprès des familles et des personnes vulnérables dans l'ensemble des départements et régions de France. Parmi les différents services qu'il gère, le réseau Unaf-Udaf accompagne plus de **151 000 personnes protégées** à travers 92 services PJM partout en France. Il dispose d'un observatoire national des personnes majeures protégées.

Il est également le premier réseau associatif d'**information et de soutien aux Tuteurs familiaux** avec 88 services.



UNAPEI

Mouvement citoyen de 900 000 personnes handicapées, familles, amis, professionnels et bénévoles, l'Unapei œuvre, depuis 60 ans, pour que les personnes, quelle que soit la singularité de leur handicap, accèdent aux **mêmes droits que tous**. **L'Unapei s'engage pour une société solidaire, ouverte à tous et respectueuse des différences et du libre-choix des personnes handicapées**. Son réseau de **550 associations membres** innove sur tous les territoires et construit des solutions d'accompagnement évolutives et adaptées à chaque étape de la vie des personnes handicapées pour agir **contre l'isolement et l'exclusion sociale**.



LA PRÉPARATION DES ÉCHÉANCES FUTURES

Suite à notre plan de rencontres, nous avons bon espoir de voir nommé un pilote interministériel à la PJM rapidement. L'étude du projet de loi Grand âge et Autonomie à partir de 2020 retient notre attention, nous permettant d'intervenir pour défendre l'amélioration du statut des MJPM ainsi que le PLF et le PLFSS pour 2021 avec le financement de la protection juridique des majeurs.

À ces fins, nous allons continuer à travailler en Interfédération pour étendre le plan de rencontres dans le cadre du projet de loi Grand âge et Autonomie. La nomination d'un pilote interministériel à la PJM reste un axe fort dans notre mobilisation.

Pour que notre voix porte, nous avons besoin de toutes les énergies. C'est la raison pour laquelle nous rassemblons l'ensemble des outils nécessaires pour vous aider à communiquer sur nos métiers essentiels dans ce kit influence.

POUR QUE NOTRE VOIX PORTE, NOUS AVONS BESOIN DE TOUTES LES ÉNERGIES. C'EST LA RAISON POUR LAQUELLE NOUS RASSEMBLONS L'ENSEMBLE DES OUTILS NÉCESSAIRES POUR VOUS AIDER À COMMUNIQUER SUR NOS MÉTIERS ESSENTIELS DANS CE KIT INFLUENCE.

OEUVRER COLLECTIVEMENT POUR LES MAJEURS PROTÉGÉS

Les associations et services de PJM regroupées au sein de fédérations ont une histoire ancrée sur les personnes en situation de vulnérabilité. Elles ont toujours déclaré que les majeurs protégés restent des sujets de droits à part entière. Les missions qui sont réalisées le sont dans le seul intérêt de la personne protégée.

LA PROMOTION DE SES CAPACITÉS

et la recherche de son **"pouvoir de décider"** et de faire des choix de vie, ainsi que le droit de vivre comme tout un chacun.

LE DROIT À L'AUTONOMIE

avec la proposition d'accompagnement adapté et d'un soutien individualisé.

LA RECHERCHE DE SON CONSENTEMENT

chaque fois qu'une action est menée et le respect de ses choix.

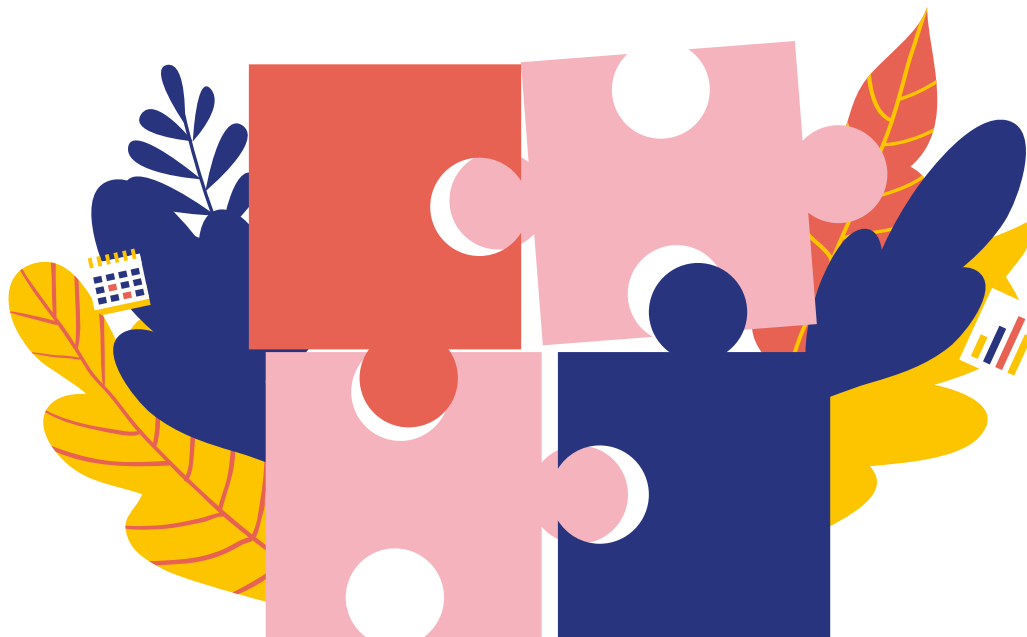
LA PRISE EN COMPTE DE SA SINGULARITÉ

sans stigmatisation liée à sa situation et à ses difficultés.

Pour les associations et services de PJM, le droit à la protection juridique constitue une composante de la citoyenneté et permet à la personne protégée de vivre comme les autres avec un accompagnement adapté à ses besoins.

Par ailleurs, les associations et services accompagnent les familles en les soutenant dans leur mission d'accompagnement et de protection de leur proche vulnérable.





LES GRANDS ENJEUX ACTUELLEMENT PORTÉS

Défendre les droits des majeurs protégés et leur effectivité;

Obtenir un pilotage interministériel à la PJM : l'Interfédération PJM milite activement pour la mise en place d'un pilotage interministériel à la PJM et d'une politique publique à la hauteur des enjeux, nationalement et dans les territoires;

S'impliquer dans le calendrier législatif : l'Interfédération PJM est impliquée dans l'examen des projets de loi dont la loi Grand âge et Autonomie, afin de porter la reconnaissance de la profession et l'inscription de la PJM dans le calendrier politique;

Alerter sur la situation budgétaire de la PJM : l'Interfédération a déployé un plan de rencontres afin de plaider pour l'augmentation du budget alloué à la

protection juridique des majeurs, et contre l'augmentation des frais de gestion réglés par les majeurs protégés;

Faire reconnaître le statut des mandataires judiciaires à la protection des majeurs :

l'Interfédération demande la reconnaissance du statut des MJPM à travers une revalorisation salariale, la reconnaissance d'un diplôme à la hauteur des responsabilités et des compétences, notamment induites par la déjudiciarisation.

Communiquer sur les effets positifs de la mesure de protection sur la personne vulnérable, son entourage et la société.

BILAN D'UN AN D'ACTION

La protection juridique des majeurs souffre d'un manque de coordination dans les politiques publiques qui la concernent. Faisant le constat d'un dialogue de plus en plus difficile avec les ministères concernés, l'Interfédération PJM a déployé une série d'actions pour porter les revendications légitimes du secteur.

UNE STRATÉGIE COMMUNE DE COMMUNICATION

L'Interfédération est accompagnée depuis janvier 2019 **par une agence spécialisée dans les relations institutionnelles et la communication**, afin d'améliorer la perception des politiques et du grand public et des médias sur ses enjeux.

Le travail commun a permis de réaliser **un audit de la communication de nos associations** respectives et du traitement médiatique de la protection juridique des majeurs, qui a montré tout l'intérêt de communiquer ensemble et de porter les mêmes messages.

Nous avons réalisé une grille de messages clés, que nous utilisons dans toutes nos communications à l'égard des médias et des pouvoirs publics, ainsi qu'un premier socle de revendications, au premier rang desquelles, l'effectivité des droits des personnes protégées, la mise en place d'une politique publique unique et concertée, **et la reconnaissance du métier de MJPM à sa juste valeur.**

Ces messages communs ont permis d'étayer nos échanges avec les décideurs publics concernés par la PJM et de faire entendre notre voix en faveur d'une politique publique dédiée à la protection juridique des majeurs, la création d'un pilotage interministériel de la PJM, la revalorisation du statut des MPJM, et **l'augmentation du budget alloué à cette politique** qui est un élément clé permettant de rendre effectifs les droits des personnes protégées.

Personnalités rencontrées depuis un an

Hélène Davo, conseillère Justice du Président de la République

Marguerite Cazeneuve, conseillère sociale du président de la République

Florence Hermite, conseillère Justice du Premier ministre,

Laetitia Buffet, conseillère au cabinet de la ministre des Solidarités et de la Santé

Marie-Charlotte Dreux, conseillère au cabinet de Nicole Belloubet, Garde des Sceaux, ministre de la Justice

Philippe Bas, sénateur (LR) de la Manche et Président de la commission des Lois du Sénat.

Stella Dupont, députée (LREM) du Maine-et-Loire et rapporteure de la mission Solidarité, Insertion et Égalité des Chances de la commission des finances.

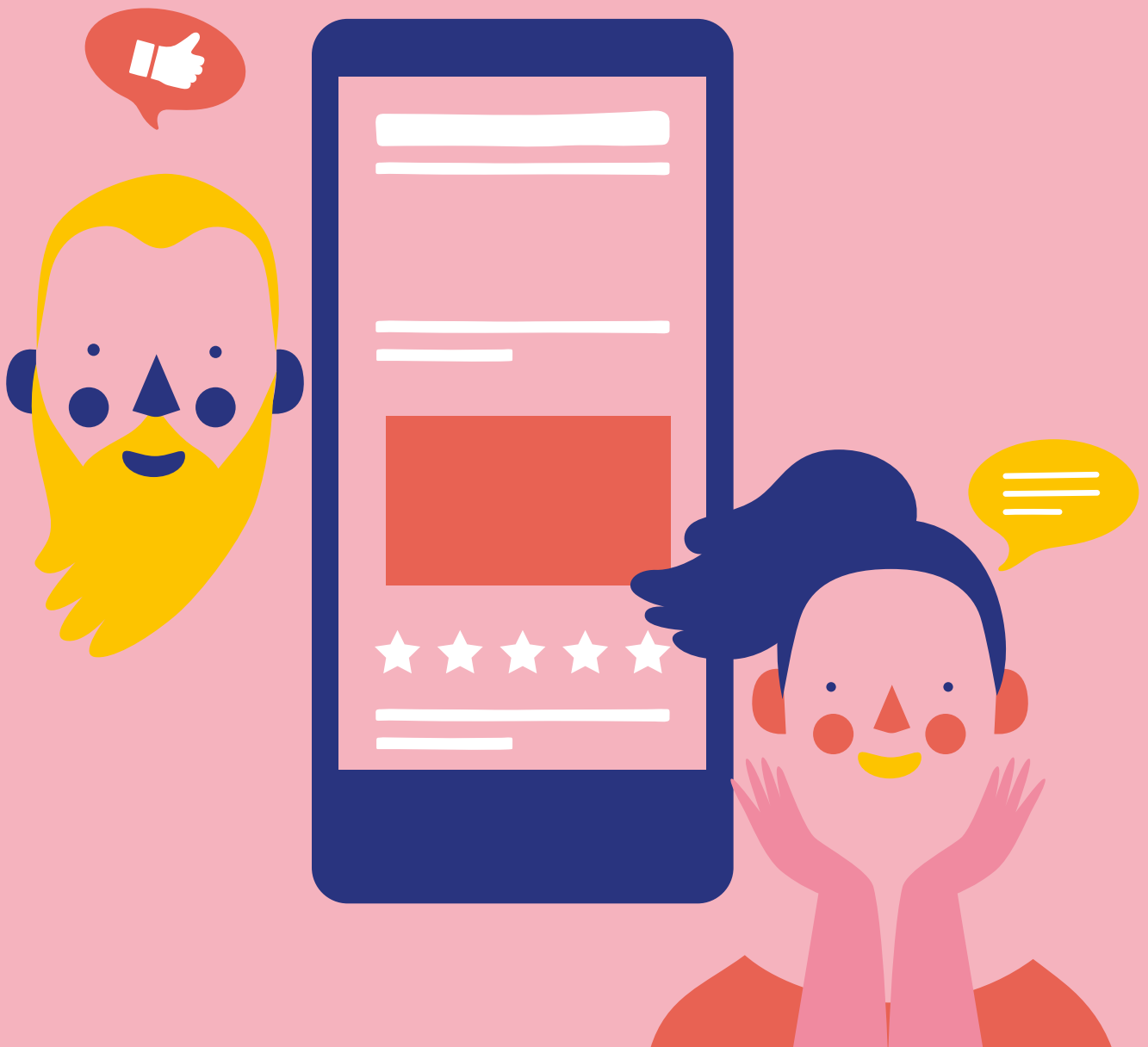
Myriam El Khomri, chargée de mission sur les métiers du grand-âge

Frank Bellivier, délégué ministériel santé mentale et psychiatrie

Jacques Toubon, Défenseur des Droits.

FICHE B

L'INFLUENCE QU'EST-CE QUE C'EST ?



UNE STRATÉGIE POUR SE RENDRE VISIBLE ET CONVAINCRE SUR LE TERRITOIRE

L'influence est le processus par lequel on cherche à convaincre son interlocuteur à adopter notre point de vue. L'objet de l'influence est donc de convaincre du bien-fondé de notre démarche. Dans vos missions au quotidien, vous êtes déjà certainement amenés à faire de l'influence, lorsque vous échangez avec une personnalité politique, un journaliste ou bien lorsque vous partagez une communication.

L'INFLUENCE SE DÉCOUPE EN TROIS GRANDES SPHÈRES



LES AFFAIRES PUBLIQUES

Aussi appelées relations institutionnelles, ce sont toutes les relations avec les élus, les institutions et organismes déconcentrés et décentralisés.



LES RELATIONS MÉDIAS

Ou relations presse : ce sont les échanges (interviews, reportages, articles) avec les journalistes.



LA COMMUNICATION D'INFLUENCE

Ou la communication sociale : ce sont tous les outils de communication mis en place envers des publics cibles au travers de campagnes de publicités, de publications sur les réseaux sociaux.

L'Interfédération PJM porte au niveau national la stratégie d'influence, vous êtes son relais dans les territoires, forts de votre expérience au plus près des majeurs protégés et des acteurs locaux.

QUELLES INFORMATIONS RELAYER ?

Les associations et services de PJM regroupées au sein de fédérations ont une histoire ancrée sur les personnes en situation de vulnérabilité. Elles ont toujours déclaré que les majeurs protégés restent des sujets de droits à part entière. Les missions qui sont réalisées sont dans le seul intérêt de la personne protégée.

Les associations disposant déjà de comptes sociaux doivent les alimenter régulièrement en publiant **des informations sur les actions menées sur le terrain et en relayant des posts et actualités publiés par leur association** au niveau national ou par l'interfédération PJM, afin de leur donner un maximum de visibilité et permettre une diffusion large de l'information.

Créer un compte Twitter ou LinkedIn est ainsi fortement recommandé. Même si vous postez peu, cela vous permet de relayer les actualités de votre association et de l'Interfédération PJM dans les territoires.

Chacun est totalement libre sur ses comptes sociaux personnels **mais l'union fait la force !** Si tous les collaborateurs relaient un même message, vous démultipliez de la puissance de visibilité de la PJM.

N'oubliez pas : un post peut être modifié ou supprimé.

QUELQUES BONNES PRATIQUES POUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

OÙ TROUVER DU CONTENU ?

- › Relayer un post de votre fédération avec un commentaire personnalisé
- › Partager un post d'expert avec un statut et interpeller avec des @ et #
- › Rebondir sur une actualité du secteur pour se l'approprier
- › Partager les fruits de sa propre veille

COMMENT CONTRIBUER SUR VOS RÉSEAUX ?

- › Libre à vous de publier ce que vous voulez sur vos réseaux !
- › Si vous voulez être utiles à la communauté PJM : sélectionnez les sujets en phase avec les guidelines éditoriales des comptes officiels de votre fédération.

- › # Hashtaguez les sujets qui se rapportent à vos services, le nom de l'organisme ou des sujets porteurs.
- › @ Mentionnez les entreprises, marques et collaborateurs que vous voulez interpeller ou associer. Si votre tweet commence par la mention @, mettez un « . » avant, sinon il apparaît dans les tweets et réponses.
- › Associez à chaque fois que possible un média à vos posts, gifs, photos, vidéos... n'hésitez pas à les prendre dans Google Images (choisir des visuels décalés mais jamais vulgaires et privilégiez la sobriété et le bon goût graphique).

POURQUOI EST-IL IMPORTANT DE COMMUNIQUER SUR LES ACTIONS DE MON ASSOCIATION ET DE RELAYER LES INFORMATIONS DE L'INTERFÉDÉRATION PJM SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX ?

La communication sur les réseaux sociaux est aujourd'hui une composante à part entière des stratégies de communication. Les réseaux sociaux **aident à la visibilité**, développent la notoriété et permettent le partage d'information au sein même de vos réseaux professionnels. Ils vous permettent également de réaliser une veille des actualités de votre secteur et d'identifier les principaux influenceurs sur vos sujets.

Un réseau social est un groupe de personnes ou d'organisations reliées entre elles par les échanges sociaux qu'elles entretiennent. Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram sont, parmi tant d'autres, les plates-formes les plus visitées au monde. **Pour un usage professionnel, les réseaux à favoriser seront Twitter et LinkedIn et dans une moindre mesure Facebook.**



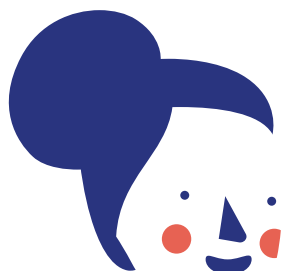
Twitter permet de communiquer largement auprès de votre réseau et vos sphères d'influence. C'est également un outil très intéressant pour entrer en contact avec les journalistes.



LinkedIn est un réseau professionnel. C'est un outil important pour communiquer auprès de votre réseau interne et auprès des professionnels du secteur.



Quant à **Facebook**, son usage étant plus personnel, il pourra être utilisé pour communiquer auprès de communautés ciblées.



QUEL EST MON RÔLE DANS LES TERRITOIRES DANS CETTE STRATÉGIE D'INFLUENCE ? POURQUOI SUIS-JE UN RELAIS IMPORTANT ?

Votre rôle est central dans cette stratégie d'influence, **vous êtes les ambassadeurs de ces messages** dans les territoires. Vous jouez un rôle de relais auprès des décideurs de terrain et portez les problématiques de la PJM auprès des acteurs locaux. Vous apportez des éclairages locaux des enjeux de la PJM et en donnez une représentation concrète.

Notre objectif, tant au niveau national que local, est d'influencer l'ensemble des décideurs de notre écosystème sur nos enjeux et **permettre une couverture de l'ensemble des décideurs sur la promotion des messages et enjeux de la PJM.**

Mais une bonne stratégie d'influence ne s'improvise pas, c'est pourquoi ce kit a pour vocation de vous expliquer la démarche mise en place par l'Interfédération PJM au niveau national et de vous donner les **outils nécessaires** pour son déploiement dans les territoires.



PETIT GLOSSAIRE DES RÉSEAUX SOCIAUX

Followers

Utilisateurs ayant fait le choix de s'abonner au compte d'un autre.

Impression

Nombre d'internautes qui ont vu passer le tweet dans leur fil d'actualité.

Like

Du verbe anglais « liker » qui signifie « aimer », « liker » est utilisé sur les réseaux sociaux pour dire que l'on apprécie quelque chose.

Tweet

Message court déposé sur le réseau social Twitter comprenant 280 caractères maximum.

Retweet

Un retweet est l'action de rediriger à tous ses followers sous forme d'un nouveau tweet, un tweet reçu précédemment d'un compte Twitter auquel on est abonné.

Taux d'engagement

Correspond au nombre de personnes qui ont aimé, partagé, commenté ou cliqué sur une publication par rapport au nombre total de gens qui ont vu cette publication. Cet indicateur permet de mesurer l'intérêt des internautes pour une publication en particulier.

FICHE C

LA PJM : LES MESSAGES CLÉS



Cette fiche a pour objectif de vous apporter les chiffres clés, les marqueurs importants de la PJM afin d'étayer votre argumentation. Ces données doivent être illustrées avec des exemples concrets de ce que vous vivez au quotidien afin de donner de la force à votre propos et l'illustrer.

LES CHIFFRES CLÉS

La protection juridique des majeurs est nécessaire à la cohésion sociale, elle offre une autonomie et une protection à des personnes vulnérables. C'est un enjeu de société dont l'importance va croître dans les années à venir. La majorité des Français sera donc confrontée directement ou indirectement à la protection juridique.

Les majeurs protégés : **800 000** personnes¹.

Les services associatifs accompagnent environ **320 000** personnes qui bénéficient de ces mesures de protection.

Le vieillissement de la population dans les années à venir devrait amplifier encore la croissance du nombre de mesures de protection. **2 millions** de personnes pourraient ainsi être concernées à l'horizon **2040**². Demain nous serons tous touchés directement ou indirectement par la PJM.

42 %

des majeurs protégés sont âgés de 60 ans et plus dont 23 % avaient plus de 75 ans en 2011³.

50 %

vivent sous le seuil de pauvreté

1/3

des majeurs protégés sont porteurs d'un handicap

20 %

des bénéficiaires de l'AAH bénéficient d'une mesure de protection

55 %
mandataires



45 %
familles

La gestion professionnelle est prédominante pour les mandats de curatelle alors que la gestion familiale est majoritaire pour les mandats de tutelle.

¹Rapport ANCREAI de 2015

²Rapport ANCREAI de 2015

³Rapport de la Cour des comptes



L'ACCOMPAGNEMENT DES PERSONNES PROTÉGÉES

DES MISSIONS RÉALISÉES DANS LE SEUL INTÉRÊT DE LA PERSONNE

- › **La promotion de ses capacités** et la recherche de son « **pouvoir de décider** et de faire des choix de vie ».
- › **La recherche du consentement de la personne**, tout au long de la mission de protection.
- › **Le droit à l'autonomie** avec la proposition d'accompagnement juridique adapté et d'un soutien individualisé.
- › **La considération de la personne** sans stigmatisation liée à sa situation et à ses difficultés.

La protection juridique constitue une composante de la citoyenneté et permet à la personne protégée de vivre comme les autres, au milieu des autres, avec un accompagnement adapté à ses besoins.

Le système de la PJM représente une véritable valeur ajoutée sociale, qui permet d'éviter la marginalisation en intervenant de manière préventive.

LA NÉCESSITÉ D'UNE POLITIQUE PUBLIQUE DÉDIÉE À LA PJM

Le secteur de la protection juridique des majeurs se singularise par le fait qu'il relève d'un champ de compétence historiquement partagé entre le Ministère de la Justice et celui de la Santé et des Solidarités.

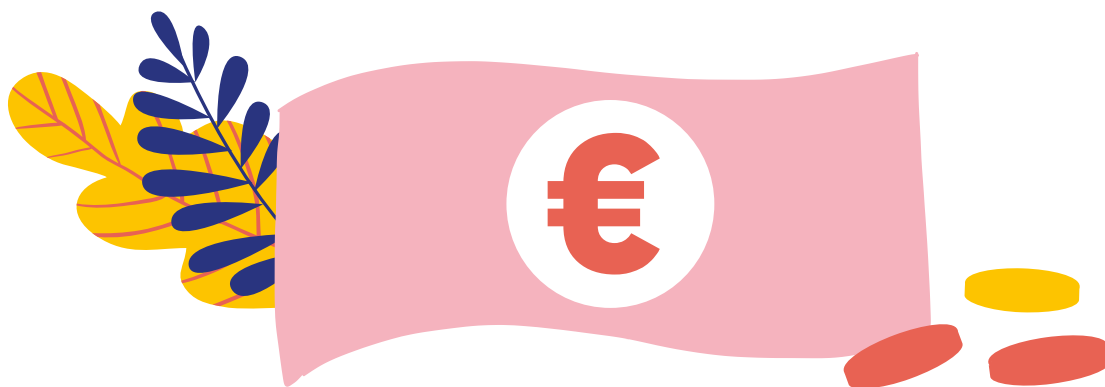
La PJM est en interaction avec d'autres politiques publiques du fait de la multiplicité des publics concernés : personnes âgées, handicapées, présentant des troubles psychiques ou encore victimes d'addictions.

Il existe un manque de coordination entre les ministères en charge de ces politiques, qui empêche l'émergence d'une politique publique cohérente de la protection des majeurs. L'absence de pilotage et de coordination du dispositif de la PJM à la fois aux plans national et local, porte préjudice aux majeurs protégés.

Du fait de cette absence de politique publique, divers projets n'ont ainsi pas pu aboutir comme l'observatoire national de la PJM, le portail « majeurs protégés », ou ont été limités, comme l'efficacité des schémas régionaux de la PJM.

L'Interfédération demande ainsi une politique publique dédiée, portée par un pilote interministériel.





LE FINANCEMENT DE LA PJM

PARTICIPATION DES MAJEURS PROTÉGÉS AU FINANCEMENT DE LEUR MESURE : LA VICTOIRE DE L'INTERFÉDÉRATION DEVANT LE CONSEIL D'ÉTAT POUR SANCTUARISER LES MINIMA SOCIAUX

En effet, depuis le 1^{er} septembre 2018, les majeurs protégés devaient davantage participer au coût de leur protection juridique afin de compenser le financement de l'État. L'Interfédération a dénoncé cette réforme injuste qui a des conséquences néfastes pour les plus vulnérables et parmi eux, ceux dont les ressources sont très modestes.

Certains majeurs protégés voient ainsi leur taux de participation augmenter et ceux notamment ayant les ressources les plus basses (les détenteurs de l'AAH); ce qui a été contesté par l'Interfédération.

Suite au recours de l'Interfédération, le Conseil d'État a annulé partiellement ce barème (décision du 12 février 2020). Nous restons vigilants sur la proposition d'un nouveau barème.

DES MJPM CONFRONTÉS À DES CONTRAINTES BUDGÉTAIRES

Les associations et services de PJM font face à de fortes contraintes budgétaires. Les marges de manœuvre des services se réduisent en raison des Dotations Régionales Limitatives et de la politique de convergence tarifaire.

Nous assistons ainsi depuis des années à une réelle déconnexion entre les budgets alloués aux services et l'augmentation de leur activité. Ce phénomène cumulé à l'inflation des prix et des différentes prestations (énergie, primes d'assurance, valeur de points dans les conventions collectives, etc.) installe un sous-financement notoire des services de PJM.

Les gains de productivité réalisés par les associations ces dernières années, qui ont permis de maintenir la qualité des services rendus, ont été annulés : le seuil d'alerte est atteint.

LE STATUT DES MJPM

LA RECONNAISSANCE DE LA PROFESSION DE MJPM PAR UN STATUT À LA HAUTEUR DES ENJEUX

UN STATUT MINIMALISTE CRÉÉ PAR LA LOI DE 2007

La loi n° 2007-308 du 5 mars 2007 a rénové l'ensemble du dispositif de protection juridique des majeurs **contrairement à la loi du 23 mars 2019 qui n'a été porteuse d'aucune évolution sur le statut des Mandataires judiciaires à la protection juridique des majeurs (MJPM).**

Si la réforme de 2007 a renforcé l'encadrement et la professionnalisation du secteur en créant le statut des MJPM, *via* les conditions de formation (obtention du CNC), d'habilitation, et d'exercice, cette loi n'a pas été jusqu'au bout de cette logique : elle n'adosse pas le statut des MJPM à un diplôme et une échelle de salaires correspondant aux responsabilités et missions exercées.

UNE PROFESSION EN SOUFFRANCE

Quelques marqueurs forts confortent l'idée d'un malaise de plus en plus profond chez les professionnels du secteur et tout particulièrement les MJPM.

Parmi les causes de ce mal-être :

- › **Une rémunération notoirement insuffisante** : un professionnel MJPM perçoit la rémunération (au 15/06/2018) de 1 330 € nets pour un débutant à temps complet;
- › **Une charge de travail en augmentation constante** avec des temps de formalisation croissants qui prennent le pas sur l'accompagnement ;

- › **Une inéquation entre les budgets octroyés et les réalités de terrain ;**
- › **Une difficulté croissante pour les services à recruter des MJPM;**
- › **Un risque sur la qualité du service rendu aux personnes vulnérables.**

L'Interfédération demande la création d'un diplôme (sur la nomenclature européenne LMD) de mandataire judiciaire à la protection des majeurs pour une véritable reconnaissance de la spécificité de ce métier. Ce statut assurerait un enregistrement de droit dans le Répertoire National des Certifications Professionnels (RNCP). Il favoriserait également une reconnaissance spécifique au sein des conventions collectives. Cette évolution serait la contrepartie de la professionnalisation en permettant une juste revalorisation du statut et de la rémunération pour ce métier difficile.

FICHE D

NOTRE ÉCOSYSTÈME: QUELLES SONT LES SPHÈRES D'INFLUENCE ?



Ce document a vocation à vous présenter nos différentes sphères d'influence : celles nationales qui sont suivies par l'Interfédération, et celles au niveau local auprès de qui vous êtes appelés à porter le message. Ces sphères d'influence sont politiques, institutionnelles et médiatiques.

Au niveau national

- > Le pouvoir exécutif et les ministères
- > Le pouvoir législatif (l'Assemblée nationale et le Sénat) et le Conseil économique social et environnemental
- > Les Institutions et autorités administratives
- > Les médias nationaux et la presse spécialisée nationale

Au niveau local

- > Le pouvoir exécutif local (mairie, conseil départemental, conseil régional)
- > Le pouvoir législatif (les députés et les sénateurs dans son territoire)
- > Les services déconcentrés de l'État
- > Les médias locaux

L'objectif est de vous permettre de comprendre le rôle de chacun de ces acteurs et ainsi identifier les interlocuteurs pertinents pour échanger sur vos sujets.

L'ÉCOSYSTÈME DE L'INTERFÉDÉRATION PJM AU NIVEAU NATIONAL



FOCUS

COMMENT FONCTIONNE UNE RÉDACTION ?



Le rédacteur en chef
Chef d'orchestre et décideur final



Les chefs de rubrique / service
Sujets chauds, dossiers de fond



Les journalistes
Nos principaux interlocuteurs



Le secrétaire de rédaction
Journaliste, capacité à couper l'article
et changer les titres



Les pigistes
Journalistes ayant un rayonnement
plus large, travaillent pour plusieurs
rédactions, souvent très spécialisés



Le titreur
Est chargé de rendre l'article le
plus attractif possible avec un titre
percutant. Les titres donnent le ton
à un journal (Libération, Le Canard
Enchaîné, L'Équipe...).



L'iconographe
En charge de tout ce qui est visuel,
photos...

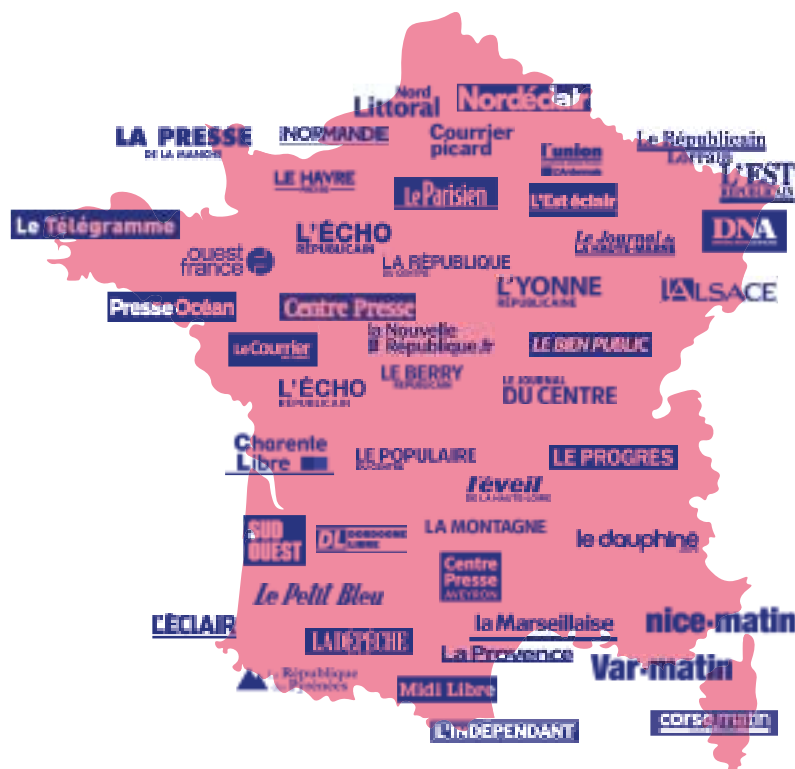
QUELS SONT LES MÉDIAS DANS VOS TERRITOIRES ?

PRESSE QUOTIDIENNE RÉGIONALE

Ouest France, La Voix du Nord ... Cette presse est le relais des communications politiques locales : rencontre avec un parlementaire, le département, la région/ grand format sur les demandes d'une association dans un territoire.

PRESSE LOCALE (HEBDOMADAIRE/ QUOTIDIENNE)

Le Parisien édition du Val-d'Oise, Le Courrier Cauchois... Relais d'une information de présentation de l'association sur un territoire.



TÉLÉVISION RÉGIONALE

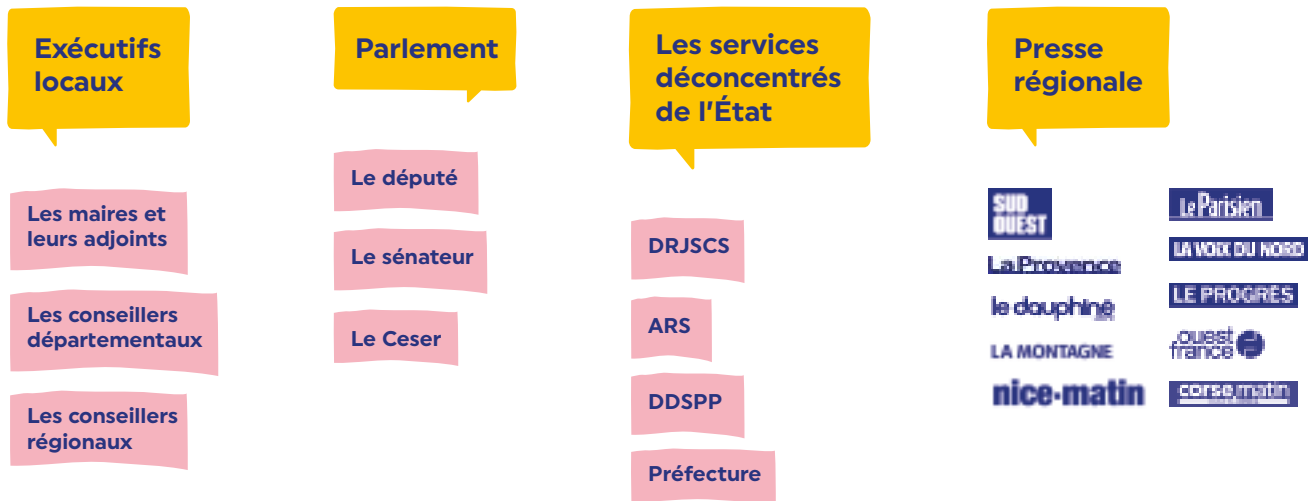
France 3 régions. A solliciter pour un reportage, en lien avec une actualité. Exemple : Loi grand âge et autonomie, action d'une association tutélaire auprès d'une personne âgée.

LES RADIOS LOCALES

Pour rebondir sur les actualités et être interviewé comme expert sur le sujet de la PJM. Les principales radios sont les antennes régionales de France bleu.

Rang	Titre	Périodicité	Période	Diffusion France Payée
Source ACPM				
1	Ouest-France	Quotidien	2018-2019	640 648
2	Sud Ouest	Quotidien	2018-2019	224 186
3	La Voix du Nord	Quotidien	2018-2019	197 414
4	Le Parisien	Quotidien	2018-2019	186 556
5	Le Télégramme	Quotidien	2018-2019	186 444
6	Le Dauphiné Libéré	Quotidien	2018-2019	185 596
7	Le Progrès	Quotidien	2018-2019	162 898
8	La Nouvelle République	Quotidien	2018-2019	150 030
9	La Montagne	Quotidien	2018-2019	148 212
10	Dernières Nouvelles d'Alsace	Quotidien	2018-2019	134 197
11	La Dépêche du Midi	Quotidien	2018-2019	128 512
12	L'Est Républicain	Quotidien	2018-2019	112 729
13	Le Républicain Lorrain	Quotidien	2018-2019	91 201
14	Midi Libre	Quotidien	2018-2019	91 157
15	La Provence	Quotidien	2018-2019	89 258

L'ÉCOSYSTÈME DE L'INTERFÉDÉRATION PJM AU NIVEAU LOCAL



POURQUOI RENCONTRER LES DÉCIDEURS PUBLICS ?

- › En tant que services de PJM, vous êtes amenés à rencontrer des décideurs publics de tous horizons : élus, cadres de l'administration locale, femmes et hommes politiques.
- › Vous êtes ainsi confrontés à **4 grands types d'interlocuteurs qui sont autant de cibles auprès desquelles il convient de communiquer de manière adaptée**, en fonction de leurs missions et prérogatives.



Dialoguer avec ces acteurs pour :

- › Être apporteur de services
- › Éclairer la décision publique
- › Valoriser vos actions
- › Exprimer vos revendications et besoins



COMPRENDRE LES COMPÉTENCES DE CHAQUE ACTEUR POUR MIEUX CIBLER

LA COMMUNE ET L'INTERCOMMUNALITÉ

- › C'est la **collectivité de proximité**.
- › Elle est intéressée de soutenir ses associations, pour maintenir la **cohésion des territoires et la sécurité des personnes**.
- › Elle est un partenaire indispensable des MJPM par le biais de l'action sociale locale (CCAS, maisons de santé, etc.)

LES SERVICES DÉCONCENTRÉS DE L'ÉTAT : PRÉFECTURES, ARS...

- › Les Préfectures Régionales pilotent les schémas régionaux de la PJM.
- › L'ARS

LE DÉPARTEMENT

- › Le département est chef de file en matière d'**aide sociale, d'autonomie des personnes et de solidarité des territoires**.
- › L'aide sociale représente **la moitié du budget de son fonctionnement** et concerne notamment les personnes handicapées (politiques d'hébergement et insertion sociale, compensation du handicap), les personnes âgées (création et gestion de maisons de retraite, politique de maintien des personnes âgées à domicile), les prestations d'aides sociales (RSA), la contribution à la résorption de la précarité énergétique.

LES PARLEMENTAIRES

Les députés et sénateurs sont **le point d'entrée dans le territoire sur les enjeux d'envergure nationale**. En tant que représentants de la nation et législateurs, ils sont les premiers porte-paroles à l'échelle nationale de vos actions et besoins.

C'est à ce stade que votre interaction avec le député ou le sénateur a une vraie plus-value. Votre action peut l'inciter à vouloir modifier un texte de loi dans l'intérêt des services de PJM.



FICHE E

PRÉPARATION RENDEZ-VOUS POLITIQUE / RENDEZ-VOUS JOURNALISTE COMMENT PRÉPARER ET FAIRE LE SUIVI



FONCTIONNER EN INTERFÉDÉRATION AU NIVEAU LOCAL

En matière d'influence, l'union fait souvent la force. C'est pourquoi nous vous invitons à échanger avec les autres associations tutélaires sur votre territoire et à ne pas hésiter à mutualiser les rendez-vous et vous y rendre en interfédération.

Nous agissons tous dans l'intérêt des majeurs protégés et se présenter au nom de plusieurs associations permet toujours de donner un écho plus fort à notre message.



QUI EST MIEUX PLACER UN RENDEZ-VOUS ?

Président ou Directeur à l'échelon territorial adéquat.

SOLLICITER LE RENDEZ-VOUS

COMMENT SOLLICITER UN RENDEZ-VOUS AUPRÈS D'UN ÉLU ?

Identifier l' élu compétent pour votre demande

- › Chercher sur les sites institutionnels ou appeler pour trouver les coordonnées de l' élu et mettre son secrétariat en copie.
- › Solliciter par e-mail une demande de rendez-vous : les informations se trouvent sur le site de l'Assemblée nationale et du Sénat ou les sites des institutions.
- › Relancer au besoin en appelant sa permanence parlementaire, son secrétariat pour demander les suites de votre sollicitation de rencontre.

COMMENT SOLLICITER UN RENDEZ-VOUS AUPRÈS D'UN JOURNALISTE ?

Identifier le journaliste intéressé par le sujet

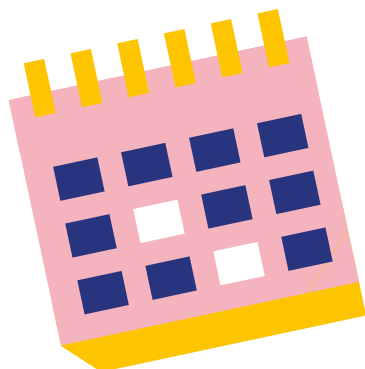
- › Journaliste ayant déjà couvert le sujet.
- › S'adresser à la rédaction pour être orienté.

Prendre contact

- › Adresser une demande par email, présentant succinctement l'association, l'enjeu, et donnant déjà l'angle de couverture de l'article.
- › Prendre ensuite contact par téléphone auprès du journaliste.
- › Toujours joindre la rédaction en copie de la demande adressée au journaliste.

À quelle occasion le solliciter ?

- › En réaction à une actualité locale ou nationale.
- › Dans le cadre de la déclinaison territoriale d'une campagne nationale.
- › A l'occasion d'un rebond d'actualité -journée internationale- pour proposer un angle d'approche mettant en valeur la PJM.



LA QUESTION CENTRALE À SE POSER AVANT DE SOLLICITER UN JOURNALISTE : **MON SUJET EST-IL MÉDIATIQUE ?**

Pour rédiger leurs articles, les journalistes ont besoin d'informations et non de communication. Il faut donc s'interroger sur la dimension informative du sujet que l'on souhaite porter.

VOICI LES 5 PRINCIPALES QUESTIONS À SE POSER :

- 1.** Qu'est-ce que j'annonce ? Quoi de neuf ?
- 2.** Quel est mon objectif final ? Gagner en notoriété ? Défendre une injustice ? Mon quoi de neuf est-il de nature à y répondre ?
- 3.** Qui dois-je convaincre et de quoi ? Quel relais serait le plus à-même de parler à ma cible ? Que sait-il et que doit-il savoir ?
- 4.** Comment bien présenter mon sujet pour le présenter au journaliste et aiguïser son intérêt ? Identifier les angles appropriés, novateurs, en lien avec l'actualité, construire des histoires.
- 5.** Quel est le bon moment pour communiquer ? Est-ce qu'un sujet mobilise déjà l'actualité ? Le contexte global est-il favorable ?

PRÉPARER LE RENDEZ-VOUS

JE SUIS SOLLICITÉ DIRECTEMENT PAR UN JOURNALISTE (INTERVIEW À CHAUD), COMMENT RÉAGIR ?

- › **Ne jamais répondre directement** à la demande : proposer au journaliste de le rappeler.
- › **Informé et prendre conseil** auprès de sa fédération en cas de sujets épineux.
- › **Demander des éléments de contexte** sur la demande du journaliste, et les questions qu'il compte poser.
- › **Préparer l'interview** en reprenant les éléments de langage.
- › *NB : Répondre à une demande de journaliste n'est pas une obligation. Vous pouvez refuser si le sujet est négatif.*

LA PRÉPARATION EST ESSENTIELLE : COMMENT PRÉPARER UN RENDEZ-VOUS POLITIQUE, UN RENDEZ-VOUS JOURNALISTE ?

- › S'assurer **des sujets qui seront abordés** lors du rendez-vous s'il s'agit d'un rendez-vous avec un journaliste.
- › **Rédiger une note de préparation** du rendez-vous, pour avoir par écrit les éléments importants à mettre en avant lors du rendez-vous.
- › En cas de rendez-vous commun, **répartir la parole** entre les différents porte-paroles, selon leurs expertises particulières, et respecter strictement la répartition.

LE RENDEZ-VOUS

LES ÉTAPES : AVANT/PENDANT/SUIVI QUE FAUT-IL FAIRE ?

- › **Avant :** Prendre du temps avant le rendez-vous pour relire la note de préparation, et s'assurer des éléments principaux que l'on souhaite mettre en valeur.
- › **Pendant :** Ne pas lire la note, mais être au maximum pro-actif durant le rendez-vous. L'objectif est que l'ensemble des messages, liés au rendez-vous, puissent être énoncés.
- › **Après :** Envoyer un mot de remerciements, reprenant les principaux messages du rendez-vous, accompagné des informations complémentaires qui pourront avoir été demandées par l'interlocuteur

PARTAGER LES INFORMATIONS

LA REMONTÉE DES INFORMATIONS

Pour une meilleure visibilité des actions conduites sur l'ensemble du territoire, il est important de faire remonter auprès de ces fédérations des informations concernant les rencontres à venir et celles qui ont été conduites, à la fois avec les politiques, mais aussi les journalistes. En prévenant en amont votre fédération, celle-ci pourra également vous faire parvenir des informations et données pour préparer au mieux votre rendez-vous.

Un document type pourra ainsi être envoyé à vos fédérations par email afin de recenser les personnes rencontrées est les objets des rendez-vous conduits.

Date du rendez-vous

Personne rencontrée
(nom et fonction)

Représentants associatifs
présents au rendez-vous

Objet du rendez-vous

Informations importantes
et points de vigilance

Suivi du rendez-vous



FICHE F

QUESTIONS ET RÉPONSES

QUEL EST LE RÔLE DE L'INTERFÉDÉRATION PJM ?

L'Interfédération PJM est constituée des 3 principales unions et fédérations d'associations tutélares, à but non lucratif et d'intérêt général (FNAT, UNAF, UNAPEI) et représente l'essentiel des professionnels du secteur sur tout le territoire national. L'Interfédération PJM milite depuis de nombreuses années pour promouvoir et défendre la PJM au niveau des instances nationales.

POURQUOI FAIT-ELLE DE L'INFLUENCE ET ENVERS QUI ?

Depuis 2019, l'Interfédération PJM s'est dotée d'une stratégie d'influence au niveau national pour porter les enjeux sociétaux et professionnels de la protection juridique des majeurs. La protection juridique des majeurs souffre d'un manque de coordination dans les politiques publiques qui la concernent. Dans ce contexte de plus en plus tendu et faisant le constat d'un dialogue de plus en plus difficile avec les ministères concernés, l'Interfédération PJM a déployé une série d'actions pour porter les revendications légitimes du secteur.

POURQUOI LES ÉCHELONS TERRITORIAUX DES ASSOCIATIONS SONT-ILS UN RELAIS IMPORTANT DE CETTE STRATÉGIE D'INFLUENCE ?

En tant que représentants de vos associations dans les territoires, vous êtes le relais essentiel de nos actions auprès des décideurs publics locaux. Il est indispensable que nous portions tous les mêmes messages. Notre objectif, tant au niveau national que local, est d'influencer l'ensemble des décideurs de notre écosystème sur nos enjeux et permettre une couverture de l'ensemble des décideurs sur la promotion des messages et enjeux de la PJM.

EST-CE QUE JE SUIS LÉGITIME POUR PORTER CETTE STRATÉGIE DANS MON TERRITOIRE ?

Votre rôle est central dans cette stratégie d'influence, vous êtes les ambassadeurs de ces messages dans les territoires. Vous jouez un rôle de relais auprès des décideurs de terrain et portez les problématiques de la PJM auprès des acteurs locaux. Vous apportez des éclairages locaux des enjeux de la PJM et en donnez une représentation concrète.

EST-CE QUE J'AI LES COMPÉTENCES POUR MENER UN RENDEZ-VOUS UN POLITIQUE OU UN JOURNALISTE ?

En tant qu'expert de terrain vous avez toutes les compétences pour mener de tels rendez-vous. Ce guide est là en complément pour vous apporter des informations chiffrées et vous donner des conseils pour réussir au mieux vos rendez-vous.





POURQUOI EST-IL IMPORTANT D'INVITER LES AUTRES ASSOCIATIONS TUTÉLAIRES AUX RENDEZ-VOUS ET DE S'Y RENDRE AINSI EN INTERFÉDÉRATION PJM ?

En matière d'influence, l'union fait souvent la force, c'est pourquoi nous vous invitons à échanger avec les autres associations tutélaires sur votre territoire et à ne pas hésiter à mutualiser les rendez-vous et vous y rendre en Interfédération. Nous agissons tous dans l'intérêt des majeurs protégés et se présenter au nom de plusieurs associations permet toujours de donner un écho plus fort à notre message.

POURQUOI EST-IL IMPORTANT DE REMONTER LES INFORMATIONS DES RENCONTRES EFFECTUÉES À MA FÉDÉRATION OU DES RENDEZ-VOUS À VENIR ?

Pour une meilleure visibilité des actions conduites sur l'ensemble du territoire, il est important de faire remonter au niveau national des informations concernant les rencontres à venir et celles qui ont été conduites, à la fois avec les politiques mais aussi les journalistes. Vous trouverez dans ce guide un formulaire mettant en avant les informations à relayer auprès de vos associations qui pourront également vous donner au besoin des informations et données pour préparer au mieux les rendez-vous.

POURQUOI EST-IL IMPORTANT DE PARTAGER CES ACTUALITÉS SUR MES RÉSEAUX SOCIAUX ?

Les réseaux sociaux aident à la visibilité, développent la notoriété et permettent le partage d'information au sein même de vos réseaux professionnels. Ils vous permettent également de réaliser une veille des actualités de votre secteur et d'identifier les principaux influenceurs sur vos sujets. Les associations disposant déjà de comptes sociaux doivent les alimenter régulièrement en publiant des informations sur les actions menées sur le terrain et en relayant des posts et actualités publiés par leur association au niveau national ou par l'Interfédération PJM, afin de leur donner un maximum de visibilité et permettre une diffusion large de l'information. Ces informations peuvent aussi être relayées sur vos comptes sociaux personnels.