



14ème législature

Question N° : 21130	De M. Guénaël Huet (Union pour un Mouvement Populaire - Manche)	Question écrite
Ministère interrogé > Éducation nationale		Ministère attributaire > Éducation nationale
Rubrique >enseignement : personnel	Tête d'analyse >enseignants	Analyse > recrutement. campagne de promotion. contenu.
Question publiée au JO le : 19/03/2013 Réponse publiée au JO le : 04/06/2013 page : 5881		

Texte de la question

M. Guénaël Huet attire l'attention de M. le ministre de l'éducation nationale sur la campagne de recrutement des enseignants mise en place par le ministère. Les affiches qui sont apparues sur de nombreux murs depuis janvier 2013 montrent des jeunes, en tenues décontractées et posant de telle manière qu'on les croirait en tenue de loisirs. Étant donné l'impact de cette campagne, il aurait été préférable de lancer une campagne publicitaire, montrant le dynamisme des enseignants et leur implication auprès de leurs élèves, tout en leur inculquant la notion de respect, ne serait-ce qu'à travers l'aspect vestimentaire. Aussi il est regrettable d'avoir mis en avant des jeunes à l'air aussi désinvolte. Le métier d'enseignant mérite mieux que cette vitrine superficielle. Il lui demande quel est le véritable objectif de cette campagne publicitaire et si d'autres dispositions ne pourraient pas être instaurées afin de rendre le recrutement des enseignants plus attractif.

Texte de la réponse

Afin d'accompagner les nouveaux recrutements d'enseignants, le ministère de l'éducation nationale a lancé le 10 décembre 2012 une campagne de communication destinée à sensibiliser les étudiants aux nouvelles modalités de recrutement et de formation des enseignants. Cette campagne de communication « Ambition enseigner » avait trois objectifs : - assurer la notoriété des nouvelles dates d'inscription aux concours ; - faire connaître les conditions du rétablissement d'une véritable formation initiale des enseignants ainsi que la priorité consacrée aux recrutements de nouveaux enseignants ; - inciter les étudiants à s'inscrire aux différents concours de recrutement ouverts. La campagne s'est adressée en priorité aux étudiants de 18 à 25 ans. Elle a donc souhaité s'identifier à leurs tenues et à la réalité de ce qu'est la jeunesse plutôt que d'en donner une image déconnectée. Surtout, lier la notion de respect à la tenue vestimentaire relève d'une vision désuète et éloignée de la réalité de notre société. En mettant en scène ces étudiants, elle a d'abord voulu communiquer une image de dynamisme, de volontarisme, de joie d'entreprendre et de s'engager, l'image que le ministère retient de la jeunesse étudiante de la France. La campagne de communication a d'ailleurs pleinement rempli ses objectifs, puisque les inscriptions aux concours 2014, tous concours de l'enseignement public confondus (1er et 2nd degrés), ont progressé de plus de 46%, soit environ 44 000 candidats supplémentaires. Au total, plus de 138 000 personnes se sont inscrites aux concours 2014, contre 94 300 à la session 2013. Pour le premier degré public, l'augmentation du nombre d'inscrits aux concours dépasse 57 % avec plus de 67 000 inscrits, contre 42 600 à la session précédente. L'enseignement privé connaît également une progression de plus de 20%, passant de 7 400 à 9 000 inscrits. Les concours du second degré public enregistrent également une hausse de près de 37 % avec plus de 70 500 inscrits, contre 51 600 pour la session 2013. Les concours de l'enseignement privé connaissent une augmentation globale de plus de 19 % (11 600 inscrits pour 2014 contre 9 700 pour la session précédente). Conformément à l'engagement présidentiel de recruter 60 000 enseignants



supplémentaires sur 5 ans, la campagne « Ambition enseigner » évoluera pour donner lieu à une communication pluriannuelle, afin de contribuer à confirmer et amplifier à l'avenir, ce premier succès des inscriptions aux concours 2014, après des années de crise du recrutement dans l'éducation nationale.