

# STRATEGIE REGIONALE DE L'ORIENTATION ET DE L'INFORMATION SUR LES METIERS ET LES FORMATIONS



## **PREAMBULE**

### **I – Ce qui nous interroge**

- L'état des lieux en Normandie
- L'orientation vue par ses publics

### **II – Les grands principes de la stratégie régionale**

- Développer l'ambition
- Contribuer au développement de la compétence à s'orienter tout au long de la vie pour tous les publics
- Renforcer le lien avec les acteurs de l'économie régionale
- Partager la connaissance des territoires avec les territoires
- Accompagner les acteurs de l'orientation pour leur permettre d'accéder à la connaissance et aux outils nécessaires à leur mission

### **III – Les axes opérationnels de la stratégie régionale**

1. Mettre en place une offre de service pour tous les publics
2. Informer, communiquer, promouvoir et valoriser les métiers et les formations
3. Accompagner les acteurs de l'orientation, les équipes éducatives et les familles
4. Renforcer le lien entre les acteurs de l'économie et les territoires
5. Lutter contre le décrochage scolaire
6. Créer une agence de l'orientation

# PRÉAMBULE

---

Depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2015, les Régions organisent sur leur territoire le service public régional de l'orientation (SPRO), dont la vocation est de conforter le droit de chacun à l'orientation professionnelle tout au long de la vie, par la mise en réseau de l'ensemble des acteurs de l'orientation du territoire et par la coordination de leurs actions (article L214-16-1 du code de l'éducation).

La loi du 5 septembre 2018 « **Pour la liberté de choisir son avenir professionnel** » réaffirme la responsabilité de la Région dans la coordination du SPRO et élargit son périmètre d'intervention à l'information des élèves et des étudiants sur les métiers et les formations.

Avec un **taux de chômage des moins de 25 ans supérieur à la moyenne nationale**, de même que le taux de jeunes sortis du système scolaire sans qualification, la Normandie fait face à un enjeu majeur et se doit d'être exemplaire dans son action.

D'emblée, un constat s'impose : il existe une **multitude d'actions** dans le champ de l'orientation et de l'information sur les métiers et les formations, menées sur les territoires par de nombreux acteurs publics et privés. En dresser un état des lieux exhaustif s'avère impossible, mais accroître leur **visibilité**, les **promouvoir**, les **coordonner**, les **mutualiser** sera l'un des objectifs prioritaires de la stratégie régionale.

En avril 2018, à l'initiative de la Région, les réseaux professionnels acteurs du SPRO s'étaient retrouvés lors de neuf **rencontres territoriales**, réunissant 310 participants. La formidable réussite des **Olympiades des Métiers 2018** à Caen (650 candidats dont 67 normands, 70 000 visiteurs sur trois jours, la Normandie 2<sup>ème</sup> au classement des médailles avec 33 médailles dont 7 en or) illustre l'attractivité des métiers et constitue un encouragement à poursuivre l'action.

Forte de la responsabilité élargie conférée par la loi, la Région Normandie a engagé, de février à juin 2019, une large **concertation** auprès du public et des professionnels. Organisées en six rencontres thématiques réparties sur tout le territoire normand, les **assises de l'orientation** ont rassemblé plus de 700 participants. Un questionnaire en ligne a permis de recueillir plus de 5 500 contributions.

Les objectifs de cette concertation ont été largement atteints : **mobiliser les acteurs et les territoires**, susciter un **foisonnement d'idées**, créer une **dynamique**, valoriser les **bonnes pratiques** pour faire émerger un maximum de **propositions concrètes et innovantes** en faveur de l'orientation tout au long de la vie, qui nourrissent aujourd'hui la stratégie régionale de l'orientation.

Cette stratégie est également le fruit d'une étroite **collaboration avec le rectorat** de la région académique Normandie. Au travers du **pacte des innovations**, adopté en mars 2019, la Région et le rectorat se sont engagés à coopérer pour favoriser la plus grande cohérence entre projet pédagogique, dynamique territoriale et innovation, pour la plus grande réussite des jeunes normands.

Ce socle de valeurs partagées fonde la démarche régionale qui s'articule autour de cinq grands principes :

- **Développer l'ambition** afin de permettre à chaque jeune de mener à bien un projet qui lui correspond en le rendant acteur de sa propre orientation. Ce principe fondamental de la stratégie s'appuie notamment sur une nécessaire élévation du niveau de qualification, la promotion de la culture scientifique et technique, ainsi que la valorisation de la voie professionnelle.
- **Développer la compétence à s'orienter tout au long de la vie** afin de passer d'une orientation subie à une orientation choisie.
- **Renforcer le lien avec les acteurs de l'économie régionale** et valoriser l'engagement des entreprises régionales dans l'accueil et l'accompagnement des jeunes.
- **Partager la connaissance des réalités des territoires avec les territoires** pour adapter en continu la stratégie régionale aux réalités du terrain et l'inscrire dans la durée.
- **Accompagner les acteurs de l'orientation** (équipes éducatives, professionnels de l'accueil – information – orientation, familles) pour leur permettre d'accéder à la connaissance et aux outils nécessaires à leur mission.

Par la mise en œuvre, au plus près des territoires et des publics, de cette offre de service, la Région et ses partenaires ont aussi pour objectif de **dédramatiser le parcours d'orientation**, souvent vécu comme un véritable « parcours du combattant ».

Dans un environnement incertain, les choix d'orientation n'engagent pas toute la vie professionnelle. Au-delà de la découverte des métiers et des formations, l'offre de service régionale devra aider les jeunes et les adultes à **apprendre à se connaître**, à faire des **choix** cohérents par rapport à leurs **goûts, aspirations et réalités** scolaires et économiques, et ainsi se construire une représentation objective du monde économique et professionnel.

Il est proposé la création d'une **agence régionale de l'orientation**. Elle sera un facteur clé de la réussite de la stratégie régionale. A compter du 1<sup>er</sup> janvier 2020, elle mettra en œuvre dans une structure unique les compétences aujourd'hui assurées par différentes structures du territoire.

Conçue comme un instrument facilitateur, elle agira au plus près des territoires, au moyen d'une **coordination territoriale**. Son rôle sera non seulement de **fédérer** les acteurs et de **coordonner** leurs actions, mais aussi d'être **force de proposition**, d'initier de nouvelles **expérimentations** et de s'adapter rapidement aux besoins des acteurs et des publics.

La stratégie régionale se veut avant tout **opérationnelle**, au travers de fiches-actions, élaborées en partenariat avec les acteurs de l'orientation, dans le souci constant de fédérer les réseaux de l'orientation et de l'information sur les métiers et les formations, autour des enjeux liés à notre territoire et à sa population.

Cette stratégie s'inscrit en conformité avec le **cadre national de référence** relatif à la mise en œuvre des compétences de l'Etat et des Régions en matière d'information et d'orientation pour les publics scolaire, étudiant et apprenti, signé le 28 mai 2019. Une convention régionale précisera la déclinaison opérationnelle de la stratégie.

# I – Ce qui nous interroge

---

## 1. L'état des lieux en Normandie

---

La Normandie compte près de **400 000 jeunes âgés de 15 à 24 ans**, soit 12% de la population régionale<sup>1</sup>. Au 5<sup>ème</sup> rang parmi les 13 régions métropolitaines, la Normandie est riche de cette jeunesse « apprenante » (deux tiers des jeunes normands sont en formation). Toutefois, quelques chiffres-clés révèlent une situation peu favorable en termes de réussite scolaire et de niveau de qualification.

### **I – La situation des jeunes normands est globalement plus défavorable que dans le reste de la France.**

- Le taux de scolarisation (56%), est globalement plus faible de 4 points que le taux national (France métropolitaine) et diminue selon les tranches d'âge : de 89% pour les 15-17 ans, il diminue à 61% pour les 18-20 ans et chute à 25% pour les 21-24 ans<sup>2</sup>.
- L'espoir d'obtenir un bac pour un élève de 6<sup>ème</sup> progresse régulièrement, mais reste assez faible à 72,9% (73,7% à Rouen et 71,7% à Caen, contre 81,6% à Rennes).
- Le taux de passage dans l'enseignement supérieur est de 2 points en deçà du taux national (conséquence du taux de passage plus faible en enseignement général et technologique).
- Le taux des jeunes en décrochage scolaire (c'est-à-dire sortis du système scolaire sans qualification) est plus élevé : 10,5%, contre 10,1% dans le reste de la France.
- Les chiffres de l'illettrisme sont également alarmants : lors des JDC – Journée défense citoyenneté (obligatoire pour les jeunes de 17 ans) en 2015, 9,9% des jeunes normands présentent des difficultés de lecture dont 4,1% sont en situation d'illettrisme. La Normandie se situe ainsi au-dessus de la moyenne nationale métropolitaine (3,6%).
- Enfin, le taux de chômage régional des 15-24 ans est plus de 2 points supérieur à la moyenne nationale : 34,9% contre 32,7%, avec toutefois des disparités selon les départements : plus faible dans la Manche (30%) et plus élevé en Seine-Maritime (37%).

### **II – Le niveau de qualification globale de la population normande est plus faible que dans le reste de la France.**

- 34% de la population normande non scolarisée (15 ans et plus) a peu ou pas de diplôme, contre 30,1% au niveau national. En parallèle, 22% de la population normande est diplômée de l'enseignement supérieur, contre 28,5% de l'ensemble des français.
- Le caractère très industriel de l'emploi en Normandie explique en partie le faible niveau de formation de la population. Au total, 62% de la population normande a un niveau de formation CAP-BEP ou infra.

---

<sup>1</sup> Source : Insee, recensement de la population 2012

<sup>2</sup> Source : Insee Flash Normandie n° 18 – août 2016

### III – La voie professionnelle prend une part importante pour les familles.

- 33,5% des demandes d'orientation pour les élèves de 3<sup>ème</sup> se font vers la voie professionnelle, soit 4 points supérieurs à la moyenne nationale (29,5%). Quant aux décisions d'orientation prononcées par les conseils de classe, elles sont aussi supérieures de 3 points à la moyenne nationale (35,8%). Ces éléments confirment l'intérêt que portent les familles et les acteurs de l'Education nationale à la voie professionnelle dans notre région.
- Plus de 7% des jeunes âgés de 15 à 24 ans sont salariés en contrat d'apprentissage ou de professionnalisation, soit un point de plus que la moyenne nationale.

Ces chiffres ne constituent pas en soi un point négatif. Ce qu'il l'est en revanche, c'est que les élèves et leurs familles choisissent un nombre limité de formations, en décalage avec la réalité de l'insertion professionnelle qui se profile après l'obtention des diplômes. Ainsi, un nombre important de formations ont un volume de places vacantes conséquentes et, en parallèle, les entreprises normandes peinent parfois à trouver les compétences dont elles ont besoin.

## 2. L'orientation vue par ses publics

---

### I – L'enquête du CNESCO

En 2018, le CNESCO (conseil national d'évaluation du système scolaire) a organisé une conférence de comparaisons internationales sur l'éducation à l'orientation<sup>3</sup>. A cette occasion, une enquête nationale a été réalisée auprès des jeunes de 18-25 ans<sup>4</sup> : *Comment les jeunes ont-ils vécu leur parcours d'orientation ?*

Ce qu'il faut en retenir :

#### ➤ Les jeunes se déclarent insuffisamment accompagnés et stressés par leur orientation

Un jeune sur deux n'est pas satisfait de l'accompagnement de son établissement scolaire au sujet de l'orientation. Cette tendance est plus marquée chez les filles : 41 % seulement sont satisfaites de l'accompagnement contre 53 % chez les garçons. Le bilan est toutefois plus favorable chez les élèves issus de la voie professionnelle et ceux dont le collège relevait de l'éducation prioritaire.

#### ➤ Les jeunes choisissent davantage leur orientation en fonction de leur goût pour un métier que pour la sécurité de l'emploi

57 % des jeunes avaient un projet professionnel au moment du choix de leur orientation.

Pour un jeune sur deux, le goût personnel pour un métier ou un secteur (48 %) et l'appétence pour une discipline ou une filière (41 %) sont en tête des motivations pour choisir une orientation. Ces deux critères sont identiques chez les filles et les garçons.

#### ➤ Des jeunes qui renoncent à leurs aspirations

71 % des jeunes déclarent avoir écarté d'eux-mêmes une possibilité d'orientation qui les avait intéressés, le coût des études s'avérant l'élément le plus dissuasif (29 %), suivi par les résultats scolaires et la durée des études. Cette tendance est nettement plus marquée chez les filles (78 %) que chez les garçons (64 %).

---

<sup>3</sup> Cnesco (2018). Comment l'école aide-t-elle les élèves à construire leur orientation ? Dossier de synthèse

<sup>4</sup> Crédoc pour le Cnesco, 2018

➤ **Une diversité d'interlocuteurs pour échanger sur l'orientation**

Les parents : 80 % des 18-25 ans ont évoqué la question de leur orientation avec leurs parents qui sont, pour un jeune sur deux, leur principal interlocuteur. La famille est la principale source d'influence (30 %) quant au choix d'orientation.

➤ **Une satisfaction finale envers son orientation qui cache des disparités**

Deux jeunes sur trois s'estiment satisfaits de leur parcours d'études, un chiffre nettement plus faible (43 %) chez les jeunes sans emploi. Cette moyenne cache toutefois des disparités sociales et liées à la scolarité (48% des jeunes se définissant comme « mauvais élèves » se déclarent insatisfaits de leur parcours, contre 20 % pour les « très bons élèves »).

➤ **Une satisfaction qui croît lorsque les jeunes sont accompagnés et informés**

Cette tendance est particulièrement marquée (plus de 75 %) chez les élèves ayant bénéficié d'un accompagnement solide qui leur a permis d'explorer et de comprendre trois domaines : la connaissance de soi, la connaissance des filières et parcours possibles, la connaissance des métiers et des débouchés.

## II – L'opinion des normand.e.s

A l'occasion des assises de l'orientation, la Région Normandie a lancé un grand questionnaire en ligne qui a recueilli plus de 5 500 contributions, dont 61 % de 16-25 ans. Elles reflètent les enjeux de l'orientation pour la population et fournissent des pistes de réflexion et d'action.

➤ **L'orientation est une source de préoccupation**

88,8 % des jeunes et de leurs familles se sentent tout à fait ou plutôt préoccupés par l'orientation. Si 60 % des personnes concernées ont un projet professionnel précis, moins de 50 % sait quelle voie (études, formations) suivre.

➤ **Les passions et les centres d'intérêt influencent le choix d'un métier**

98 % du grand public se prononce en ce sens. Mais il sait aussi se montrer pragmatique : les débouchés et le salaire sont des critères de choix pour 87 %.

➤ **La famille reste l'interlocuteur privilégié pour 84 % du public**

➤ **Face aux difficultés, un sentiment d'être insuffisamment aidé**

57 % des personnes concernées se sentent insuffisamment voire pas du tout aidées dans les choix d'orientation.

➤ **L'immersion est la meilleure méthode pour découvrir un univers professionnel**

Le stage en entreprise est plébiscité par 94,7 %, suivi par l'essai réel du geste métier (87 %), mais seul un jeune sur deux a eu une expérience de découverte des métiers en milieu professionnel avant de faire son choix d'orientation.

➤ **Finances et manque de confiance sont les principaux obstacles au développement de l'ambition professionnelle**

Pour 61,2 % du public, les moyens financiers sont un frein à l'ambition. Le manque de confiance en soi est un obstacle pour 40,7 %. Un jeune sur trois en moyenne considère que la méconnaissance des métiers et des formations freine son ambition. La mobilité géographique est perçue comme étant un obstacle pour un jeune sur quatre.

## II – Les grands principes de la stratégie régionale

---

### Principe n° 1 : Développer l'ambition

---

Plusieurs objectifs sont ici poursuivis :

#### 1) *Elever le niveau de qualification*

Le niveau de qualification des emplois en Normandie reste très marqué par les spécialisations économiques régionales, notamment l'industrie (3<sup>ème</sup> pôle aéronautique et spatial français, 70 % des activités de R&D du secteur automobile, 1<sup>er</sup> secteur d'emploi industriel sur le territoire). La situation est toutefois peu favorable :

- Un faible taux de qualification : seulement 22 % de la population normande non scolarisée de plus de 15 ans a un diplôme de l'enseignement supérieur, soit 8,5 % de moins que dans l'ensemble des régions métropolitaines, faisant de la Normandie la région la moins diplômée de l'enseignement supérieur (source : INSEE 2015).
- Un taux de poursuite d'études supérieures plus faible que la moyenne nationale, avec une orientation privilégiant les filières courtes, professionnelles et technologiques (STS, IUT et formations paramédicales et sociales), supérieure à la moyenne nationale.
- Une proportion d'étudiants inscrits dans un cursus Licence supérieure à la moyenne nationale, contrairement au niveau Master.

Pourtant, la demande d'emplois requérant un haut niveau de qualification ne se dément pas depuis plus de 30 ans, notamment dans le secteur de l'industrie, des services ou encore du numérique.

**Il est donc plus que nécessaire d'attirer les jeunes vers des filières d'excellence, nécessitant des compétences spécifiques et un niveau d'études avancé.**

#### 2) *Promouvoir la culture scientifique, technique et industrielle (CSTI) et le numérique*

Depuis la loi Enseignement Supérieur et Recherche du 22 juillet 2013, les Régions sont chargées de coordonner la diffusion de la CSTI sur leur territoire. En déclinaison du Schéma Régional Enseignement Supérieur, Recherche et Innovation (SRESRI), la Région Normandie a adopté, en mars 2019, sa nouvelle stratégie régionale de la diffusion de la CSTI. Elle affiche quatre ambitions :

- Participer à une meilleure orientation des jeunes normands
- Faire de la CSTI un levier en faveur de l'égalité femmes-hommes
- Rapprocher les Normands de la culture des sciences
- Faire de la CSTI un outil d'attractivité et de visibilité des compétences du territoire

**Face à la désaffection des études et carrières scientifiques, la Région souhaite faire de la promotion de la culture scientifique et technique un levier d'une meilleure orientation des jeunes.**

La promotion et la valorisation des métiers et des filières de formation au numérique sont une des composantes de la stratégie régionale de CSTI qui doit être développée comme un axe spécifique d'actions en matière d'orientation et de formation.



### **3) Favoriser la mixité dans les parcours, filières et métiers et lutter contre les stéréotypes**

**L'égalité des filles et des garçons est un principe fondamental inscrit dans le code de l'éducation.** Néanmoins, on observe des différences dans les choix d'orientation des filles et des garçons. Si, dès l'école primaire, les filles obtiennent de meilleurs résultats scolaires que les garçons, on constate qu'elles restent sous-représentées dans certaines voies.

Au lycée, elles s'orientent davantage vers l'enseignement général et technologique que vers l'enseignement professionnel où on les retrouve majoritairement dans le domaine des services (coiffure, esthétique, sanitaire et social). Après le baccalauréat, elles ne représentent que 15 % des élèves dans la filière numérique et seulement 27 % des diplômés d'ingénieur leur sont délivrés. Les garçons quant à eux s'orientent moins vers les formations paramédicales et sociales où ils ne représentent que 15 % des élèves, sachant qu'en 2001 ils étaient 18 %.

Ces données nationales issues de la publication de la Direction de l'Évaluation, de la Prospective et de la Performance (DEPP) 2019 et du Haut Conseil à l'Égalité entre les Femmes et les Hommes (HCE) sont des tendances également observées en Région Normandie.

Il convient de souligner que les différences d'orientation entre filles et garçons ont des conséquences sur leur insertion dans l'emploi, c'est la raison pour laquelle il est nécessaire d'agir sur les représentations et stéréotypes liés aux métiers afin de favoriser la mixité.

**Lors de l'accompagnement des élèves dans la conception de leurs projets de poursuite d'études ou d'insertion professionnelle, des actions spécifiques doivent être menées, auprès des enseignants, des élèves et de leurs familles, des professionnels de l'orientation, pour lutter contre les stéréotypes et promouvoir, auprès des filles comme des garçons, les filières qui sont les moins mixtes.**

### **4) Valoriser une voie professionnelle choisie**

**L'objectif est de faire de la voie professionnelle une voie d'excellence.** L'orientation vers cette voie doit résulter d'un choix réfléchi et accompagné. Il convient également de promouvoir la poursuite d'études au sein de cette voie. La réflexion conduite en matière d'évolution de la carte des formations poursuit le même objectif ainsi que le développement des Campus des Métiers qui sont des outils au service de l'ambition des élèves, des enseignants et des familles. Une attention particulière devra être portée aux familles qui sont les principaux « accompagnateurs » de la démarche d'orientation des jeunes.

### **5) Développer la mobilité**

La mobilité est une des **clés de l'émancipation des jeunes**, mais c'est aussi et surtout un droit<sup>5</sup>.

Les populations les plus jeunes et socialement les plus fragiles (faible niveau de diplôme et faibles revenus) sont les plus touchées par les problèmes de mobilité et d'accès à l'emploi : respectivement 43% et 46% des 18-24 ans déclarent avoir renoncé à un entretien (embauche ou recherche d'emploi) et avoir refusé un travail ou une formation, faute de pouvoir s'y rendre<sup>6</sup>.

**Face à cet enjeu, il est nécessaire de développer un véritable apprentissage de la mobilité y compris à l'international, ainsi que des actions innovantes sur les territoires, en lien avec les collectivités.**

---

<sup>5</sup> Rapport « [mobilité des jeunes](#) » - Conseil d'orientation des politiques de jeunesse – janvier 2019

<sup>6</sup> « [Enquête mobilité et accès à l'emploi](#) » - LMI (laboratoire de mobilité inclusive) – décembre 2016

## Principe n° 2 : Développer la compétence à s'orienter tout au long de la vie

---

Dans notre société en pleine évolution, la question du développement des compétences à s'orienter tout au long de la vie, même si elle n'est pas nouvelle, se pose avec plus d'acuité. Quel que soit son statut, ou son âge, faire des choix éclairés n'est pas si simple. Avoir de l'information sur les métiers ou avoir élaboré un projet professionnel ne suffit pas toujours.

Les parcours professionnels sont de moins en moins linéaires et les transitions professionnelles se multiplient, qu'elles soient choisies ou contraintes. Cette incertitude croissante génère de l'inquiétude.

Face à ce constat, la nécessité de développer des compétences à s'orienter tout au long de la vie devient un **leitmotiv fédérateur**. La loi du 5 septembre 2018 s'inscrit dans cette **démarche citoyenne d'émancipation et de choix de projet de vie pour chacun**. L'objectif est ici de **dédramatiser le parcours d'orientation** et de permettre aux jeunes de formuler des **choix d'orientation réfléchis et éclairés**, constituant l'une des **conditions de leur réussite et de leur meilleure insertion professionnelle**.

Lorsqu'on évoque les compétences à s'orienter, de quoi parle-t-on exactement et comment peut-on aider à développer ces compétences ?

### 1) Compétences à s'orienter : de quoi parle-t-on ?

Les vocables orientation et compétences recouvrent plusieurs notions difficiles à caractériser et traduisent plusieurs préoccupations. Ainsi, l'orientation est utilisée aujourd'hui dans des actions ou des dispositifs relevant de l'information métiers, de l'affectation, de l'évaluation, de l'aide au choix d'une formation ou d'un métier, ou encore du développement de compétences à s'orienter. Elle renvoie ainsi à 3 notions :

- Le **but** (ce vers quoi on tend)
- Le **parcours** (tracer sa route)
- Le **sens** (ce qui mobilise)

Les compétences sont quant à elles **au cœur de tous les débats**, de la loi du 5/09/2018 (France compétences, OPCO, PIC...) à l'AFEST (Action de Formation En Situation Professionnelle), et sont aujourd'hui centrées sur les « soft skills » : compétences comportementales transversales (savoir prioriser, créativité, adaptabilité, initiative...), « career management skills » : apprentissage de l'évolution de carrière.

Les préoccupations des publics en phase d'orientation sont multiples :

- Vers quelles études ou formations m'engager ?
- Quels métiers ou activités me conviendraient ?
- Comment faire face aux diverses transitions dans mon existence (personnelles, professionnelles) ?

Le Conseil de l'Union européenne a donné sa définition de l'orientation dans une résolution du 21/12/2008: « Un processus continu qui permet aux citoyens, à tout âge et tout au long de leur vie, de déterminer leurs capacités, leurs compétences et leurs intérêts, de prendre des décisions en matière d'éducation, de formation et d'emploi et de gérer leurs parcours de vie personnelle dans l'éducation et la formation, au travail et dans d'autres cadres où il est possible d'acquérir et d'utiliser ces capacités et compétences. »

Les référentiels de compétences à s'orienter, qu'il s'agisse de Pôle emploi ou du parcours Avenir de la 6<sup>ème</sup> à la terminale tendent tous vers cette affirmation de la nécessité de **passer d'une orientation subie à une orientation choisie**.

## **2) Comment aider à développer les compétences à s'orienter ?**

En permettant à chacun de naviguer et de faire des choix éclairés, en identifiant la part de risques acceptables et les incertitudes. L'orientation doit se concevoir dans une **logique d'ensemblier** avec une combinaison sur 3 registres :

- **informatif** : développer la connaissance de l'environnement : chercher, découvrir à travers l'expérience, les opportunités du numérique...
- **éducatif** : apprendre à décoder les informations, être attentif aux évolutions, reconnaître les opportunités...
- **expérientiel et coopératif** : avoir des points de repère personnels, vécus et collectifs ; participer à des actions collectives et coopératives (citoyenneté, réhabilitation, art, culture...)

**L'action et l'expérience sont au cœur de la stratégie régionale, au service d'un usager qui devient contributeur, en développant des lieux d'expérience pour éveiller la curiosité et élargir les opportunités et en proposant des réponses collectives où tous les acteurs d'un territoire sont partie prenante.**

## Principe n° 3 :

# Renforcer le lien avec les acteurs de l'économie régionale

---

La question des **compétences pour demain** est un facteur critique de risque pour le maintien et le développement des entreprises<sup>7</sup>, quel que soit leur statut ou leur taille, au regard des mutations qui s'imposent à elles. Pour le public en devenir, l'adéquationnisme entre les besoins de main-d'œuvre et les ressources disponibles sur le marché du travail ne peut être un objectif. Il faut aussi penser l'orientation des jeunes en fonction des métiers de demain. Il convient pour les entreprises de se mobiliser en lien avec les acteurs relais de l'emploi et de l'orientation dans une **démarche anticipatrice et durable**, selon leurs territoires d'influence afin d'assurer leur recrutement ou leur renouvellement de main d'œuvre.

La Région, dans le cadre de sa stratégie en matière d'orientation professionnelle liée à sa nouvelle compétence sur l'information métiers, entend proposer aux **entreprises**, ainsi qu'aux **branches professionnelles** et aux **filières**, un **cadre fédérateur** pour coordonner leurs nombreuses initiatives et engagements du quotidien afin de **démultiplier les énergies** et **amplifier les actions** auprès de toutes les parties prenantes.

Les principaux objectifs sont les suivants :

- **mettre les entreprises et les branches professionnelles au cœur de la gamme de service déployée par l'agence régionale de l'orientation et des métiers**, considérant que les enjeux de l'expérience dans la découverte des métiers et de la relation avec les professionnels sont deux ambitions fortes du projet régional.
- **Inscrire les entreprises dans un processus de responsabilité sociétale** sur la dimension orientation/formation/emploi au travers d'engagements négociés dans la gamme de service.

La **dynamique engagée entre la Région et les branches professionnelles** dans le cadre des accords de partenariat est le cadre de référence pour négocier avec les professionnels leur niveau d'engagement au titre de l'offre de service (ex : interventions dans les établissements de formation, accueil de stagiaires, appui-conseil aux publics bénéficiaires...).

Une **nouvelle offre de service basée sur l'immersion et l'expérience en entreprise** doit être proposée. Les actions à mettre en œuvre seront :

- construire et piloter la gamme de service de l'agence régionale de l'orientation et des métiers **avec les professionnels** en les intégrant dans l'instance consultative de l'agence.
- Créer un **réseau d'ambassadeurs métiers**, afin d'assurer des mises en relation, des conseils, voire des accompagnements spécifiques de la part des professionnels. Il convient de coordonner toutes les initiatives existantes en la matière de la part des branches, des filières ou des organismes consulaires et de les amplifier par l'usage d'applications numériques, afin de fluidifier les relations et de les accélérer. Ce réseau doit être l'occasion d'informer et de promouvoir les métiers techniques (ou dits manuels) auprès du plus grand nombre.
- Proposer aux entreprises des **évènementiels de niveau régional et local** sur les territoires afin de promouvoir leurs métiers et leurs perspectives (ex : sélection régionale des Olympiades des Métiers, action territoriale avec les collèges/lycées) auprès de tous les publics intéressés.

---

<sup>7</sup> Le terme entreprise doit être entendu au sens large, comme tout organisme employeur, quel que soit son statut juridique.

- Mettre en place un **espace d'innovation et de développement** en matière d'orientation et d'information métiers avec les branches professionnelles et les entreprises, afin d'expérimenter des actions innovantes ou des usages nouveaux (ex : chaîne You Tube des métiers en Normandie, jeux de société pour mieux connaître les métiers ...).
- Inscrire les bonnes pratiques des entreprises et des branches professionnelles dans une **charte régionale d'engagement** sur le champ des compétences et des ressources humaines, voire labelliser les entreprises régionales, contribuant ainsi à renforcer leur marque employeur et leur responsabilité sociétale d'entreprise.

**Les entreprises « citoyennes » seront ainsi au cœur du dispositif.** La Région encouragera une démarche volontariste pour la promotion de leurs savoir-faire et de leurs métiers afin de témoigner et faire partager leur expérience. L'accueil dans les entreprises sera valorisé par une charte d'engagement régionale, ainsi que par la mise en place d'un réseau d'ambassadeurs métiers normand.

Par leurs conseils, leurs témoignages et leurs soutiens, ces professionnels reconnus permettront aux différents publics de préciser leurs choix, d'être aidés dans leurs démarches et dans la construction de leurs projets.

## Principe n° 4 :

# Partager la connaissance des réalités des territoires avec les territoires

---

**Agir au plus près des territoires est un facteur clé de la réussite de la stratégie régionale de l'orientation.**

La Région est en connexion permanente sur les territoires avec le monde économique et social au travers de ses compétences dans les champs de la formation professionnelle, du développement économique, de l'aménagement des territoires, des transports, etc...

Ce lien au territoire est essentiel dans l'exercice de la nouvelle compétence qui lui est confiée par la loi et qui l'engage dans une démarche de **transmission et de partage de sa connaissance** avec l'ensemble des acteurs. La Région peut s'appuyer sur le **CARIF-OREF** qui, par son expertise, contribuera à la réflexion stratégique au travers de données statistiques et d'analyse de l'évolution des emplois et des compétences.

La déclinaison au plus près des territoires de la stratégie régionale s'opérera également grâce au déploiement de **coordonnateurs et coordonnatrices territoriaux** qui auront pour principales missions :

- d'être **l'interlocuteur des établissements** scolaires et universitaires, pour mettre en œuvre la politique d'information et de découverte des métiers et des formations définie par la Région et le Rectorat, et accompagner les établissements dans leurs actions,
- de **coordonner la lutte contre le décrochage scolaire**,
- **d'animer le service public régional de l'orientation (SPRO) local**,
- d'être le **référént territorial des actions de promotion de la VAE** – validation des acquis de l'expérience.

Les chefs d'établissements auront ainsi un interlocuteur, un « facilitateur » dédié sur le territoire, sur lequel ils pourront s'appuyer pour mener leurs actions. Le coordonnateur mettra à leur disposition une gamme de services et d'outils homogènes de nature à garantir une réelle équité territoriale et une égalité d'accès à l'information pour tous les publics.

Dans le champ de l'information et de la promotion des métiers, des événements territoriaux seront organisés avec l'appui et en lien avec les acteurs locaux.

La mise en œuvre opérationnelle de cette coordination territoriale s'appuiera en partie sur la mise à disposition, prévue par la loi du 5 septembre 2018, de personnels volontaires de l'Education nationale.

Cette coordination territoriale constitue l'un des leviers du développement de l'offre de service de l'agence de l'orientation, en réponse aux besoins des territoires. **Ce lien au territoire est essentiel pour adapter en continu la stratégie régionale aux réalités du terrain et l'inscrire dans la durée.** Un partenariat sera recherché en particulier avec les EPCI, afin de faciliter la mise en place d'actions de découverte des métiers et du monde du travail. Une attention particulière sera portée aux problématiques liées à la mobilité. Les échanges d'expériences, l'essaimage, la mutualisation de moyens concourront également à la dynamique territoriale.

## Principe n° 5 :

# Accompagner les acteurs de l'orientation pour leur permettre d'accéder à la connaissance et aux outils nécessaires à leur mission

---

**Les acteurs de l'orientation** (équipes éducatives, relais du SPRO...) s'investissent quotidiennement dans l'accompagnement des jeunes. Ainsi, 85 % des jeunes ont participé à au moins une activité en lien avec l'orientation pendant leur scolarité<sup>8</sup>.

Il a toutefois été mis en lumière la nécessité de développer des compétences à s'orienter afin de passer d'une orientation subie à une orientation choisie. Face à ce **nouvel enjeu d'éducation à l'orientation**, il ne s'agit plus seulement d'aider les jeunes, mais aussi de les doter de nouvelles compétences (identifier ses goûts, ses appétences, ses compétences, savoir prendre des décisions face aux mutations de marché, trouver des formations adaptées à des reconversions...) qui leur permettront de gérer leur carrière professionnelle sur le long terme.

Le rôle des **équipes éducatives** est majeur pour accompagner la démarche tendant à accroître l'ambition. Le rapport de Pascal Charvet « Refonder l'orientation – Un enjeu Etat-Régions », publié le 26 juin 2019, milite en faveur d'une **nouvelle pédagogie de l'orientation**. La stratégie régionale s'inscrit dans cette dynamique. La Région et l'agence régionale apporteront leurs contributions à la formation des équipes éducatives dans le cadre du plan académique de formation sur le champ de l'information métiers. Des immersions en entreprise leur seront notamment proposées.

La stratégie régionale s'attachera également à renforcer la coopération entre les **acteurs du service public régional de l'orientation** par le développement d'une **culture professionnelle commune** en matière de services d'orientation tout au long de la vie. L'agence régionale veillera particulièrement à favoriser le travail en inter-réseaux pour avoir une vision globale des dispositifs et des réponses possibles au regard des situations rencontrées par les différents acteurs. Une action spécifique sera menée en vue de **fédérer les multiples acteurs**, associatifs et bénévoles, présents sur les territoires, avec pour objectif de susciter une émulation par la mise en réseau et de favoriser l'interconnaissance des nombreuses initiatives locales.

Enfin, une attention particulière sera portée aux **familles** qui sont les principaux « accompagnateurs » de la démarche d'orientation des jeunes et la première **source d'influence**, devant les acteurs de l'école. Les jeunes déclarent largement que leurs parents ont été leur interlocuteur pour échanger sur l'orientation (80%). Une autre réalité apparaît toutefois derrière ce chiffre : les élèves ayant des parents cadres et de professions intermédiaires ont été nettement plus accompagnés par leur famille dans la recherche d'informations que les enfants d'ouvriers ou d'agriculteurs. Cette situation génère une **inégalité sociale** inacceptable.

Aussi, il convient de mettre en place une stratégie ambitieuse **d'information à destination des parents**. Cette information pourra se faire au travers par exemple de **temps d'échange** sur des thèmes variés comme l'information disponible sur internet, aider son enfant à faire des choix, les forces et faiblesses d'un territoire, les métiers qui recrutent, etc... Des **parents « témoins »** seront également encouragés et formés à venir présenter leur métier à l'occasion de forums dans les établissements scolaires.

---

<sup>8</sup> Cnesco (2018). Comment l'école aide-t-elle les élèves à construire leur orientation ? Dossier de synthèse

## III – Les axes opérationnels de la stratégie régionale

---

### Axe opérationnel n°1 : Mettre en place une offre de service pour tous les publics

---

L'offre de service est le cœur de la stratégie régionale et le cœur de métier de l'agence régionale. Elle vise à déployer une offre complète d'accueil de proximité et de conseil personnalisé, ainsi qu'une large gamme d'expériences immersives. Déclinée au plus près des territoires, elle cible tous les publics.

L'axe opérationnel se décline en six fiches-actions :

- **Fiche-action n° 1-1 : Un réseau de proximité d'information sur l'orientation et la formation**

*L'action vise à permettre à tous les publics de bénéficier au plus près de chez eux d'une information dans les différents champs de la compétence régionale, l'orientation étant l'un de ces champs concernés par la mise en place de cette offre de service. Des partenariats avec des EPCI pourront être déclinés pour favoriser ces accueils physiques.*

- **Fiche-action n° 1-2 : Une offre de conseil de premier niveau pour tous les publics**

*Orientation, réorientation, évolution professionnelle, formation professionnelle : des professionnels normands sont à l'écoute des Normand.e.s. Deux offres de conseil sont proposées : un conseil individuel, à distance ou en présentiel, et un conseil collectif. Le numéro gratuit Parcours-Métiers sera ouvert à tous les publics.*

- **Fiche-action n° 1-3 : L'information conseil en VAE – validation des acquis de l'expérience**

*La fonction conseil sera renforcée dans le domaine de la VAE, afin de mieux accompagner les personnes dans leur parcours d'accès à la certification. Des actions de professionnalisation sur le champ des compétences et des certifications seront mises en œuvre auprès des points relais conseil.*

- **Fiche-action n° 1-4 : Des offres de stages et d'expériences immersives**

*L'offre de service vise à démultiplier, pour tous les Normand.e.s, les chances de vivre un stage de découverte métier, une expérience immersive. Une plateforme numérique permettra la rencontre de l'offre de stages (entreprises, administrations, artisans, associations) et de la demande (élèves, étudiants, familles, jeunes en insertion, adultes en reconversion ou en recherche d'emploi).*

- **Fiche-action n° 1-5 : Des plateaux techniques accessibles à tous**

*L'action vise à permettre l'accès aux plateaux techniques des lycées professionnels, des CFA, des organismes de formation et des entreprises, et à ouvrir une plateforme numérique recensant les plateaux techniques et proposant une planification de leur accès.*

- **Fiche-action n° 1-6 : L'accompagnement des publics pour une mobilité réelle et active**

*La question de la mobilité, ou plus précisément de la faible mobilité des publics est particulièrement marquée en Normandie. L'objectif de cette action est de proposer des expérimentations, en lien avec les acteurs des territoires, en particulier les EPCI, afin d'enrichir l'offre de service et de garantir une réelle équité territoriale et une égalité d'accès, pour tous les publics, à l'information, à la formation et à l'emploi. Un état des lieux sera engagé en vue d'émettre des propositions adaptées.*



## Axe opérationnel n°2 : Informer, communiquer, promouvoir et valoriser les métiers et les formations

---

L'information sur les métiers et les formations est la nouvelle compétence transférée aux Régions par la loi du 5 septembre 2018. Elle sera mise en œuvre par l'agence régionale, au travers notamment d'un plan évènementiel et de communication qui s'appuiera largement sur les outils numériques.

La lutte contre les stéréotypes de genre s'inscrit en transversalité de cet axe opérationnel qui se décline en sept fiches-actions :

- **Fiche-action n° 2-1 : L'évènement régional annuel des métiers et des formations en Normandie**

*Une manifestation régionale des métiers avec l'ensemble des branches professionnelles et les autres partenaires de l'orientation et de la formation (au même moment que les sélections régionales des Olympiades des métiers) sera organisée tous les ans.*

*En 2020, trois jours de manifestation se tiendront au parc des expositions de Rouen les jeudi 6, vendredi 7 et samedi 8 février : immersions, découvertes, gestes métiers, rencontres avec des professionnels, des conseillers, des centres de formation, conférences à destination des familles, etc...*

- **Fiche-action n° 2-2 : Des évènements thématiques régionaux**

*Tout au long de l'année, l'agence régionale mettra à la disposition des partenaires, lors d'évènements thématiques ou territoriaux, une ingénierie et des outils d'information Métiers : les métiers qui recrutent, les forces des territoires, la promotion de l'apprentissage comme méthode pédagogique, etc...*

- **Fiche action n° 2-3 : Des évènements sur les territoires**

*L'agence régionale organisera ou contribuera à des évènements sur les territoires sous différents formats : une journée / une thématique, des visites d'entreprises, des forums métiers dans les établissements scolaires, des portes ouvertes de structures telles que les organismes de formation, école d'ingénieurs, etc...*

- **Fiche action n° 2-4 : Le premier salon virtuel « Ma seconde orientation »**

*Ce salon virtuel sera un évènement régional en ligne permettant d'informer, accompagner, redonner confiance à des étudiants en décrochage quelques mois après la rentrée universitaire. Grâce aux technologies 3D, il sera possible de se déplacer au sein d'un espace immersif, au plus proche de la réalité pour entrer en contact avec des professionnels, contacter des conseillers, découvrir des métiers, contacter des écoles, réaliser des « tests » d'orientation, participer à des conférences en ligne, etc...*

*Une expérimentation sera menée dès novembre / décembre 2019.*

- **Fiche-action n° 2-5 : Des kits métiers immersifs et ludiques**

*Des outils de valorisation de tous les secteurs professionnels et des métiers seront mis à disposition des partenaires lors des différentes manifestations sur les territoires. Ces kits seront co-construits avec les branches professionnelles et seront une marque de fabrique de l'agence lors de la manifestation régionale annuelle et des évènements territorialisés.*

- **Fiche-action n° 2-6 : La culture digitale au service de l'orientation et de l'information métiers**

*L'action vise à permettre à tous les publics d'avoir accès à des ressources et services digitaux régionaux pouvant les éclairer et les aider dans un parcours d'orientation tout au long de la vie. Une approche ludique de l'information sera développée, ancrée dans les pratiques numériques actuelles telles que la réalité virtuelle, la réalité augmentée, la vidéo immersive (360°), le motion design, etc... La culture digitale sera diffusée à travers la création d'une chaîne TV de l'orientation, de vidéos agiles, d'applications mobiles, d'animation de communautés via les réseaux sociaux.*

- **Fiche-action n° 2-7 : Objectif mixité**

*Lors de l'accompagnement des élèves dans la conception de leurs projets de poursuite d'études ou d'insertion professionnelle, des actions spécifiques doivent être menées, auprès des enseignants, des élèves et de leurs familles, des professionnels de l'orientation, pour lutter contre les stéréotypes et promouvoir, auprès des filles comme des garçons, les filières qui sont les moins mixtes.*

## **Axe opérationnel n°3 :**

# **Accompagner les acteurs de l'orientation, les équipes éducatives et les familles**

---

L'objectif de la stratégie est de mobiliser toutes les ressources humaines disponibles sur les territoires. Si les équipes éducatives sont au cœur du dispositif, la place des familles reste essentielle et justifie qu'un accompagnement spécifique leur soit dédié.

L'axe opérationnel se décline en sept fiches-actions :

- **Fiche-action n° 3-1 : Des ateliers d'accompagnement des pratiques d'orientation**

*Cette offre, destinée aux professionnels, vise à partager une définition commune de l'orientation et des modalités d'intervention. Elle pourra se traduire, d'une part, par une intervention dans le cadre du Plan Académique de Formation et, d'autre part, par une offre de service supplémentaire au travers d'ateliers de pratique d'orientation.*

- **Fiche-action n° 3-2 : Des journées de découverte du monde professionnel**

*L'action s'adresse aux professionnels de l'accueil – information – orientation et du conseil en évolution professionnelle, ainsi qu'aux personnels de l'Education nationale. Elle consiste à définir une programmation annuelle d'actions d'immersion par filières, secteurs ou métiers. Chaque action pourra être de durée et de format différent selon les ressources du territoire.*

- **Fiche-action n° 3-3 : La fédération des associations et bénévoles de l'orientation**

*L'action vise à permettre aux acteurs associatifs et bénévoles de se rencontrer et à susciter une émulation par la mise en réseau des différentes associations présentes sur le territoire dont les actions sont souvent complémentaires. L'agence régionale aura un rôle de facilitateur et de mise en réseau. Elle pourra apporter une aide matérielle (mais non financière) et un appui en ingénierie aux actions locales portées par ces structures.*

- **Fiche-action n° 3-4 : Les cafés des parents**

*L'action vise à accompagner des groupes de parents dans leur rôle de « guide » à l'égard de leurs enfants en matière d'orientation. Des groupes de 15 à 20 parents seront réunis pour des temps d'échanges courts, animés par des professionnels. Ces « cafés des parents » se tiendraient à 3 périodes clés de l'orientation dans l'année : octobre, décembre et février, soit dans les locaux de l'agence régionale, soit sur les territoires, dans des locaux associatifs, maisons de service public, cafés, etc...*

- **Fiche-action n° 3-5 : Des parents témoins de leur métier**

*L'agence régionale proposera aux parents qui interviennent au sein des établissements scolaires, lors de forums ou de salons, un kit ou guide pour les accompagner dans leurs présentations, les sensibiliser aux stéréotypes ancrés dans les représentations métiers, et leur proposer des outils pour étayer leurs témoignages.*

- **Fiche-action n° 3-6 : Des actions pour une approche participative des familles**

*Des cycles de conférences / séquences / ateliers seront organisés à destination des familles et des jeunes, afin de développer des échanges et de les informer sur des thématiques « Orientation », « Réorientation », « Formation », etc... ou sur des zooms spécifiques tels que l'alternance.*

- **Fiche-action n° 3-7 : Le panorama des dispositifs d'orientation**

*L'action vise à rendre lisible l'ensemble des dispositifs d'orientation et d'insertion professionnelle, par une grille de lecture qui permettra le recensement des dispositifs existants et aboutira à l'élaboration d'un panorama dynamique mis à disposition des professionnels intervenant dans les champs de l'orientation, de la formation et de l'emploi. Ce panorama, adossé à une plateforme collaborative, pourra évoluer vers une cartographie interactive.*

## **Axe opérationnel n°4 :**

# **Renforcer le lien entre les acteurs économiques et les territoires**

---

La Région entend proposer aux entreprises, ainsi qu'aux filières et branches professionnelles, un cadre fédérateur pour coordonner leurs nombreuses initiatives et engagements du quotidien afin de démultiplier les énergies et amplifier les actions. Ainsi, les entreprises normandes seront au cœur de la gamme de services déployée par l'agence régionale ; elles seront par ailleurs associées à sa gouvernance.

L'axe opérationnel se décline en trois fiches-actions :

- **Fiche-action n° 4-1 : Une charte d'engagement avec les entreprises**

*La charte d'engagement régionale traduira la responsabilité sociétale des entreprises au travers de :*

- o *l'accueil de stagiaires,*
- o *l'organisation de visites d'entreprises,*
- o *l'appel au volontariat d'ambassadeurs métiers,*
- o *la mise à disposition de leurs plateaux techniques et de leurs équipes.*

*L'implication des acteurs socio-économiques dans leur ouverture à la découverte des métiers sera valorisée par l'attribution d'un label.*

- **Fiche-action n° 4-2 : Un réseau d'ambassadeurs métiers normand**

*L'action consiste à mettre en place un réseau d'ambassadeurs métiers engagés aux côtés de la Région dans le cadre d'une charte d'engagement et au titre d'une démarche volontariste pour la promotion de leurs savoir-faire et de leurs métiers, afin de témoigner et faire partager leur expérience. Par leurs conseils, leurs témoignages et leur soutien, ces professionnels permettront aux différents publics en démarche d'orientation de préciser leurs choix et d'être aidés dans la construction de leur projet.*

- **Fiche-action n° 4-3 : La contractualisation avec les branches professionnelles**

*L'agence régionale sera associée à l'animation, menée par la Région, des accords de partenariat avec les branches professionnelles et les filières. Par ces accords, la Région Normandie et les branches professionnelles s'engagent à collaborer dans un objectif d'évolution de l'offre de formation et mettront en œuvre des actions mutualisées et renforcées sur le champ de l'orientation-emploi-formation, avec une visée d'insertion professionnelle des différents publics.*

## Axe opérationnel n°5 : Lutter contre le décrochage scolaire

---

La Normandie reste un territoire touché plus que la moyenne française par le phénomène de décrochage scolaire. L'objectif de la stratégie régionale est de mettre en place un partenariat innovant Education nationale / Région, en vue de mieux observer et diagnostiquer le territoire régional sur cette problématique, et de mieux articuler les solutions proposées, afin de prévenir au mieux le phénomène de décrochage.

L'axe opérationnel se décline en quatre fiches-actions :

- **Fiche-action n° 5-1 : Un observatoire du décrochage scolaire en Normandie**

*L'observatoire de lutte contre le décrochage scolaire établira des études et analyses en amont, sur les facteurs de décrochage et les spécificités constatés sur les territoires, comme en aval, sur les solutions proposées. Les résultats fournis par l'observatoire permettront d'alimenter le rapport annuel sur la situation du décrochage en Normandie.*

- **Fiche-action n° 5-2 : Un réseau des acteurs de la lutte contre le décrochage scolaire à animer**

*Cette action vise à favoriser l'émergence d'une gouvernance souple, réunissant l'ensemble des acteurs agissant sur la lutte contre le décrochage scolaire, dans une dynamique partenariale avec l'objectif d'une perception fine des besoins du territoire, des publics et des professionnels. Il est proposé la mise en place d'une animation régionale des plateformes de suivi et d'appui aux décrocheurs (PSAD) autour de trois modalités : un groupe projet, un comité des PSAD, réuni deux à trois fois par an, et une réunion plénière annuelle.*

- **Fiche-action n° 5-3 : Une offre de service de lutte contre le décrochage scolaire à faire connaître**

*Cette offre a pour but de démultiplier les actions de communication régionales et territoriales, en vue de mieux faire connaître l'offre de service normande, tant sur la persévérance que sur la remédiation. Sont notamment prévus un temps fort annuel auprès des professionnels normands et des familles, un programme d'actions territoriales d'interconnaissance des acteurs de persévérance/remédiation, ainsi qu'un document dématérialisé de communication.*

- **Fiche-action n° 5-4 : Un suivi en temps réel des places de remédiation disponibles**

*L'offre de service de remédiation s'étoffe au fur et à mesure en Normandie (écoles de production, micro-lycées, établissements publics d'insertion de la défense (EPIDE), etc...). Toutefois, certains de ces outils n'accueillent pas toujours autant de jeunes qu'ils le pourraient. La mise en place d'une plateforme de suivi en temps réel des places disponibles au sein de chacune des solutions de remédiation permettra, pour toute personne effectuant des préconisations auprès des jeunes (professeurs principaux, psychologues de l'Education nationale, conseillers de la mission de lutte contre le décrochage scolaire et des missions locales, etc...), de donner des conseils en correspondance avec les possibilités effectives.*

## Axe opérationnel n°6 : Créer une agence régionale de l'orientation et des métiers

---

L'agence régionale de l'orientation et des métiers est l'instrument de la stratégie régionale dont elle sera chargée de la mise en œuvre. Elle sera un lieu privilégié d'échanges, de partage des connaissances et d'expérimentation, au service de tous les publics, des professionnels et des territoires. La Région y associera l'ensemble de ses partenaires au sein d'une gouvernance partagée.

La mise en œuvre de l'offre de service ne sera efficace sur l'ensemble du territoire normand que si elle est menée au plus près du terrain et en lien avec tous les acteurs concernés. La déclinaison territorialisée de la stratégie régionale, par le biais notamment de postes de coordonnateurs et coordonnatrices territoriaux, constitue un des facteurs clé de sa réussite.

L'axe opérationnel se décline en deux fiches-actions :

- **Fiche-action n° 6-1 : La construction de l'agence**

*L'agence sera un établissement public local dont le siège sera situé à Rouen. Des antennes seront implantées notamment à Caen et Le Havre. Son ouverture sera effective au 1<sup>er</sup> janvier 2020.*

*La gouvernance de l'agence sera organisée en deux instances :*

- o un conseil d'administration composé de représentants de la Région, de l'Etat, des conseils départementaux, des organisations patronales et consulaires et des universités ;*
- o un conseil consultatif composé de membres reconnus pour leur implication et leur expertise dans le champ de l'orientation et de l'information sur les métiers et les formations. Il sera organisé en quatre collèges : EPCI, branches professionnelles et filières, réseaux d'acteurs du service public régional de l'orientation, associations actives dans le champ de l'orientation.*

*L'effectif de l'agence sera compris entre 45 et 50 personnes.*

- **Fiche-action n° 6-2 : La création d'une coordination territoriale**

*Répartis par secteurs géographiques sur l'ensemble du territoire, les coordonnateurs/coordonnatrices territoriaux seront les interlocuteurs des établissements d'enseignement, pour mettre en œuvre les actions d'information et de découverte des métiers et des formations à destination des publics scolaire, étudiant et apprenti. Ils formeront des référents des équipes éducatives aux actions et outils d'information et de découverte des métiers et des formations développés par l'agence. Ils développeront des relations partenariales dynamiques avec les acteurs du service public régional de l'orientation (SPRO). Ils seront les référents territoriaux des actions de lutte contre le décrochage scolaire et des actions de promotion de la validation des acquis de l'expérience.*