



# Ouvrir le champ des possibles

Comment se dessinent les itinéraires  
de la professionnalisation ?

Note stratégique sur les leviers d'attractivité des métiers

 Copilot  
Partners

**thalamus**  
INTELLIGENCES CRÉATIVES

# Sommaire

## Introduction

### Ouvrir le champ des possibles

Pourquoi la question  
du choix est devenue  
centrale aujourd'hui ?

3

1

### Les moments qui comptent

Quand et comment  
se jouent les  
grandes décisions  
d'orientation ?

10

2

### Ce qui pèse dans la balance de décision

Famille, école, pairs,  
territoires, imaginaires :  
les cercles d'influence.

31

3

### Ce qui attire... et ce qui retient

Image des secteurs,  
promesses des  
métiers, construction  
des représentations.

41

4

### Une orientation à plusieurs voix

Cartographie d'un  
écosystème d'acteurs,  
de rôles et d'interactions.

48

5

### S'informer pour décider

Accès à l'information,  
usages réels,  
confiance dans  
les sources.

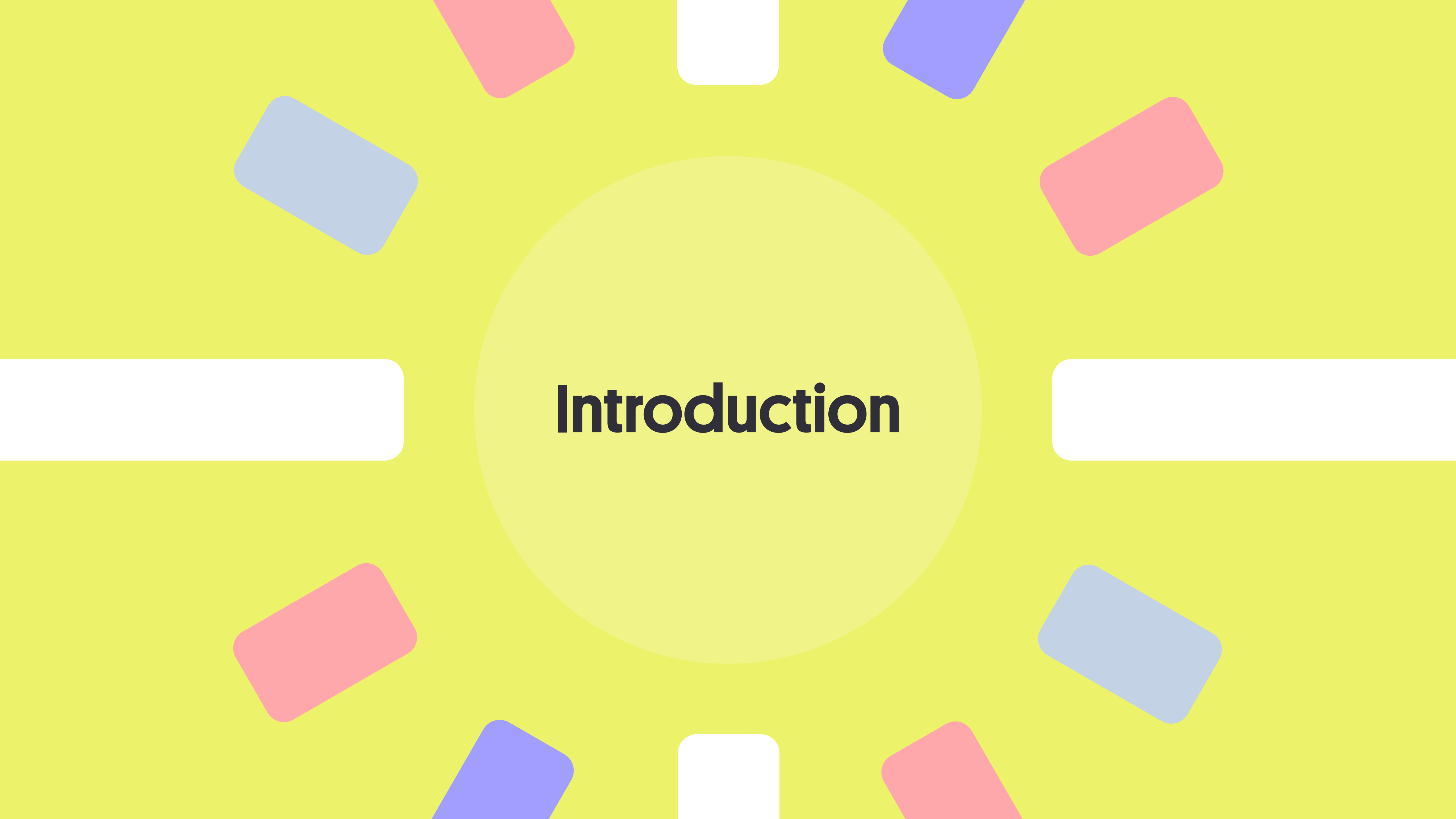
57

## Conclusion

### Éclairer les choix de demain

Enseignements clés et  
perspectives d'action.

64

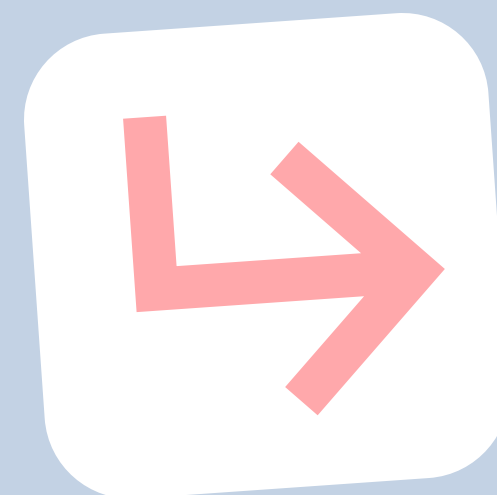


# Introduction

# Propos introductif

Un **itinéraire professionnel** correspond à une démarche d'orientation tout au long de la vie. Il reflète un parcours individuel jalonné de choix - d'études, de métiers, de secteurs professionnels - combiné aux opportunités d'insertion dans le monde professionnel.

La construction de ces itinéraires s'inscrit dans un contexte d'évolution du monde du travail qui se caractérise par de profondes mutations normatives, sociétales et économiques.



On peut citer parmi ces mutations :

- La transformation du marché du travail portée par les transitions numérique, écologique, démographique qui redéfinissent les compétences attendues
- La responsabilisation des individus dans la construction de leur **parcours professionnel** incarnée par la loi pour la liberté de choisir son avenir professionnel<sup>1</sup>. Elle réaffirme le droit à la formation tout au long de la vie et responsabilise davantage les individus dans la construction de leurs parcours. De nombreux dispositifs ont été mis en place suite à la promulgation de cette loi.
- Un **nouveau rapport au travail** observé depuis une dizaine d'année et amplifié par la crise du Covid-19, se matérialisant par une recherche accrue de sens et d'utilité sociale, d'équilibre vie professionnelle-vie personnelle, de conditions de travail plus flexibles et humaines – notamment chez les jeunes générations<sup>2,3</sup>.

1 Loi n° 2018-771 du 5 septembre 2018 pour la liberté de choisir son avenir professionnel

2 Source IPSOS: <https://www.ipsos.com/fr-fr/observatoire-societal-des-entreprises-le-rapport-au-travail-de-la-generation-z?>

3 Source Institut Montaigne <https://www.ipsos.com/fr-fr/observatoire-societal-des-entreprises-le-rapport-au-travail-de-la-generation-z?>

# Trouver sa voie : des choix individuels tout au long du parcours professionnel

## L'itinéraire est individuel ;

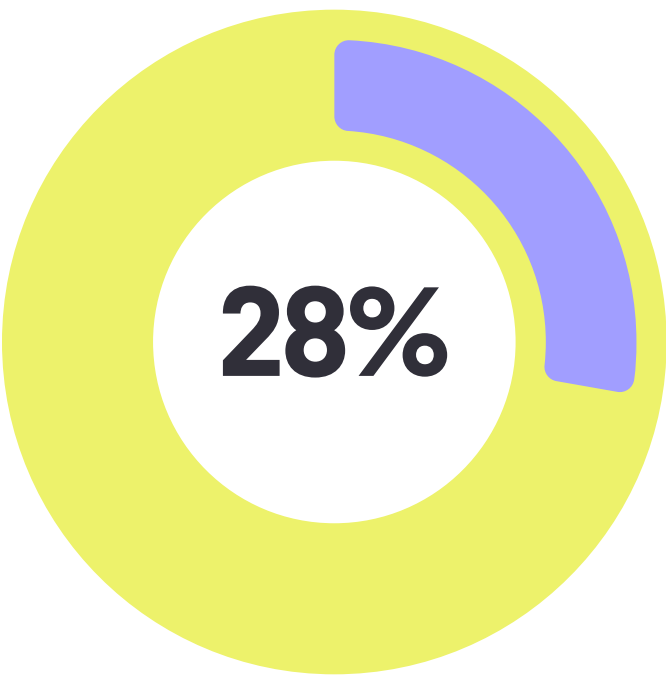
il s'agit pour chacun de trouver sa place dans le monde du travail en effectuant des choix, qui interviennent tôt lors de l'orientation scolaire et qui sont réinterrogés tout au long de la vie. Choisir un métier, un secteur d'activité, décider d'en changer ou devoir en changer sont autant d'étapes qui jalonnent les itinéraires de la professionnalisation.

## L'enjeu est collectif ;

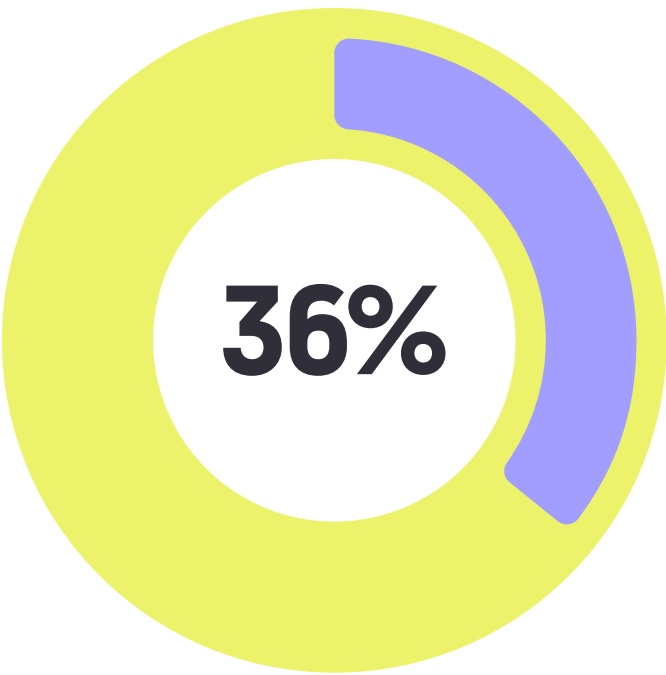
la société s'organise autour d'individus insérés et épanouis professionnellement car leurs compétences sont reconnues et en adéquation avec les besoins de développement économique et social.

Une enquête révèle que **28%** des 18-24 ans interrogés se déclarent insatisfaits de leur orientation. Entre 2020 et 2023, **36%** des jeunes ayant terminé leurs études en 2017 déclarent avoir envisagé une réorientation professionnelle, et près de **25%** avoir entamé des démarches en ce sens. Il existe donc un défi majeur à l'échelle de la société : réconcilier les aspirations individuelles et les besoins en compétences, sans tomber dans une logique purement « adéquationniste » et tout en contribuant à ce que chacun fasse un choix « éclairé ».

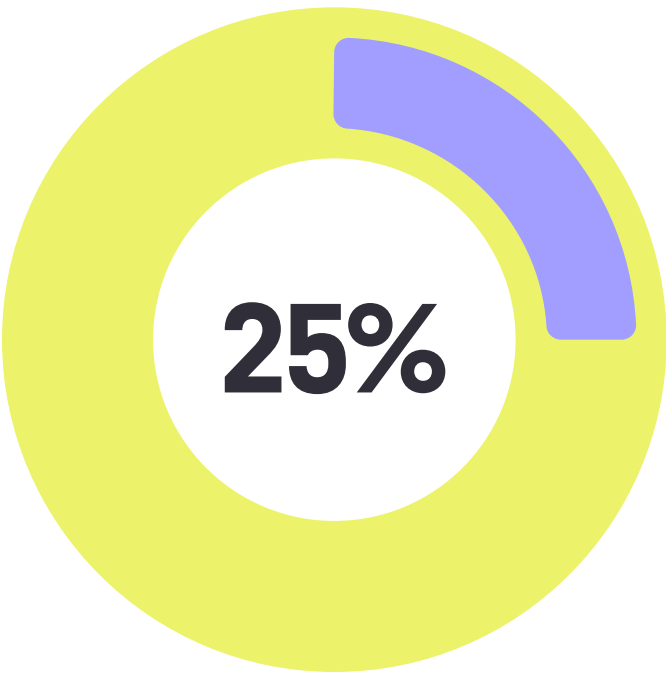
4 Cereq, Enquête génération 2017, 2023



des 18-24 ans  
interrogés se déclarent  
insatisfaits de leur  
orientation



des jeunes ayant  
terminé leurs études  
en 2017 déclarent  
avoir envisagé  
une réorientation  
professionnelle entre  
2020 et 2023



déclarent avoir entamé  
des démarches en  
ce sens<sup>4</sup>.

## Les leviers des pouvoirs publics pour adresser ce défi sont :

### En amont :

**l'élaboration de la politique d'orientation** du Ministère de l'Éducation Nationale dont l'objectif est de donner aux élèves les moyens de construire leurs propres parcours ; le plan Avenir avec le plan pluriannuel d'éducation à l'orientation [PPO]<sup>5</sup> et l'évolution des cartes des formations initiales scolaires qui relève de la compétence partagée entre la Région – collectivité – et la région académique.

### En aval :

**la création des conditions d'un accès aux ressources disponibles** permettant à tout individu de favoriser son insertion professionnelle puis de construire son parcours de transition professionnelle. *« Il s'agit aussi de faire des mobilités professionnelles un instrument d'accompagnement des mutations économiques et écologiques, en facilitant les mobilités intersectorielles – notamment celles répondant à des enjeux définis collectivement comme stratégiques »*<sup>6</sup>.

<sup>5</sup> MENESR, Note de service du 2 juillet 2025, Mise en œuvre du plan Avenir à partir de l'année scolaire 2025-2026, <https://www.education.gouv.fr/bo/2025/Hebdo27/MENE2519127N>

<sup>6</sup> Étude Haut-Commissariat au plan, REC | Relever collectivement le défi des transitions professionnelles, 2023

Les pouvoirs publics au niveau national ou territorial ont créé ou encouragé la mise en place de moyens et dispositifs d'accompagnement à l'orientation scolaire et à la reconversion professionnelle dont l'information sur les métiers et filières professionnelles fait partie **intégrante** afin de favoriser l'insertion professionnelle, l'employabilité, et le maintien en activité et ce, souvent en coopération avec les représentants des acteurs économiques.

L'enjeu capital pour ces derniers - branches professionnelles, fédérations ou syndicats professionnels - est d'assurer l'attractivité de leurs métiers et filières afin de disposer du vivier de compétences nécessaires ; ils sont ainsi les meilleurs ambassadeurs pour informer sur leurs métiers et valoriser leur filière.

Face à ce défi d'attractivité et de valorisation, plusieurs questions doivent être posées :

À quels moments se jouent les choix d'orientation, de réorientation ou de reconversion ?

Quels sont les facteurs déterminants qui influencent ces trajectoires ?

Comment favoriser une orientation choisie vers des filières et secteurs en demande de recrutement ?

Quels éléments produisent l'attractivité d'un métier ou d'une filière ? Comment s'assurer de l'accès à la bonne information ?



Apporter une réponse à ces questions doit constituer le socle de la construction d'une stratégie de valorisation des filières et des métiers en France.

C'est dans cette lignée que **Copilot Partners**, cabinet de conseil spécialisé dans le secteur de...

**l'éducation**

**la formation**

**l'orientation**

et l'agence de communication **Thalamus**, ont uni leurs expertises pour analyser les étapes et les mécanismes qui structurent les choix d'orientation vers un secteur ou une filière professionnelle.

**À cette fin, nous avons mobilisé nos expériences ainsi que des sources scientifiques et institutionnelles pour alimenter notre analyse et offrir aux acteurs économiques des éléments de compréhension et des pistes de réflexion pour appréhender les clés de valorisation de leurs filières.**



## Copilot Partners

Copilot Partners est un cabinet de conseil spécialiste des secteurs de l'Éducation, de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche, de l'Orientation et la Formation tout au long de la vie.

Depuis 20 ans, nous accompagnons des acteurs publics et privés dans leur compréhension des écosystèmes, leur connaissance des publics, la définition de leur stratégie et son opérationnalisation.

Une vie active épanouie est révélatrice d'un système éducatif et d'une orientation réussie reposant sur une bonne connaissance des métiers et de leur réalité.

Nous mettons notre expertise et méthodologie au service des parties prenantes (collectivités et opérateurs, branches et fédérations professionnelles, OPCO, organismes de formation) pour une meilleure appréhension de leurs publics, l'élaboration, le pilotage et l'évaluation de leur stratégie.



[www.copilotpartners.com](http://www.copilotpartners.com)

## Thalamus

Les intelligences créatives qui pensent performance.

Thalamus est une agence de communication 360°, spécialisée depuis plus de 20 ans dans l'accompagnement des acteurs de l'emploi, de la formation et des filières professionnelles.

Nous intervenons aux côtés des branches professionnelles, opérateurs de compétences, organismes de formation et institutions pour répondre à leurs enjeux d'attractivité, d'orientation et d'image institutionnelle.

Convaincus que l'attractivité des métiers ne se décrète pas mais se construit dans la durée, nous développons des stratégies qui croisent vision stratégique, créativité et performance afin de rendre les parcours professionnels plus visibles, compréhensibles et désirables. Notre approche associe analyse des publics, structuration des récits métiers, conception de dispositifs de communication et pilotage de la performance, pour transformer les enjeux des filières en leviers d'engagement durable.



[www.thalamus-ic.fr](http://www.thalamus-ic.fr)





01

# Les moments qui comptent

Quand et comment se jouent  
les grandes décisions d'orientation ?

# Choisir sa voie : les temps des choix de l'orientation professionnelle

## Sphère scolaire

**Les premiers choix d'orientation s'opèrent dans la sphère scolaire : choisir des études ou une formation dans la perspective d'exercer un métier.**

La question du secteur d'activité dans lequel exercer le métier peut alors se poser à ce moment du choix d'études, ou être reportée au moment de l'insertion professionnelle, via le choix d'une entreprise ou d'une organisation appartenant à un secteur d'activité spécifique.

# Les temps clés de l'orientation scolaire et de l'exposition au monde professionnel

## Collège

6<sup>e</sup> 5<sup>e</sup> 4<sup>e</sup> 3<sup>e</sup>

Brevet des collèges 3,2 M d'élèves

Dès la 5<sup>e</sup>  
Organisation de temps de découverte des métiers

En 3<sup>e</sup>  
Stage d'observation  
d'une durée de  
3 à 5 jours

2<sup>e</sup> semestre de 4<sup>e</sup>  
Orientation vers  
une 3<sup>e</sup> prépa-  
métiers

3<sup>e</sup> Prépa-Métiers  
32k élèves  
Destiné à une  
orientation en  
voie pro ou en  
apprentissage

### Légende

Exposition au monde de l'entreprise

Choix d'un secteur/filière

Possibilité d'alternance ou d'apprentissage

©Copilot Partners 2026

## Lycée

2<sup>nde</sup> 1<sup>ère</sup> Tle

Baccalauréat général

2<sup>nde</sup>  
Stage d'observation  
de 2 semaines en juin

1,6M élèves en Bac GT et Techno

Baccalauréat techno  
Exemple Bac techno spécifiques filières :  
Sciences et technologies de l'hôtellerie et de la restauration  
Sciences et techniques du théâtre, de la musique et de la danse

Baccalauréat professionnel - 526k élèves

Exemple Bac pro spécifiques filières : Bois et dérivé, Métallurgie

Bac Pro  
16 à 30 semaines de stages, réparties sur les 3 années

Baccalauréat professionnel agricole - 68k élèves

Bac Pro agricole  
18 à 22 semaines de stages, réparties sur les 3 années

CAP - 106k élèves

CAP  
12 à 14 semaines de stages, réparties sur les 2 années

## Supérieur

1A 2A 3A 4A 5A Et +

BTS  
Exemple BTS spécifiques filières :  
Production animale

Classes prépa CPGE

DN Made

DSSA

DCG

Universités - 1,6M d'étudiants

BUT

Licence

Master

Doctorat

Écoles spécialisées & grandes écoles

Bachelor  
Exemple Bachelor spécifiques filières :  
responsable commercial immobilier de prestige

MS MSc  
Exemple MS MSc spécifiques filières : International Agribusiness

Programme en 5 ans

**Le moment du choix du secteur d'activité dépend étroitement du type de formation suivie.**

**Les études courtes et professionnalisantes** (CAP, Bac Pro) orientent souvent très tôt vers un secteur déterminé [CAP Coiffure, CAP agent de propreté et hygiène, Bac Pro Métallurgie, Bac Pro Fonderie, Bac Pro Travaux Public ...].

**D'autres formations, même courtes et professionnalisantes** demeurent néanmoins plus transversales, comme le CAP Maintenance des Matériels ou le Bac Pro Vente.

**Toujours est-il que pour de nombreux jeunes, le choix du secteur s'effectue dès la classe de troisième, soit à 15 ans.**



À l'inverse, **d'autres parcours d'études** – a fortiori dans l'enseignement supérieur – renvoient davantage à un domaine professionnel (santé, droit, management, ingénierie, commerce, etc.) qu'à un secteur d'activité précis.

**Pour ces jeunes adultes, le choix du secteur s'effectue plus tard, souvent au moment de la recherche d'emploi.**



**Il convient toutefois de rappeler que ce choix reste souvent théorique : l'orientation vers des filières courtes résulte encore trop souvent de résultats scolaires jugés insuffisants, qui conduisent les équipes éducatives à recommander une formation en apprentissage ou un cursus professionnalisant.**

**Le rôle de la communauté éducative est donc déterminant : c'est elle qui guide les élèves dans leurs choix d'études, et, par conséquent, façonne les futures cohortes de jeunes qualifiés prêts à intégrer le marché du travail.**

Cette temporalité du choix d'orientation est essentielle à prendre en compte dans toutes les démarches d'information et de valorisation de filières professionnelles.

Au-delà des moments clés de choix d'orientation, le parcours scolaire est ponctué de temps d'exposition au monde professionnel, devenus depuis plusieurs années un axe structurant des politiques éducatives. Dans cette optique, le Ministère de l'Éducation nationale a engagé diverses réformes visant à renforcer les liens entre l'école et le monde du travail.



À ces fins, plusieurs dispositifs ont été mis en place par les pouvoirs publics :

### Le stage obligatoire de 3<sup>e</sup>

Établie au cours des années 2000, la « **séquence d'observation en milieu professionnel** » est **obligatoire** pour tous les élèves de **classe de 3<sup>ème</sup>**. Cette séquence d'une durée de **5 jours** est conçue comme une expérience concrète en vue de préciser le **projet professionnel** des élèves.

<sup>7</sup> Parcours Avenir est un parcours de découverte des métiers organisé dès le collège, [La découverte des métiers au collège | éducol | Ministère de l'Éducation nationale](#)

<sup>8</sup> Loi n°2013-595 du 8 juillet 2013 d'orientation et de programmation pour la refondation de l'école de la République

### La Découverte Des Métiers (DDM) dès le collège

Pilier du Parcours Avenir<sup>7</sup>, la **découverte des métiers** est un dispositif éducatif national, instauré par la **loi de refondation de l'école de la République** de 2013<sup>8</sup>. Son objet est d'aider les jeunes à construire progressivement leur projet d'orientation et d'**insertion professionnelle** en découvrant le monde économique et social dès la 5<sup>e</sup>. La **DDM** s'appuie sur des activités pédagogiques, le montage de projets partenariaux et l'organisation de rencontres avec des **professionnels** par les établissements scolaires.



## L'évolution du Lycée Professionnel

La voie professionnelle a évolué pour renforcer **l'alternance** et le lien **école-entreprise**. La mise en place des périodes de formation en milieu professionnel (**PFMP**) permet aux élèves d'acquérir des compétences en entreprise et ainsi favoriser leur **insertion**. Ces PFMP sont **obligatoires** dans le cadre des CAP et Bac Pro. Elles sont d'une durée de 12 à 14 semaines en CAP et de 18 à 28 semaines en Bac Pro.

## Les unités de formation par apprentissage (UFA) au sein des établissements scolaires

Les **UFA** sont des **structures internes** à un établissement scolaire ou en lien avec un **Centre de Formation d'Apprentis (CFA)** permettant aux élèves de suivre une partie de la formation à l'école, l'autre en entreprise. L'intégration de ces UFA au sein des établissements permet de rapprocher le cursus scolaire et **l'apprentissage**.

## La création de nombreux BTS, Licences Pro et Masters en alternance

Si les formations CAP se sont construites autour du principe d'apprentissage, et progressivement développé pour les **Bac Professionnels**, le principe **d'alternance** en études supérieures s'est développé plus récemment à partir de la **Loi Avenir Professionnel** de 2018 qui a grandement simplifié et encouragé financièrement les entreprises à recruter des apprentis. Ainsi, le nombre de formations en apprentissage proposé sur **Parcoursup** a évolué : de **3 100** en 2019, il est passé à **4 260** en 2020 et **6 000** en 2021 sur les 19 500 formations proposées au total<sup>9</sup>. L'ouverture de l'apprentissage aux étudiants du supérieur est néanmoins aujourd'hui affectée par la **diminution des aides à l'embauche** d'un apprenti votée en 2025 et commence à générer un repli des contrats en alternance en fin d'année<sup>10</sup>.

## La mise en place de Campus des métiers et des qualifications (CMQ)

Les **CMQ** sont des regroupements **labellisés** d'établissements scolaires, d'entreprises, de laboratoires et d'autres représentants de filières porteuses d'avenir. Ces **pôles d'excellence territoriaux** visent à fédérer les acteurs de la formation professionnelle autour d'acteurs économiques **stratégiques** dans des champs des transitions à venir. Depuis 2018, plus d'une centaine de **Campus des métiers** et des qualifications ont été labellisés<sup>11</sup> par une commission composée de représentants des collectivités régionales, académiques, de membres des directions du Ministère de l'Éducation nationale et de la jeunesse, de l'Enseignement supérieur, de la Recherche et de l'Innovation, et du ministère de l'Économie<sup>12</sup>.

<sup>9</sup> Rapport annuel au Parlement du Comité éthique et scientifique de Parcoursup, 2022, Page 65

<sup>10</sup> Décret n°2025-174 du 22 février 2025 relatif à l'aide unique aux employeurs d'apprentis et à l'aide exceptionnelle aux employeurs d'apprentis

<sup>11</sup> [Les Campus des métiers et des qualifications](#) | Ministère de l'Éducation nationale

<sup>12</sup> Idem

**Au-delà de l'orientation, le phénomène de la réorientation vient illustrer la difficulté des choix d'orientation.**

Le parcours dans l'enseignement supérieur n'est plus forcément un enchaînement fluide du bac à la licence, du master à l'entrée dans le monde professionnel.

Aujourd'hui les facteurs de réorientation sont multiples :

**Une mauvaise orientation lors du choix initial : 28% des 18-24 ans interrogés se déclarent insatisfaits de leur orientation<sup>13</sup>**

**Une méconnaissance de soi ou des formations : près de 20% des néo bacheliers ayant suivi une première année de licence<sup>14</sup> se réorientent**

**Des choix subis ou une orientation par défaut**



<sup>13</sup> Institut Montaigne, Une jeunesse plurielle – Enquête auprès des 18-24 ans, 2022

<sup>14</sup> Un quart des étudiants qui se sont réorientés en 2023 après une L1...

## **Sphère professionnelle**

**Si le cadre scolaire est la première étape de l'itinéraire professionnel, la carrière des actifs peut évoluer tout au long de leur vie dans le cadre de mobilités professionnelles voire de reconversions .**

# Les trajectoires des actifs : de l'insertion professionnelle à la reconversion

## Élèves du secondaire

**5,6 M** Sur l'année 24-25

Source : MEN, Depp, L'éducation nationale en chiffres édition 2025

- CAP
- Bac professionnel
- Bac professionnel agricole
- Bac techno

## Étudiants

**3 M** Sur l'année 24-25

Source : MESR, Note Flash SIES n°2025-17

- BTS
  - Licence pro
- Universités**
- BUT
  - Licence
  - Master
- Écoles spécialisées et Grandes écoles**
- Bachelor
  - MS MSc
  - Master / programme en 5 ans

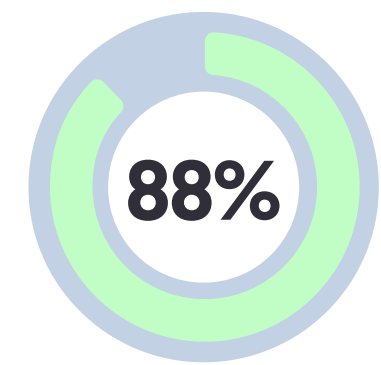
## NEETs

Près de **1,4 M**

Source : enquête Emploi en continu INSEE du octobre 2025

- École de la 2<sup>ème</sup> chance
- École de la production

Insertion professionnelle

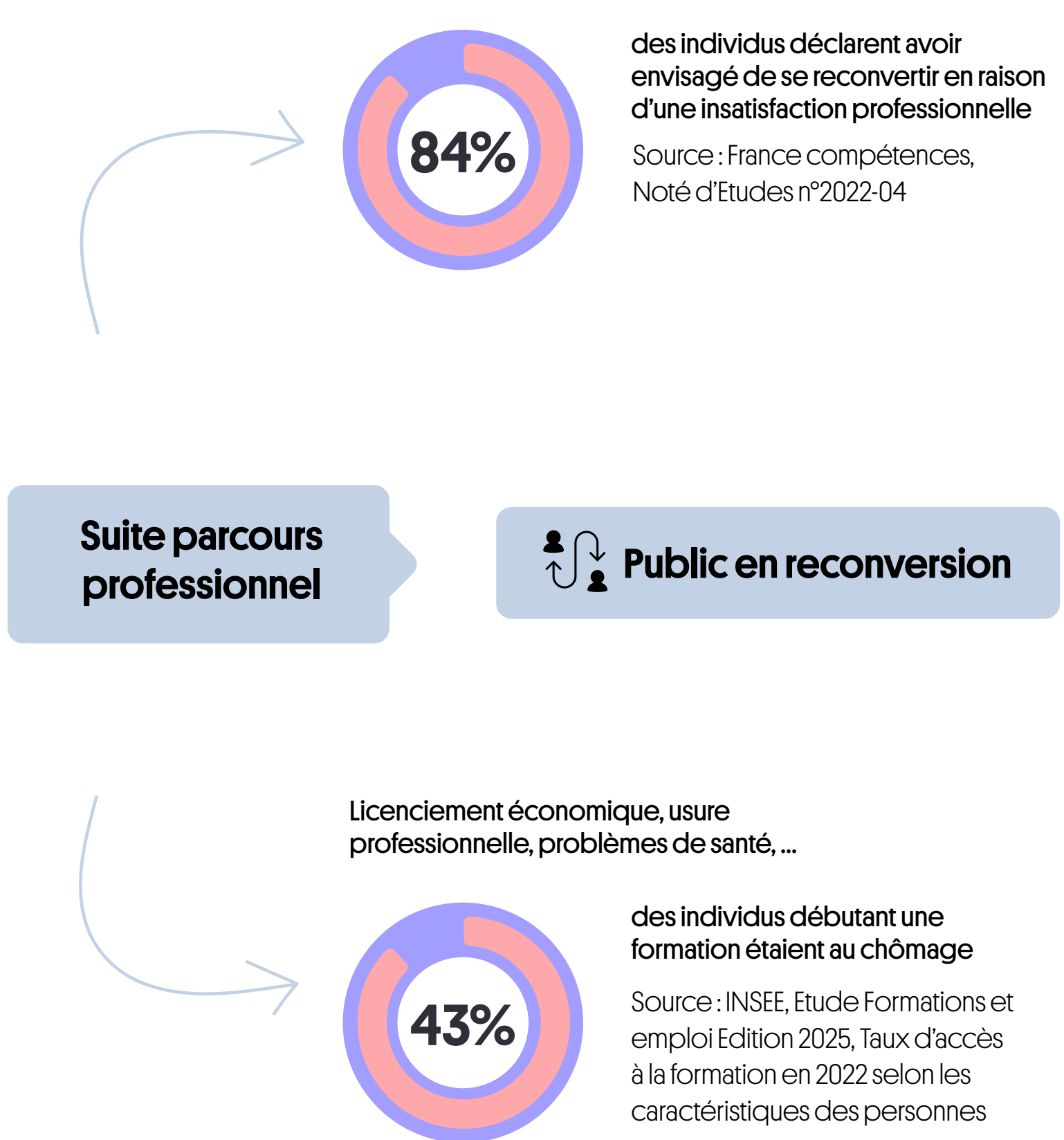


en emploi 12 mois après leur diplomation  
Source baromètre de l'insertion Apec

1<sup>er</sup> emploi



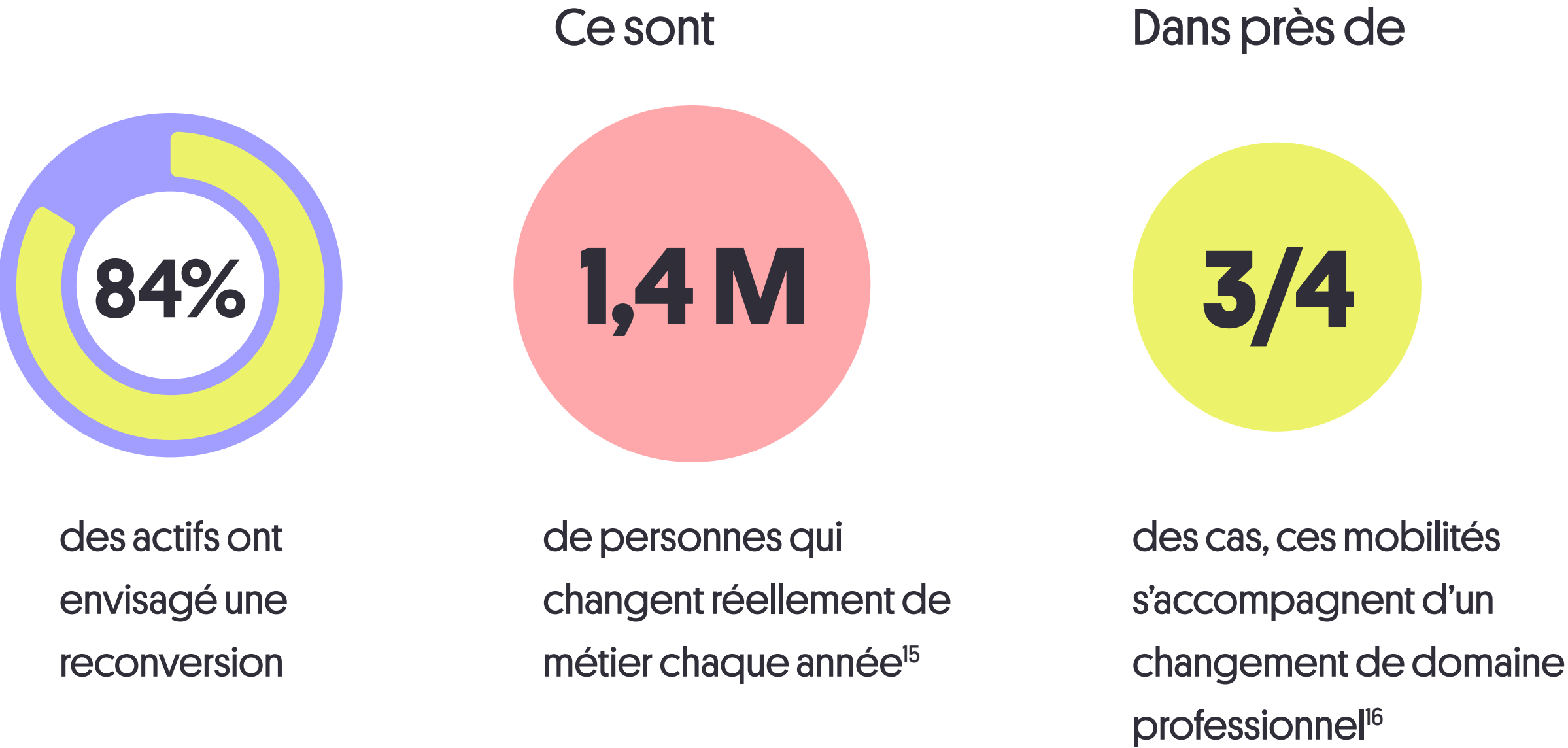
mois en moyenne pour la GenZ  
Source étude Edhec Newgen Talent Centre



©Copilot Partners 2026

La mobilité professionnelle concerne la mobilité des actifs d'un emploi vers un autre. Ces trajectoires sont de plus en plus fréquentes et concernent chaque année des millions de personnes.

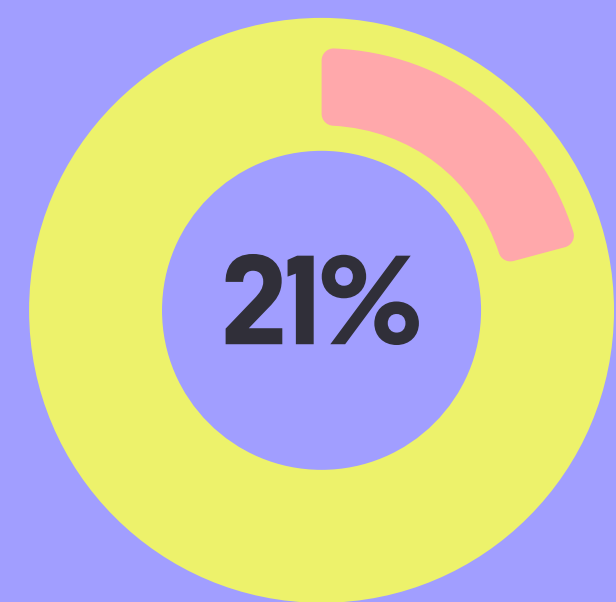
Ainsi selon France Compétences, en 2022,



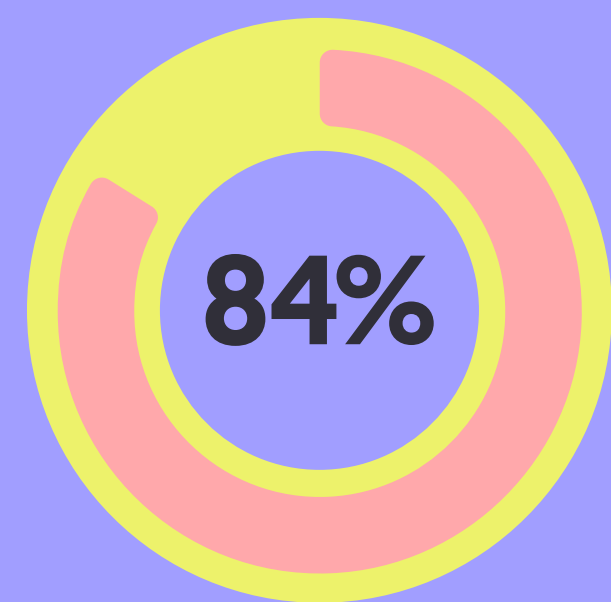
<sup>15</sup> DARES, 2024  
<sup>16</sup> Rapport France Stratégie, Accompagner les transitions professionnelles : un défi collectif, 2023, Graphique 2, à partir des enquêtes Emploi en continu 2006-2019 (Insee)  
<sup>17</sup> Rapport France Stratégie, Accompagner les transitions professionnelles : un défi collectif, 2023

Ces mobilités résultent de plusieurs facteurs et sont de natures variées : en 2021, on comptait 3,8 millions de fins de contrats en CDI, 3,2 millions de fins de contrats en CDD de plus d'un mois et 16 millions de fins de contrats de moins d'un mois<sup>17</sup>.

Les reconversions concernent les trajectoires d'actifs passant d'un métier à un autre n'ayant pas de rapport direct avec le premier ou modifiant radicalement ses conditions d'exercice<sup>18</sup>. Ces reconversions peuvent être subies [licenciement, fermeture d'entreprise, usure, problème de santé, etc.] ou choisies [quête de sens, recherche de meilleures conditions de travail, etc.].



des actifs en reconversion indiquent que la nécessité de rebondir après un incident professionnel est moteur dans leur nouveau parcours<sup>19</sup>



des individus déclarent avoir envisagé de se reconvertir en raison d'une insatisfaction professionnelle<sup>20</sup>

Toutefois, les parcours de reconversion peuvent également résulter d'une combinaison des deux contextes : le facteur extérieur étant un élément déclencheur d'un nouveau choix de métier.

<sup>18</sup> Rapport France Stratégie, Accompagner les transitions professionnelles : un défi collectif, 2023

<sup>19</sup> Baromètre BVA, Les actifs et reconversion professionnelle, 2021

<sup>20</sup> France Compétences, Note d'études n°4 Des reconversions professionnelles variées et éloignées des modèles linéaires, 2022, page 3

<sup>21</sup> Baromètre BVA, Les actifs et reconversion professionnelle, 2021

Bien qu'une **majorité** des actifs ait envisagé ou réalisé une reconversion professionnelle, leurs profils ne sont pas pour autant uniformes. La majeure partie d'entre eux sont des actifs entre 25 et 34 ans, **65%** des 50-64 ans ne l'ont jamais envisagé<sup>21</sup>.

Afin d'accompagner la transition qu'implique un changement de métier, les publics concernés peuvent solliciter l'appui d'accompagnements et de temps de formation. Plusieurs dispositifs d'accompagnement ont ainsi été mis en place par les pouvoirs publics :

### Le Conseil en Évolution Professionnelle (CEP)

est un dispositif gratuit et personnalisé d'accompagnement ouvert à toute personne active<sup>22</sup> souhaitant faire le point sur sa situation professionnelle, construire un projet d'évolution ou de reconversion. Le CEP peut être opéré par différents organismes, selon le statut de la personne accompagnée (France Travail, APEC, missions locales...).

<sup>22</sup> Selon le Bureau International du Travail, définition reprise par l'Insee, la population active regroupe les personnes en emploi et les personnes au chômage.

### Le Projet de Transition Professionnelle (PTP)

s'adresse aux salariés souhaitant changer de métier ou de profession. Il leur permet de suivre une formation certifiante, en lien avec leur projet de reconversion, tout en bénéficiant du maintien de leur rémunération sous certaines conditions. L'accompagnement est assuré par les associations Transitions Pro.



Dans le cadre de projets d'évolution ou de reconversion, le financement de la formation constitue un levier majeur. À ce titre, plusieurs dispositifs accompagnent les individus :

### **L'aide individuelle à la formation (AIF)**

est une aide financière attribuée par France Travail. Elle s'adresse aux demandeurs d'emploi ou aux personnes en reconversion dont le projet de formation est cohérent avec leurs parcours professionnels.

### **La préparation opérationnelle à l'emploi individuel (POEI)**

La POEI s'inscrit dans une logique d'accès direct à l'emploi. Elle permet à un demandeur d'emploi de suivre une formation préalable à l'embauche lorsque l'entreprise intéressée identifie un besoin en compétences spécifiques.

### **L'aide à la mobilité**

est destinée à couvrir les frais de formation liés aux déplacements, à l'hébergement et à la restauration pour éviter que la distance ne constitue un frein à la reprise d'activité ou à la montée en compétences.

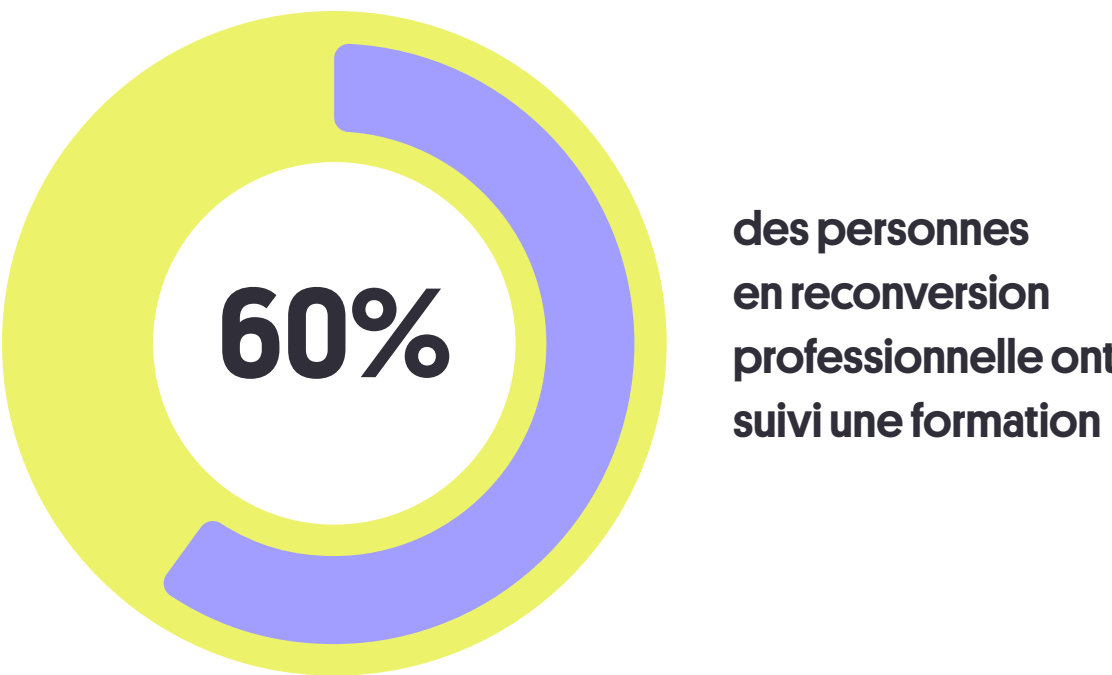
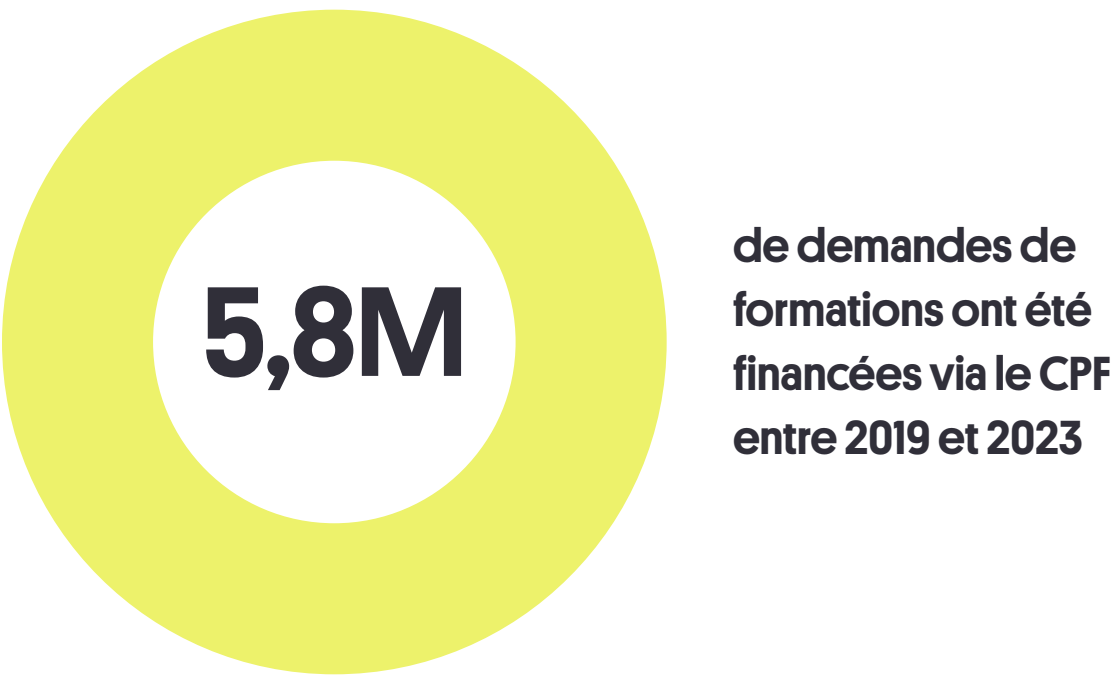
Afin de favoriser le recours à la formation, la loi pour la liberté de choisir son avenir professionnel de 2018<sup>23</sup> est venu **renforcer les possibilités de formation des actifs**, en soutenant le développement des formations à l’initiative de l’individu.

**Le Compte personnel de formation (CPF)** ouvre droit à des formations d’adaptation, mobilisables dans le cadre de mobilités et reconversions professionnelles. Ainsi entre 2019 et 2023, près de **5,8 millions** de demandes de formations ont été financées via le CPF<sup>24</sup>.

À ce jour, près de **60% des personnes en reconversion professionnelle ont suivi une formation**<sup>25</sup>. Le recours à la formation répond souvent aux nécessités individuelles propres à chaque actif en reconversion, ces parcours sont ici aussi peu linéaires et standardisés. La plupart des formations suivies dans ce cadre sont décrites comme relativement courtes<sup>26</sup>.

Sur le même principe, les salariés en CDI souhaitant démissionner pour engager un projet de reconversion, de création ou de reprise d’entreprise pourront, grâce aux droits ouverts par e dispositif « **Démission Reconversion** » bénéficier de l’allocation chômage.

23 Loi N°2018-771 du 5 septembre 2018 pour la liberté de choisir son avenir professionnel  
24 Rapport France Stratégie, Accompagner les transitions professionnelles : un défi collectif, 2023, page 57  
25 France Compétences, Note d’études n°4 Des reconversions professionnelles variées et éloignées des modèles linéaires, 2022, page 3  
26 Idem



Certains salariés en reconversion empruntent également la voie de la formation continue. La formation professionnelle continue s'adresse aux adultes ayant déjà eu une expérience professionnelle. Souvent présentée comme une voie permettant l'évolution ou le changement de voie professionnelle, la reprise d'étude s'organise autour d'universités, d'écoles privées ou de GRETA. La montée en compétence des adultes en formation professionnelle peut également prendre la voie de l'apprentissage ou de l'alternance.

Dans un contexte où certains secteurs font face à de fortes tensions de recrutement, ces volumes de talents déjà familiarisés avec les environnements de travail et les codes professionnels constituent des viviers particulièrement recherchés par l'ensemble des acteurs en manque de ressources.

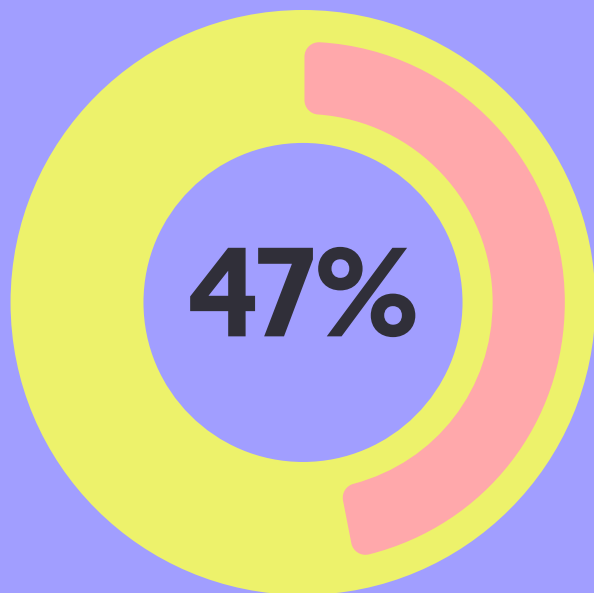
Un autre vivier de jeunes à considérer est celui des **NEET (de l'anglais "Not in Employment, Education or Training")** désignant des jeunes qui ne sont pas en emploi, ne suivent pas d'études et ne sont pas en formation formelle.

Cette catégorie représente une part significative des jeunes en France : en 2019, elle représente **12,9%** des jeunes, soit près d'1,5 M de jeunes<sup>27</sup>. Cette catégorie comprend une diversité de profils : **47%** de jeunes au chômage, **20%** d'inactifs souhaitant travailler mais ne remplissant pas les critères de disponibilité ou de recherche d'emploi pour être considérés comme chômeurs, **33%** d'inactifs et déclarant ne pas vouloir travailler pour diverses raisons (situation familiale, problèmes de santé, etc.). Ainsi entre 25 et 29 ans, près d'un jeune sur cinq est NEET.

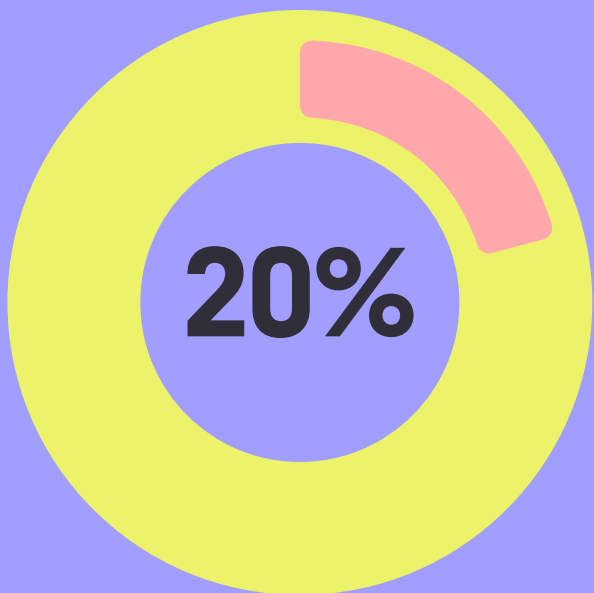
Des campagnes de repérage menées par des acteurs privés, à l'initiative des pouvoirs publics, visent à identifier les **NEET** et à leur présenter les dispositifs d'accompagnement. Par exemple, le projet « maraudes numériques » lancé en 2021 favorise des actions ciblées via les réseaux sociaux et jeux en ligne, suivies de contacts téléphoniques ou physiques pour faciliter l'orientation vers les services publics de l'emploi.

Grâce à une approche individualisée, ces initiatives aident les jeunes à renouer avec les dispositifs existants et à s'engager progressivement dans un parcours d'insertion, incluant formation, emploi ou accompagnement social.

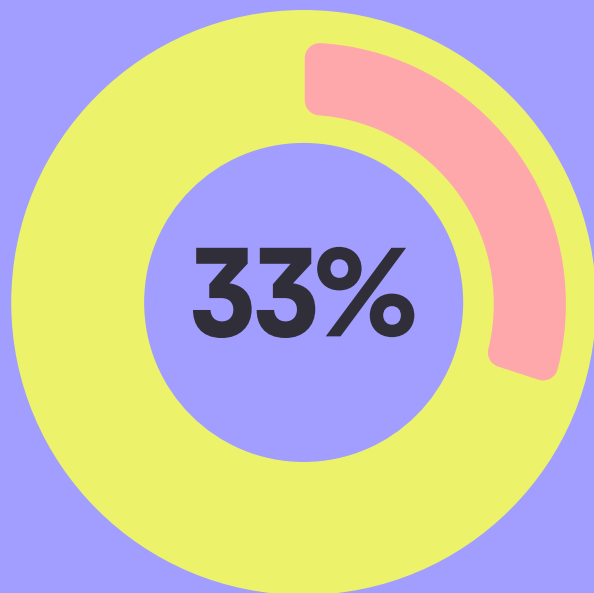
Les NEET



de jeunes  
au chômage



d'inactifs souhaitant  
travailler mais ne  
remplissant pas les critères  
de disponibilité ou de  
recherche d'emploi pour  
être considérés comme  
chômeurs



d'inactifs et déclarant  
ne pas vouloir travailler  
pour diverses raisons  
(situation familiale,  
problèmes de santé, etc.)

<sup>27</sup> Insee, Enquête emploi, 2019

# 3 questions à Anaïs Deleuil, Directrice adjointe des partenariats et du développement de Transitions Pro Île-de-France

Anaïs Deleuil



## Quelles sont aujourd'hui les trajectoires de reconversion que vous observez ?

En Île-de-France, les reconversions suivent des dynamiques assez claires. Beaucoup de salariés cherchent à quitter des métiers perçus comme usants ou offrant peu de perspectives, pour rejoindre des secteurs plus structurés et porteurs.

On observe notamment une forte attractivité pour la santé, l'éducation mais aussi pour l'informatique ou les ressources humaines. La recherche de sens et d'utilité sociale, ainsi que celle de sécurisation professionnelle sont donc motrice dans ces trajectoires.

On observe également davantage de reconversions de « montée en compétence ». Les salariés ne changent pas forcément de secteur mais évoluent vers des postes plus qualifiés.

## Comment décririez-vous le profil des personnes que vous accompagnez ?

Aujourd'hui le profil type qui ressort d'une étude que nous avons réalisée en 2025 est celui d'une femme de 39 ans, employée, avec un niveau bac ou inférieur.

Si le marché de l'emploi en Île-de-France est très dynamique il est aussi très polarisé : certains secteurs recrutent massivement tandis que d'autres, plus ou peu qualifiés, sont fragilisés par l'automatisation ou les transformations économiques.

Les projets de reconversion traduisent à la fois des aspirations individuelles et des évolutions structurelles du marché du travail.

# 3 questions à Anaïs Deleuil, Directrice adjointe des partenariats et du développement de Transitions Pro Île-de-France

Anaïs Deleuil



**L'information sur les métiers est-elle un enjeu central de votre accompagnement ?**

Absolument. Une reconversion réussie repose d'abord sur une bonne connaissance des métiers, des compétences attendues et des réalités d'emploi. Le manque d'information claire et accessible est un réel frein à la mobilité.

Notre rôle est de sécuriser les parcours et de rendre cette information accessible.

**Outre le recours au Conseil en évolution professionnelle (CEP), nous valorisons depuis 2026 l'immersion professionnelle : c'est un excellent moyen de tester concrètement un métier.**



## Conclusion

Bien appréhender le **contexte social et économique** dans lequel s'opèrent les **choix de métiers**, ainsi que la temporalité propre à chaque parcours constitue le premier **déterminant** de toute action d'information et de valorisation des métiers et des filières professionnelles.

Cette compréhension fine des publics conditionne la pertinence des **stratégies d'accompagnement** et la capacité des acteurs à favoriser leur adhésion en vue de **parcours d'insertion** réussis et durables.



02

# Ce qui pèse dans la balance de décision

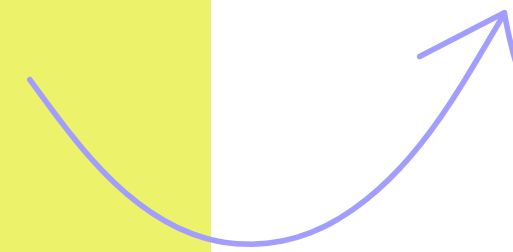
Famille, école, pairs, territoires,  
imaginaires : les cercles d'influence

## Les déterminants de l'orientation scolaire

**L'orientation scolaire et professionnelle est ancrée dans des logiques marquées par un ensemble de déterminismes : sociaux, scolaires, de genre et territoriaux. Ces déterminismes structurent les représentations des choix de filière, mais également les prises de décisions qui y sont associées.**

Si les dispositifs d'accompagnement à l'orientation visent à garantir **l'égalité des chances**, ils peinent à compenser les inégalités d'accès à l'information sur les métiers, inégalités elles-mêmes corrélées aux ressources des établissements et aux milieux sociaux et territoriaux des élèves.

**En fin de troisième, neuf enfants de cadres sur dix s'orientent vers une seconde générale ou technologique, contre seulement la moitié des enfants d'ouvriers non qualifiés<sup>28</sup>.**



**L'origine sociale** apparaît ainsi comme un facteur prédominant : elle influence non seulement les performances scolaires, mais également la perception des possibles et la valorisation des filières<sup>29</sup>. Les enfants d'ouvriers, plus souvent orientés vers la voie professionnelle, représentent **31%** des élèves en CAP et bac professionnels, contre **18%** en seconde générale et technologique<sup>30</sup>.

**Ces écarts s'expliquent tant par des résultats scolaires différenciés que par les mécanismes de reproduction sociale à l'œuvre dans les pratiques d'orientation.**

<sup>28</sup> Depp, RERS 2023

<sup>29</sup> Note d'analyse n°125 France Stratégie, La force du destin : poids des héritages et parcours scolaire, septembre 2023

<sup>30</sup> Depp, RERS 2025

**À cela s'ajoute un effet de genre persistant :** les filles, bien que plus nombreuses dans les voies générales, restent minoritaires dans les filières scientifiques et techniques, souvent en raison d'une auto-censure nourrie par les stéréotypes et le manque de modèles<sup>31</sup>.

Ainsi, à la rentrée 2024, **34%** des filles en terminale générale ont choisi les mathématiques comme enseignement de spécialité, contre **58%** des garçons<sup>32</sup>, et elles ne représentent que **25%** des étudiants en école d'ingénieurs.

Ces choix différenciés de filières contribuent à maintenir des « effets frontières » sur le marché du travail, où près de **70%** des femmes exercent dans des métiers dits « féminisés ».

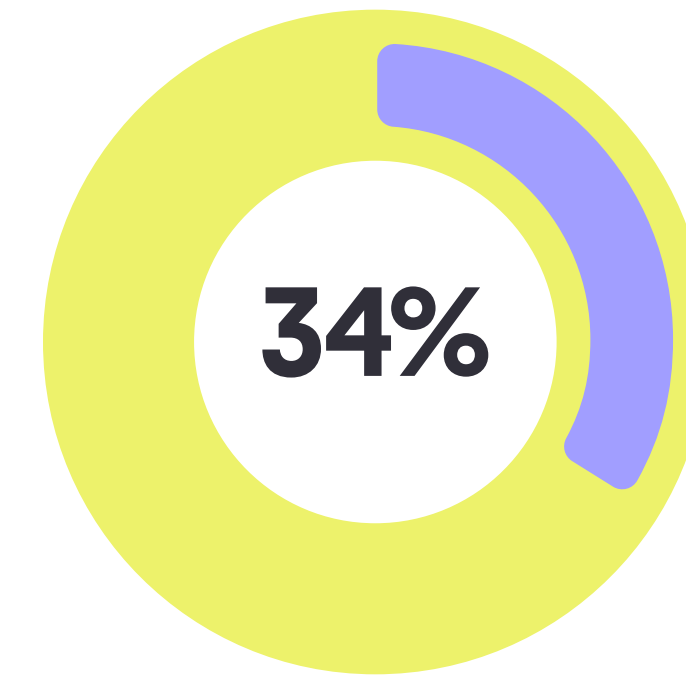
**Enfin, les disparités territoriales renforcent ces logiques :** les zones rurales ou industrielles orientent davantage vers les filières courtes ou professionnelles, souvent en lien avec le tissu économique local<sup>33</sup>.

**Dès lors, les parcours d'orientation résultent d'un faisceau de contraintes structurelles où la réussite scolaire, socialement située, demeure la clé d'accès aux filières les plus valorisées.**

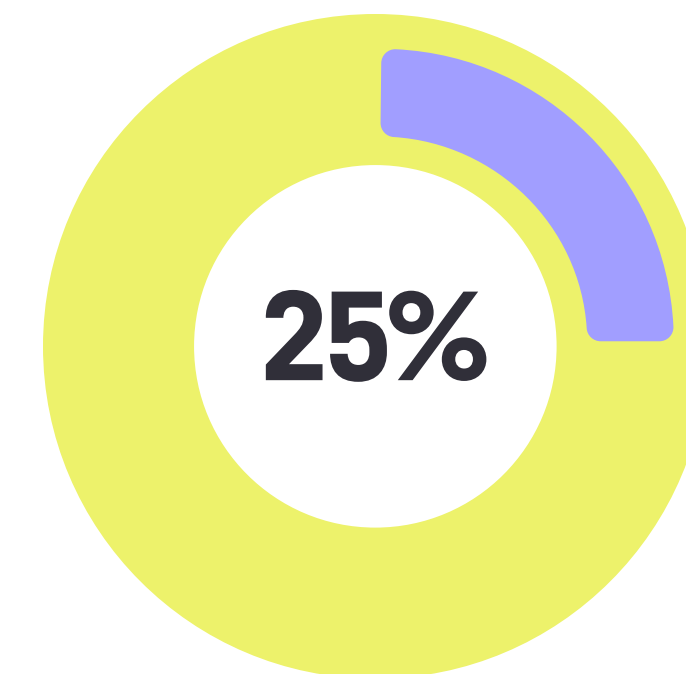
<sup>31</sup> Agence nationale de la cohésion des territoires, Rapport du séminaire Femmes, Stéréotypes de genre, de l'orientation scolaire à l'insertion professionnelle, 2024

<sup>32</sup> Spécialités en terminale: les maths choisies par 34% des filles contre 58% des garçons en 2024 - News Tank Éducation & Recherche

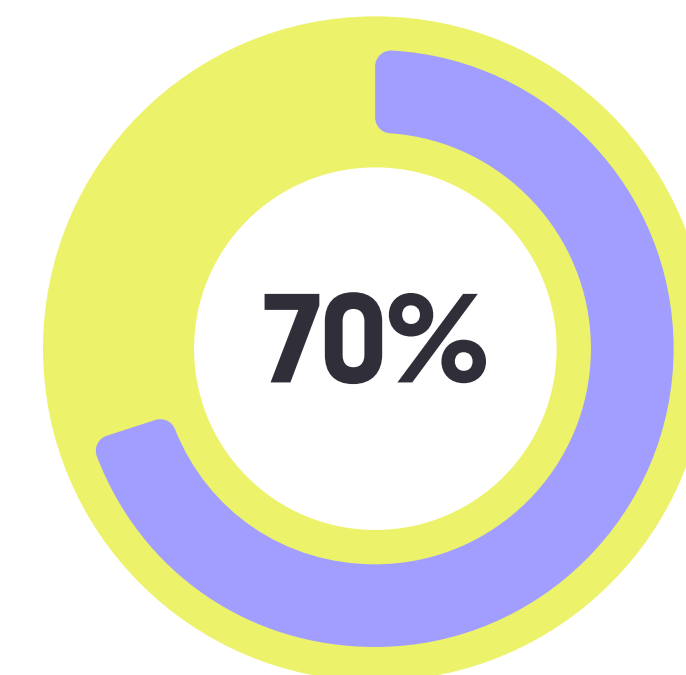
<sup>33</sup> Études & Résultats, DREES, n°1155, 2020 & Romain Guillemard, Espaces ruraux, inégalités scolaires et stéréotypes de lieux en France, le cas du Roannais



des filles en terminale générale ont choisi les mathématiques comme enseignement de spécialité



des étudiants en école d'ingénieurs sont des filles



des femmes exercent dans des métiers dits « féminisés »

Les choix d'orientation résultent de ces facteurs et de l'imbrication de plusieurs cercles d'influence :

**Le cercle individuel renvoie aux aspirations, à la confiance en soi et à la représentation des possibles.**

**Le cercle familial façonne les ambitions selon le niveau de diplôme, les ressources économiques et le capital culturel des parents.**

**Le cercle scolaire agit par les attentes professorales, les pratiques d'évaluation et l'offre d'accompagnement, souvent inégalement répartie entre établissements.**

**Enfin le cercle territorial et économique conditionne les trajectoires selon la densité de l'offre de formation et les débouchés locaux.**



Conscients de ces déterminismes, les pouvoirs publics développent plusieurs dispositifs destinés à élargir les horizons d'orientation : le Parcours Avenir[s], introduit au collège et au lycée, vise à une construction progressive d'une culture de l'orientation et à favoriser la découverte du monde professionnel.

Les Cordées de la Réussite cherchent à renforcer l'ambition scolaire des élèves issus de milieux modestes en créant des échanges avec des établissements du supérieur. Le plan « Filles et Maths », ou encore le programme « Ingénieur-e et technicien-ne de Demain » ont pour objectif de lutter contre l'autocensure et les stéréotypes de genre dans les filières scientifiques.

**Si ces dispositifs ne suffisent pas encore à neutraliser les poids des héritages sociaux et culturels, ils témoignent d'une prise de conscience croissante de la nécessité d'une orientation plus juste. En plaçant la découverte de soi, la diversification des modèles de réussite et la coopération avec le monde économique au cœur des parcours d'orientation, le système éducatif dispose de leviers pour faire de l'orientation une opportunité de choix pour tous.**

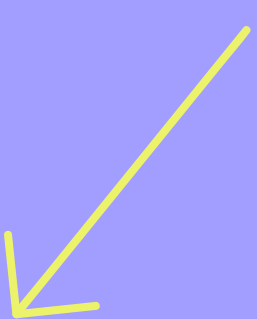
## **Les déterminants des mobilités professionnelles**

**La trajectoire des carrières des actifs est également soumise à des freins qui limitent leur capacité à prendre le chemin d'une mobilité professionnelle ou d'une reconversion.**

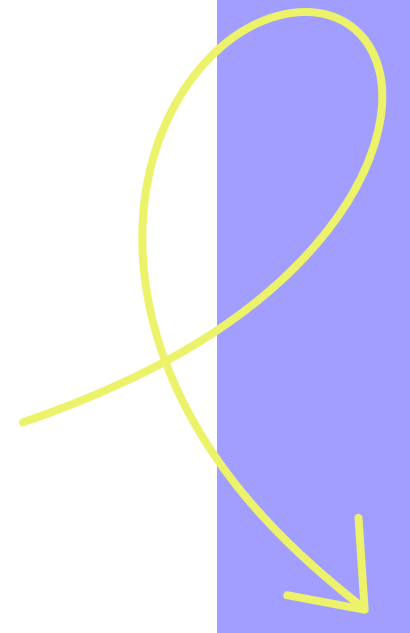
**Les transitions professionnelles impliquent un coût financier que tous ne peuvent supporter et l'accès à l'information sur le système et les dispositifs de transition n'est pas le même pour tous. La prise de risque qu'implique ce changement est donc trop grande pour certains, et s'ajoute à d'autres facteurs sociaux déterminants (situation familiale, genre, dynamiques territoriales, ...).**

Le champ des possibles en termes de mobilité professionnelle est également déterminé par l'accessibilité de l'information aux actifs concernés. Des inégalités subsistent en matière de réseau sur le marché du travail, d'accès à l'information sur les systèmes et les dispositifs de transitions. Ces carences concernent prioritairement les professionnels les moins qualifiés ainsi que d'autres populations plus éloignées des pratiques d'information (seniors, chômeurs, salariés en CDD, etc.)<sup>34</sup>.

<sup>34</sup> Rapport France Stratégie, Accompagner les transitions professionnelles : un défi collectif, 2023, page 34



**Tous les publics ne sont donc pas égaux, tant face aux pratiques d'information, que dans leur capacité à s'en saisir et à les mettre en œuvre.**



# 3 questions à Olivier Faron, Responsable Pôle Compétences, Formation, Jeunesse du Mouvement des entreprises de France (Medef)

Olivier Faron



## Qu'est-ce qui explique que certains métiers restent durablement en tension ?

**Nous peinons à faire correspondre les aspirations des jeunes avec les métiers offrant de réelles perspectives d'insertion. C'est là que l'orientation pêche.**

Il ne s'agit pas d'adopter une logique strictement adéquationniste - chaque jeune ne doit pas être assigné à une case - mais de permettre un « déclic » : comprendre ce qu'est une entreprise, découvrir concrètement les métiers, en particulier ceux qui recrutent sur leur territoire. Or, ce lien ne se crée pas.

La méconnaissance du monde professionnel se retrouve aussi du côté des acteurs de l'éducation et des parents, qui jouent pourtant un rôle prescripteur essentiel. Les métiers en tension couvrent des domaines très variés, du soin aux métiers de la data, avec des niveaux de qualification très différents. Pourtant, un point commun demeure : la difficulté à préparer concrètement les jeunes à ces métiers.

Le problème de fond reste un manque structurel de compétences, qui sera aggravé par la baisse démographique. Face à cela, il devient urgent de repenser l'orientation en mobilisant pleinement le système éducatif. Parmi les propositions fortes : instaurer un véritable bilan de compétences pour chaque jeune. Chacun possède des aptitudes — qu'elles s'expriment dans le sport, la musique ou d'autres activités — et il est essentiel de leur donner du sens en les reliant à des perspectives professionnelles.

## Quelle place prennent les entreprises dans la construction de la représentation des métiers ?

La question des représentations est centrale et l'enjeu est double. D'une part, les jeunes doivent pouvoir découvrir concrètement les métiers grâce à des immersions en entreprise et cela le plus tôt possible, dès le collège. D'autre part, il faut mieux les informer sur les débouchés. Au moment des choix d'orientation, les jeunes et leurs parents doivent disposer d'une information claire sur les filières et leurs perspectives d'insertion. Le lien entre formation et employabilité doit être explicite.

# 3 questions à Olivier Faron, Responsable Pôle Compétences, Formation, Jeunesse du Mouvement des entreprises de France (Medef)

Olivier Faron



## Identifiez-vous un angle mort majeur des politiques d'orientation actuelles ?

Un angle mort majeur réside dans la place des parents. Il est indispensable de mieux les associer, en particulier ceux issus de milieux modestes. Le manque d'information conduit souvent à des choix d'orientation peu éclairés.

L'orientation doit ainsi être pensée comme une grande politique nationale, structurée, cohérente et inclusive.

Par ailleurs, la France reste très attachée aux diplômes, alors même que la durée de vie des compétences se réduit.

Il devient essentiel de valoriser davantage les compétences transversales (soft skills), la capacité d'adaptation et l'évolution au sein des entreprises.



03

# Ce qui attire... et ce qui retient

Image des secteurs, promesses  
des métiers, construction  
des représentations

# Les facteurs d'attractivité d'un secteur et d'une filière – comment se construisent les représentations

La manière dont les jeunes, leur famille et les publics en quête d'évolution professionnelle se représentent les métiers et les secteurs d'activité est construite par leur environnement social, scolaire et médiatique.

Ces représentations se basent sur un ensemble d'informations, d'idées et d'affects. Que ces représentations soient fidèles à la réalité d'un métier ou d'un secteur d'activité ou biaisées, elles sont au fondement des choix d'orientation professionnelle.

Les représentations des métiers et secteurs d'activité sont **des images mentales socialement construites** : métier genré, niveau de prestige social, utilité, conditions de travail, pénibilité... et donc soumises à la subjectivité de chacun.

Ces représentations sont propres à chaque individu et sont « constituées d'un ensemble d'informations, de connaissances, d'idées, d'attributs » .<sup>35</sup>

**À titre d'exemple,** la construction des représentations des métiers varie fortement selon le positionnement scolaire des élèves. Les jeunes issus de filières générales tendent à privilégier des métiers perçus comme prestigieux ou requérant un haut niveau de qualification, reflet d'une orientation vers le capital culturel et symbolique.<sup>36</sup>

**A contrario,** les élèves des filières professionnelles construisent leur cartographie des métiers envisageables en valorisant davantage la sécurité de l'emploi, la proximité géographique, des critères directement liés à la réalité de l'insertion professionnelle.

<sup>35</sup> Voir fiches Onisep « Représentations et métiers : apports théoriques » Fiche enseignant

<sup>36</sup> Cf. Étude Cereq, Les perceptions des métiers et de l'avenir professionnel des jeunes : une approche comparative à partir des positions dans l'espace scolaire



**La représentation des secteurs d'activité ne se limite plus aujourd'hui aux tâches affectées à un métier, mais au cadre de travail, à la qualité de vie qui en découle, aux valeurs qu'il porte.**

L'orientation professionnelle se construit davantage autour d'un projet de vie global que d'une simple vocation professionnelle. Les individus sont désireux de donner du sens à leurs actions, tout en limitant le risque de chômage, plutôt que d'accorder une place trop importante au traditionnel prestige de certaines professions<sup>37</sup>.

Les représentations des métiers s'enracinent donc dans une combinaison de facteurs sociaux, scolaires et économiques, qui orientent les choix et aspirations de chacun.

<sup>37</sup> Étude Icam/BVA sur l'attractivité des métiers, 2023

**Face à ces dynamiques, l'information sur les métiers demeure un vecteur prépondérant de la construction de ces représentations. Se donnant pour objectif de permettre aux individus de construire de façon consciente et motivée les choix relatifs à son orientation, l'information, une fois délivrée, n'échappe pas à un processus de transformation au regard des représentations préexistantes du sujet sur la question.**

Ainsi, l'enfant ou l'adolescent forge ces images **bien avant de connaître réellement les métiers et secteurs d'activité associés.** Ses représentations sont influencées par plusieurs facteurs sociaux et culturels :

### Sa famille

le métier des parents ou l'estime accordée à certaines professions oriente souvent les perceptions initiales du jeune ;

### Son milieu social

participe également à cette construction : le capital culturel et le contact avec certains environnements professionnels déterminent la palette de métiers envisageables, certains étant perçus comme prestigieux ou accessibles, d'autres étant quasi invisibles ;

### L'école

complète ce cadre en valorisant certaines filières ou parcours ;

### Les médias et réseaux sociaux

occupent un rôle croissant dans la construction des représentations : vidéos, témoignages, récit de parcours sont autant de formats exposant les jeunes à de nouvelles formes de visibilité pour les professions, pouvant générer des aspirations.

**Le choix d'orientation scolaire et professionnelle ne se réduit donc pas à une simple adéquation entre les compétences et les besoins mais implique la mobilisation d'images, de représentations, de valeurs et d'anticipations.**



# Un choix d'orientation professionnelle n'est pas seulement un choix individuel et rationnel, mais une projection de soi dans un univers symbolique du travail.



Agir sur les représentations des métiers et secteurs implique non seulement de fournir des informations mais aussi de **déconstruire des représentations subjectives ou stéréotypées.**

Les politiques publiques se saisissent de cette dimension représentative pour permettre aux filières en tension de recrutement d'accroître leur **vivier d'emploi.**

La campagne de **valorisation des métiers** du soin, initiée en 2024, a pour objectif de promouvoir les métiers du soin et de **l'accompagnement social.** Il se présente comme un « véritable programme d'accompagnement et **d'engagement des publics** cibles vers ces métiers ». Via la création d'une **plateforme en ligne** dédiée, de **valorisation des formations** et des métiers associés, et de la diffusion de vidéos sur un **compte TikTok**, l'initiative portée par le Ministère du Travail dresse un premier bilan : **plus de 5 000 candidatures** aux offres d'emploi présentées sur la plateforme, plus de **115 millions de vues** pour les vidéos publiées sur TikTok.



Au-delà de ces chiffres, grâce au déploiement d'une campagne de communication importante, cette initiative a contribué à transformer la perception du secteur : elle a mis en avant le sens, la dimension humaine et l'impact social de ces métiers, réduisant l'image stéréotypée du travail du soin.

La représentation d'un secteur professionnel est ainsi souvent complexe et empreinte de stéréotypes ou de perceptions partielles liées à l'expérience personnelle, à l'entourage, ou aux discours informationnels et médiatiques qui atteignent l'individu. Avoir conscience de ces biais permet de déconstruire les idées reçues et d'élargir la représentation que chacun se fait des secteurs et des filières.

La connaissance de la réalité du travail, des conditions d'exercice et des perspectives d'évolution est alors un levier important pour éveiller et susciter des vocations afin de favoriser des choix d'orientation plus éclairés.

# 3 questions à Didier Boudy, Président de la FEB (Fédération des Entreprises de Boulangerie Pâtisserie)

Didier Boudy



## Quelle image votre secteur renvoie-t-il aujourd'hui aux jeunes et aux actifs ?

Notre secteur bénéficie malheureusement d'une image négative auprès des publics. Le secteur agroalimentaire est décrié et très critiqué en France et l'on assiste à un réel « industrie bashing » largement relayé par les médias.

L'industrie agroalimentaire est pourtant la 1ère industrie en France en employant plus de 500 000 personnes. Le secteur n'est pas perçu comme un secteur noble. A charge l'image d'une industrie qui empoisonne, des conditions de travail difficiles et des emplois mal rémunérés. Ce sont toutes ces idées reçues que nous devons combattre.

## Quelle stratégie mettez-vous en place pour déconstruire cette image et valoriser votre secteur ?

**Notre stratégie de valorisation, s'articule autour de 3 axes :**

- La mise en avant du produit ; nous voulons donner envie en montrant du pain, de belles pâtisseries et jouer sur cet aspect très concret de réalisation qui est porteur de sens.
- L'ouverture des usines ; nous avons la volonté d'ouvrir nos usines et faire venir les publics afin de lutter contre les idées reçues et démystifier l'environnement de travail.

- La présentation de la variété des métiers et des parcours possibles ; notre secteur a la particularité de recruter des publics qui n'ont aucune formation ce qui est un élément important pour de nombreux territoires. Nous prenons en charge la formation et créons des possibilités d'évolution au sein des structures.

## Quelles-sont pour vous les priorités d'actions qui devraient être développées ?

Le rêve d'un programme de communication et de sensibilisation qui valoriserait les produits alimentaires qui font la richesse de la France et ferait prendre conscience de la diversité de nos métiers et de la richesse de nos entreprises.

## 2 questions à Alexandre Romi

# UPECAD (Union Professionnelle du E-commerce et du Commerce à Distance)

Alexandre Romi



### S'agissant d'attractivité, quelle image votre secteur renvoie-t-il aujourd'hui aux jeunes et aux actifs ?

L'image ne suffit plus. Longtemps les secteurs ont communiqué de manière descendante : « on paye bien », « nos projets sont ambitieux ». Aujourd'hui, l'enjeu est différent : ce qui compte c'est la capacité des individus à se projeter.

#### Or cette projection est fragilisée par plusieurs réalités :

- **Les métiers évoluent très vite** : ce que l'on imagine en entrant n'est souvent plus la réalité quelques années plus tard.
- **Les aspirations ont changé** : de nouveaux critères importent aujourd'hui – équilibre vie professionnelle et vie personnelle, autonomie, liberté, quête de sens.
- **Le métier ne définit plus une trajectoire** : on ne choisit plus un cadre figé, mais une capacité d'évolution.

L'attractivité ne peut donc pas se limiter à « vendre une fonction ». Elle doit montrer un sens, une stabilité, une possibilité d'apprentissage continue.

### Quelle stratégie mettez-vous en place pour valoriser vos métiers et filières ?

La stratégie repose sur un changement de paradigme : ne plus communiquer uniquement sur le métier, mais sur l'environnement, les parcours et les perspectives d'évolution.

#### Plusieurs leviers ont été activés :

- **Comprendre** les facteurs d'influence,
- **Miser** sur l'apprentissage et le projet,
- **Valoriser** toutes les formes de parcours et de réussite
- **Moderniser** les canaux de communication : intervenir dans les collèges et lycées, recourir à des influenceurs pour toucher les jeunes générations,
- **Passer** par des prescripteurs plutôt que viser directement le grand public.

**Travailler sur l'attractivité a révélé un défi majeur** : la communication intergénérationnelle. Les codes ne sont plus les mêmes, nous avons à faire un nouveau langage. Il est essentiel que les entreprises apprennent à mobiliser les bons relais.



04

# Une orientation à plusieurs voix

Cartographie d'un écosystème  
d'acteurs, de rôles et d'interactions

# L'écosystème du choix - un paysage d'acteurs multiples, une orientation à plusieurs voix

## Panorama des principaux acteurs jouant un rôle dans la valorisation de métiers et filières

### SPHÈRE INSTITUTIONNELLE

**État** – Ministères Éducation Nationale ; Jeunesse et Sport ; Travail & solidarité ; Économie ; Finances et Souveraineté

**Onisep**  
Opérateur du ministère de l'éducation nationale

**Régions**  
Agences régionales de l'orientation  
CARIF  
OREF

**Missions locales**  
via ses agences et conseillers

**France travail**  
via ses agences et conseillers

**APEC, Cap Emploi et autres opérateurs Avenir Actifs**

OUTILS TRANSVERSES

Réseaux sociaux

Cadre scolaire

Professeur principal  
en collège ou lycée

PsyEN / CIO

SCUIO

Chargés d'insertion pro.  
[universités & écoles]

Élève

Parents

Étudiants

NEET

Actifs en  
reconversion

**Médias & Sites spécialisés**  
Ex : Studyrama, L'Etudiant, AEF Info

**EdTech Orientation**  
Ex : Hello Charly J'explore, Métier360,  
MyFuture, MyJobGlasses, ...

**Associations**  
Ex : Afev, Crée ton avenir, Viens voir mon taf,  
De l'Or dans les mains, Alliance pour l'Education ...

**OPCO, branches, fédérations professionnelles**  
Ex : Opco2i, Opco Atlas, ...

**Etablissements de formation**  
Ex : GRETA, organismes de formation,  
établissements scolaires, écoles, universités

### SPHÈRE PRIVÉE

©Copilot Partners 2026

**Faire découvrir des métiers**, des secteurs d'activité auprès de jeunes pour les assister dans leur **orientation** ou auprès de publics en **reconversion** est un enjeu politique, éducatif, social et économique puisqu'il concourt à la **constitution d'une société** stable d'individus professionnellement épanouis et compétents au profit d'un marché de l'emploi fonctionnel et performant.

Cette information relève d'ailleurs de la **compétence des services publics d'orientation** tout au long de la vie, dont les missions sont partagées **entre l'État et les Régions**.

<sup>38</sup> Source : Code du Travail Section 2 : L'orientation professionnelle tout au long de la vie [Articles L6111-3 à L6111-5] - Légifrance



**Le service public d'orientation tout au long de la vie garantit à toute personne l'accès à une information gratuite, complète et objective sur les métiers, les formations, les certifications, les débouchés et les niveaux de rémunération, ainsi que l'accès à des services de conseil et d'accompagnement en orientation de qualité et organisés en réseaux.**<sup>38</sup>



De la politique publique d'orientation à l'accompagnement de proximité via un maillage territorial, nombreux sont les dispositifs et actions déployés pour une orientation tout au long de la vie, mobilisant une diversité d'acteurs (publics ou privés), pour toute ou partie de leurs missions, souvent en partenariat et en complémentarité. La présentation de métiers et de filières professionnelles en constitue l'une des axes [tout comme l'information sur les formations, les certifications, les parcours, les dispositifs de financement, les débouchés...].

Sont présentés dans le schéma les typologies d'acteurs qui sont amenés à diffuser ces informations dans le cadre de leur mission.

## L'Onisep

Opérateur public du Ministère de l'éducation nationale et de la jeunesse et du Ministère de l'enseignement supérieur et de la recherche a pour mission l'information et l'accompagnement à l'orientation dans une logique d'égalité des chances et d'équité sur tout le territoire national.

À ce titre l'Office consolide et exploite les données sur les formations et les métiers, les éditorialise et les met à disposition sous une multitude de formats [brochures, site d'information en ligne onisep.fr ; quiz ; chaîne de découverte des métiers OnisepTV, **la Plateforme Avenir(s)**].

En parallèle l'Onisep **favorise la découverte de métiers** par l'organisation de temps d'échange avec des professionnels au sein des classes. Son statut et son positionnement lui confèrent la possibilité « **d'entrer dans les classes** ». La plateforme Avenir[s] de l'Onisep propose aux élèves, étudiants et équipes éducatives des ressources leur permettant de **construire** - ou d'aider à construire - leur projet et à en conserver les traces tout au long de leur parcours. L'Onisep est **l'opérateur de référence** mandaté pour accompagner les publics à l'orientation tout au long de la vie, le savoir devenir soi et l'appréhension des compétences du XXI<sup>e</sup> siècle.

# 3 questions à Anne de Rozario, DGA Onisep

Anne de Rozario



## Comment s'est structurée la démarche d'accompagnement à l'orientation de l'Onisep ?

Choisir son orientation est une étape longue et complexe pour nombre de jeunes. L'orientation ne se résume pas à un choix ponctuel au moment des paliers scolaires, elle correspond à un processus progressif qui se construit dans le temps.

En tant qu'opérateur national de l'orientation, l'un de nos objectifs est de permettre à chacun de réussir à « savoir devenir soi ». Nous avons ainsi développé un référentiel de compétences à s'orienter, destiné à structurer l'apprentissage de l'orientation et à aider chacun à construire son parcours.



## Quelle est la spécificité des référentiels de compétences Onisep ?

Le travail mené par l'Onisep s'est initialement axé sur la capacité de chaque individu à construire un parcours qui lui est propre, dans un monde en constante évolution.

Pour permettre à chacun d'apprendre à devenir soi, notre approche s'appuie sur deux référentiels complémentaires : le référentiel des compétences à s'orienter, et celui des compétences du XXI<sup>e</sup> siècle.

Le référentiel de compétences à s'orienter est le fruit de travaux de la recherche et de l'expérience du terrain. Sa construction a mobilisé plusieurs acteurs à l'échelle nationale : élèves, parents, enseignants, inspecteurs, conseillers d'orientation, etc.

L'objectif de ce référentiel est de recenser les compétences nécessaires pour permettre à chacun – et pas seulement aux élèves – de recueillir les informations sur soi, les formations et les métiers et de prendre des décisions éclairées concernant son parcours.

# 3 questions à Anne de Rozario, DGA Onisep

Anne de Rozario



Le référentiel des compétences du XXI<sup>e</sup> siècle repose lui sur un modèle reconnu par l'UNESCO et recensant un ensemble de compétences essentielles pour faire face aux défis contemporains. L'objectif est d'aider les jeunes à se projeter dans un monde incertain, marqué par des transformations économiques, technologiques et environnementales.

**Dans les deux cas, l'accent est mis sur la conscientisation des compétences et non pas sur les compétences-mêmes : suis-je conscient du fait que je sais communiquer, chercher une information, collaborer ?**

## Comment la plateforme AVENIR(S) intègre ces enjeux d'orientation des jeunes ?

La plateforme AVENIR(s) que nous avons développée est une plateforme publique, gratuite et multi-profils. Elle propose des espaces distincts consacrés aux acteurs qui composent la chaîne de l'orientation : élèves, équipes éducatives (enseignants, PsyEN, chefs d'établissement), acteurs institutionnels (DASEN, recteurs).

Elle répond au besoin d'accompagnement progressif et personnalisé de l'élève dans la construction de son orientation. Chaque élève accède à un ensemble d'informations et de ressources adaptées à son profil. L'élève construit progressivement son projet en fonction de ses centres d'intérêt, de ses recherches, de ses besoins d'orientation.

**La plateforme répond donc à un double besoin. Celui de permettre à chaque élève de construire son projet d'orientation de manière personnalisée et de fournir aux équipes éducatives accompagnantes les ressources nécessaires à leur accompagnement.**

## Les régions

Les Régions, qui partagent avec l'Onisep la compétence d'orientation des publics<sup>39</sup>, doivent également répondre aux enjeux de développement économique de leurs territoires. À ce titre, elles déclinent et adaptent des approches de diffusion d'informations sur les métiers et filières professionnelles aux dynamiques d'emploi territoriales. Un large éventail de dispositifs et d'actions sont déployées par ces collectivités, dont la variété dépend d'un territoire à l'autre (plateforme d'orientation régionale diffusant des informations sur les formations, les métiers et les opportunités de recrutement sur le territoire avec mise en exergue des métiers en tension, métiers porteurs, métiers d'avenir, organisation de forums, salons et concours, mise en place de bus de l'orientation, réseau d'ambassadeurs métiers, animation itinérante de découverte des métiers...) Leur proximité avec les acteurs économiques territoriaux leur confère un rôle clé dans la mise en relation entre les publics et le monde professionnel.



Pour les actifs en recherche d'emploi ou en reconversion, un accompagnement continu vers l'emploi, incluant l'information sur les métiers et filières professionnelles est assuré par plusieurs acteurs institutionnels afin d'apporter un conseil individualisé.

Il est en partie organisé dans le cadre du CEP (Conseil en Evolution Professionnelle) qui est un service universel gratuit permettant **aux personnes en activité** de « faire le point sur sa situation professionnelle et, le cas échéant, d'élaborer et mettre en œuvre une stratégie visant l'évolution professionnelle ». Ce conseil est délivré d'une part par les opérateurs désignés par la loi (France Travail, l'Apec, les missions locales, les Cap emploi) et, d'autre part, par les **opérateurs régionaux Avenir Actifs** mandatés par France compétences.

**Ces mêmes acteurs accompagnent aussi les personnes en recherche d'emploi ou éloignées de l'emploi en particulier les Missions locales pour les publics jeunes de 16 à 25 ans.**

<sup>39</sup> Loi du 5 septembre 2018

## Les associations

De nombreuses associations se mobilisent pour favoriser l'accès à l'information auprès des jeunes - en particulier issus de quartiers défavorisés - et les accompagner dans leur réflexion. Elles facilitent l'accès à l'information, à la formation et à l'emploi des jeunes. En menant des actions de proximité, d'écoute et de médiation, elles jouent un rôle dans la démocratisation de l'accès à l'orientation : ateliers collectifs de découverte des métiers, accompagnement individuel dans la construction de projet professionnel, simulation d'entretiens, visites d'entreprises, ... Leurs actions reposent sur une approche inclusive et participative.

## Les acteurs privés

Des acteurs privés sur des champs bien définis jouent également un rôle clé dans la diffusion d'information sur les métiers et les filières professionnelles. On peut citer parmi eux des médias spécialisés (L'étudiant, Studyrama, l'AEF Info) qui organisent des salons dédiés aux étudiants ou aux publics en reconversion ou recherche d'emploi.

## Les acteurs Edtech

Une multitude d'acteurs Edtech ont investi le champ de l'orientation scolaire ou tout au long de la vie via la mise à disposition de plateformes ou d'applications innovantes permettant d'assister les publics dans le choix de parcours de formation et d'évolution professionnelle. Test de positionnement, construction de parcours, mise en relation avec des entreprises ou des professionnels, découverte immersive de métier, assistant virtuel, [...] nombreux sont les services proposés. De nombreux acteurs notamment institutionnels s'appuient sur ces solutions afin de compléter leur offre d'information et d'accompagnement.

## Les organismes de formation

Les organisations délivrant des formations (organismes de formation, CFA, certains établissements scolaires), en mettant en avant leurs formations, vont aussi contribuer à valoriser des métiers et filières professionnelles. Etablissements scolaires, écoles d'enseignement supérieur et universités intensifient la mise en relation de leurs étudiants avec le monde professionnel via différents dispositifs.

**La valorisation de filières professionnelles par des campagnes de promotion de métier et secteurs ou l'organisation d'évènement est assurée par les branches professionnelles ou les fédérations professionnelles elles-mêmes, parfois en appui avec les ministères - notamment ministère de l'Économie ou France Travail dans le cadre de grandes campagnes nationales. Le gouvernement a aussi lancé des dispositifs telle que la plateforme ljeuneIsoltuion s'appuient en partie sur des dispositifs existants mais les rassemblant.**

En résumé, l'intervention des acteurs publics et privés dans le champ de l'information et de la valorisation des métiers et filières s'inscrit dans des dynamiques variées avec différents niveaux d'intervention :

- **Plateforme d'information** en ligne ;
- Appui des **équipes éducatives** à l'accompagnement à l'orientation avec la mise à disposition de ressources ;
- **Coaching** et **conseil** en ligne ;
- **Accompagnement personnalisé** de proximité ; que ce soit les missions locales pour les jeunes de moins de 25 ans à la recherche d'un emploi ou d'une insertion durable à travers leur suivi et l'appui à la construction d'un projet vers l'emploi ;
- **Événements** ; forums des métiers, salons, concours ;
- **Mise en relation** avec des acteurs professionnels ;
- **Campagnes institutionnelles** de promotion de métiers ou secteurs ; conduites par les branches professionnelles elles-mêmes au niveau national, souvent en appui avec les ministères ou au niveau régional avec le soutien des Régions.

Ces actions font souvent l'objet de partenariats entre les différents acteurs afin de capitaliser sur les atouts et propositions de valeur de chacun. À titre d'exemple :

- **La connaissance de l'écosystème scolaire** et la capacité à entrer dans les établissements scolaires pour l'Onisep ;
- **La connaissance territoriale** : bassin d'emploi, métiers en tension et besoins de compétences pour les Régions ;
- **L'innovation** marketing, technologique et de services pour les acteurs Edtech ;
- **La connaissance terrain** et la capacité d'accompagnement de proximité des missions locales et les multiples opérateurs.





05

# S'informer pour décider

Accès à l'information, usages réels,  
confiance dans les sources

# Réseaux sociaux : d'un canal d'information à un acteur de l'orientation

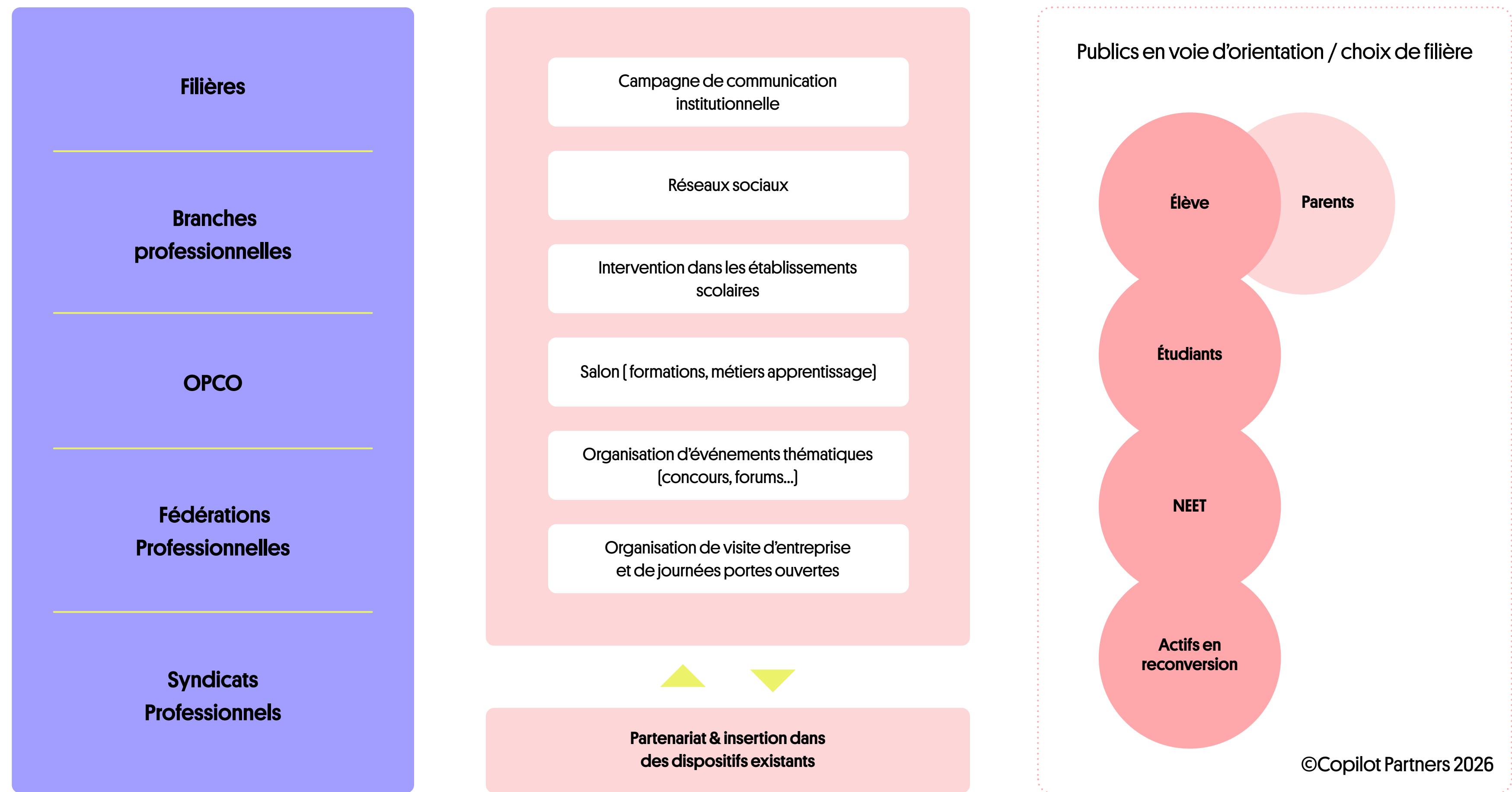
**Les réseaux sociaux bousculent aussi l'approche des acteurs de l'écosystème et leur stratégie d'information et de valorisation. Ils constituent un canal à maîtriser par les acteurs car vecteur d'une source importante d'informations sur les métiers.**

Une enquête indique que 44% des 16-25 ans reconnaissent que les réseaux sociaux les ont influencés dans leur choix de carrière et qu'ils peuvent aussi être considérés comme un acteur à part entière et autonome de leur parcours d'orientation - dans la mesure où des personnes qui à titre individuel choisissent de produire le contenu sur leur profession.

Les réseaux sociaux apparaissent à part entière comme une source d'inspiration, d'informations et d'opportunités. Ils redistribuent le pouvoir de représentation d'un métier, d'un secteur d'activité et marquent une rupture avec les campagnes d'informations plus institutionnelles. Les individus deviennent eux même les ambassadeurs de leurs métiers de manière incarnée (les "journées types" ou les récits personnels) et « désintéressée ».

**Cette nouvelle logique de visibilité devient une forme de valeur** car un métier ou un professionnel populaire sur les réseaux gagne en attractivité incitant entreprises et branches professionnelles à s'approprier de plus en plus ces nouveaux codes.

# Les opportunités de valorisation des filières



# Les pratiques d'information

## Quel accès à l'information pour les publics concernés ? Les usages réels des sources disponibles

### Focus chiffres

**Plus de 90 %** des jeunes français utilisent Google comme moteur de recherche principal.

**Environ 80 %** des 16-25 ans déclarent chercher des informations en ligne avant de prendre une décision d'orientation [source : OpinionWay / Edumapper 2025].

**Chaque année**, plusieurs millions de requêtes en France intègrent des mots-clés comme “métier”, “formation”, “orientation”, “bts”, “après bac”, “que faire après...”.

Les pics de recherche sont saisonniers : janvier [Parcoursup], juin-juillet [résultats du bac, réorientations].

### S'orienter n'a jamais été aussi complexe... ni aussi... ouvert !

Entre les conseils des parents, les échanges avec les enseignants, les forums d'écoles, les salons, les sites spécialisés, les vidéos YouTube, les influenceurs sur TikTok et les moteurs de recherche, les jeunes évoluent dans un véritable écosystème d'informations et de suggestions.

Mais avant toute chose, l'orientation reste une démarche profondément personnelle. Une quête de sens, passant bien souvent par une phase de recherches individuelle: « Que faire après le bac ? », « Quiz d'orientation », « Quel métier est fait pour moi ? », « Quelles études pour travailler dans... ? ». Et c'est là que les outils numériques jouent un rôle central. D'un côté, Internet, les moteurs de recherche Google, IA et autres... qui accompagnent une recherche active, rationnelle, documentée. De l'autre, les réseaux sociaux, où la découverte se fait de manière plus passive, au fil des contenus, des algorithmes et des récits partagés par les pairs ou les influenceurs.

Entre curiosité, inspiration et saturation d'informations, comment les jeunes s'informent-ils vraiment aujourd'hui ? Quels canaux privilégient-ils, et lesquels influencent réellement leurs choix d'orientation ? C'est ce que nous allons décrypter ensemble à travers les pratiques d'information et de consultation des jeunes en 2024-2025.

# Les pratiques d'information

## Quel accès à l'information pour les publics concernés ? Les usages réels des sources disponibles

### Les recherches sur Google : comprendre les pratiques d'orientation en ligne

**Avant de parler d'influenceurs ou de réseaux, il faut commencer par le premier geste d'orientation : la recherche Google.**

Aujourd'hui, l'orientation commence souvent par un clic : **près de 9 jeunes sur 10** déclarent s'y rendre pour chercher des informations sur leur avenir, avant même d'en parler à leurs parents ou à leurs professeurs [OpinionWay pour Edumapper, 2025]. C'est un geste simple, presque automatique, mais souvent décisif : celui d'entrer une question pour essayer d'y voir plus clair. Les requêtes sont simples, mais révélatrices : « que faire après le bac », « quel métier est fait pour moi », « test d'orientation gratuit ». Ensemble, elles représentent plus de 200 000 recherches mensuelles en France [Google Trends, 2024]. Derrière ces mots-clés, on devine la recherche de repères, le besoin de se situer, la peur de se tromper.



**Les premières réponses qui apparaissent viennent toujours des mêmes acteurs :** Onisep, Studyrama, L'Étudiant, Diplomeo. Des sites de référence, bien installés dans le paysage de l'orientation. Mais cette visibilité n'est pas le fruit du hasard : elle dépend du référencement et de la manière dont les plateformes se positionnent sur les moteurs de recherche.

Cette manière de s'informer traduit une vraie volonté d'autonomie. **Près de 70 % des 16-25 ans** affirment vouloir se faire leur propre idée avant de demander conseil [EducaWay, 2025]. Chercher par soi-même, comparer, comprendre : c'est une première étape, souvent rassurante. Et Google n'est qu'un point de départ. Une recherche sur « métier du digital » ou « formation environnement » conduit rapidement à une vidéo explicative, un témoignage ou une publication sur les réseaux sociaux. Deux jeunes sur trois prolongent d'ailleurs leur recherche en ligne sur ces plateformes après être passés par Google [Diplomeo, 2025].

On étend la réflexion, à partir d'une recherche Google, il y a aussi les recherches sur les moteurs de recherche IA [Perplexity AI, ChatGPT, Mistral, Copilot...], qui se nourrit du référencement sur Google. À développer

# Les pratiques d'information

## Quel accès à l'information pour les publics concernés ? Les usages réels des sources disponibles

### Le pouvoir des réseaux sociaux

**Sur les réseaux, on ne cherche pas un métier : on le croise. Par hasard, au détour d'un scroll.**

**C'est ce qui rend ces plateformes si puissantes : elles ne répondent pas à une question, elles en créent.**

**Près d'1 jeune sur 2 reconnaît avoir déjà été influencé par un contenu vu sur les médias sociaux dans son choix d'études ou de carrière (Le Monde des Grandes Écoles, 2025).**

Les réseaux ne fonctionnent pas comme un moteur de recherche : ce sont des moteurs d'attention. L'algorithme observe chaque geste : les vidéos qu'on regarde jusqu'au bout, celles qu'on « like », celles que l'on commente ou que l'on partage. En quelques jours, il comprend ce qui nous retient : un métier manuel, un univers créatif, une école, un témoignage inspirant. Puis il alimente ce fil, encore et encore, jusqu'à façonner un espace d'influence sur mesure. Regardons une vidéo d'un apprenti boulanger à Lyon, et l'algorithme nous enverra des dizaines de contenus similaires : d'autres jeunes en CAP, des témoignages d'artisans, des vidéos de concours, des offres de formation géolocalisées. Sur TikTok, les contenus sont calibrés selon l'âge, la langue, la localisation, le temps de visionnage et l'historique d'engagement. C'est cette personnalisation qui rend les réseaux si efficaces, et si subtils. L'information ne vient plus d'une institution, elle vient « de gens comme moi ». Les vidéos d'orientation ne ressemblent pas à des fiches métiers : elles montrent des visages, des gestes, des lieux de travail. Un cuisinier dans sa cuisine, une vidéaste qui monte un clip, une soignante qui parle de sa vocation. Tout semble vrai, accessible et... possible !

Mais cette puissance d'influence a un revers. L'algorithme amplifie ce qui capte l'attention : les métiers visuels, créatifs, atypiques. Le monde de l'audiovisuel, du social media, de la beauté, du sport ou du gaming domine les fils d'actualité. Certains univers, plus techniques ou moins photogéniques, sont moins représentés. L'orientation devient alors une projection émotionnelle : on choisit ce que l'on voit, ce que l'on comprend, ce qui nous touche.

**Les réseaux ne provoquent pas forcément un déclic, mais ils installent en tout cas une familiarité. À force de voir certains univers, certains métiers, certaines façons de travailler, les jeunes développent des repères, des envies, parfois même une préférence implicite. L'orientation ne se limite pas à une vidéo : elle se construit, peu à peu, au fil des contenus qui façonnent ce qu'ils perçoivent comme possible, désirable ou accessible.**

# Les pratiques d'information

## Quel accès à l'information pour les publics concernés ? Les usages réels des sources disponibles

### Focus sur TikTok et le phénomène #ApprendreSurTikTok

TikTok ne s'est pas contenté d'être une plateforme de divertissement : elle a très vite compris sa puissance d'influence dans le champ de l'apprentissage et de l'orientation. Constatant l'appétence croissante des jeunes pour les contenus éducatifs et les sujets liés à leur avenir, TikTok a lancé son propre programme : #ApprendreSurTikTok. Cette chaîne dédiée capitalise sur la curiosité naturelle des utilisateurs : en trois ans, le hashtag a dépassé 3 milliards de vues (dans le monde) et réunit professeurs, étudiants, experts ou passionnés qui partagent leur savoir sous forme de vidéos courtes, ludiques et accessibles. TikTok a donc institutionnalisé un usage né de la communauté : transformer le scroll en moment d'apprentissage, le divertissement en transmission.

Avec #ApprendreSurTikTok, la plateforme assume désormais son rôle dans la transmission des savoirs et, plus largement, dans la découverte des métiers et des vocations. Elle traduit une réalité nouvelle : l'apprentissage et l'orientation ne passent plus uniquement par des institutions, mais par des formats courts, incarnés, communautaires. Là où Google structure la recherche, TikTok construit la curiosité. Et c'est peut-être dans cet espace mouvant, entre information, inspiration et imitation, que se joue désormais une part essentielle de l'orientation des jeunes générations.

### Chiffres

#### 3 milliards de vues

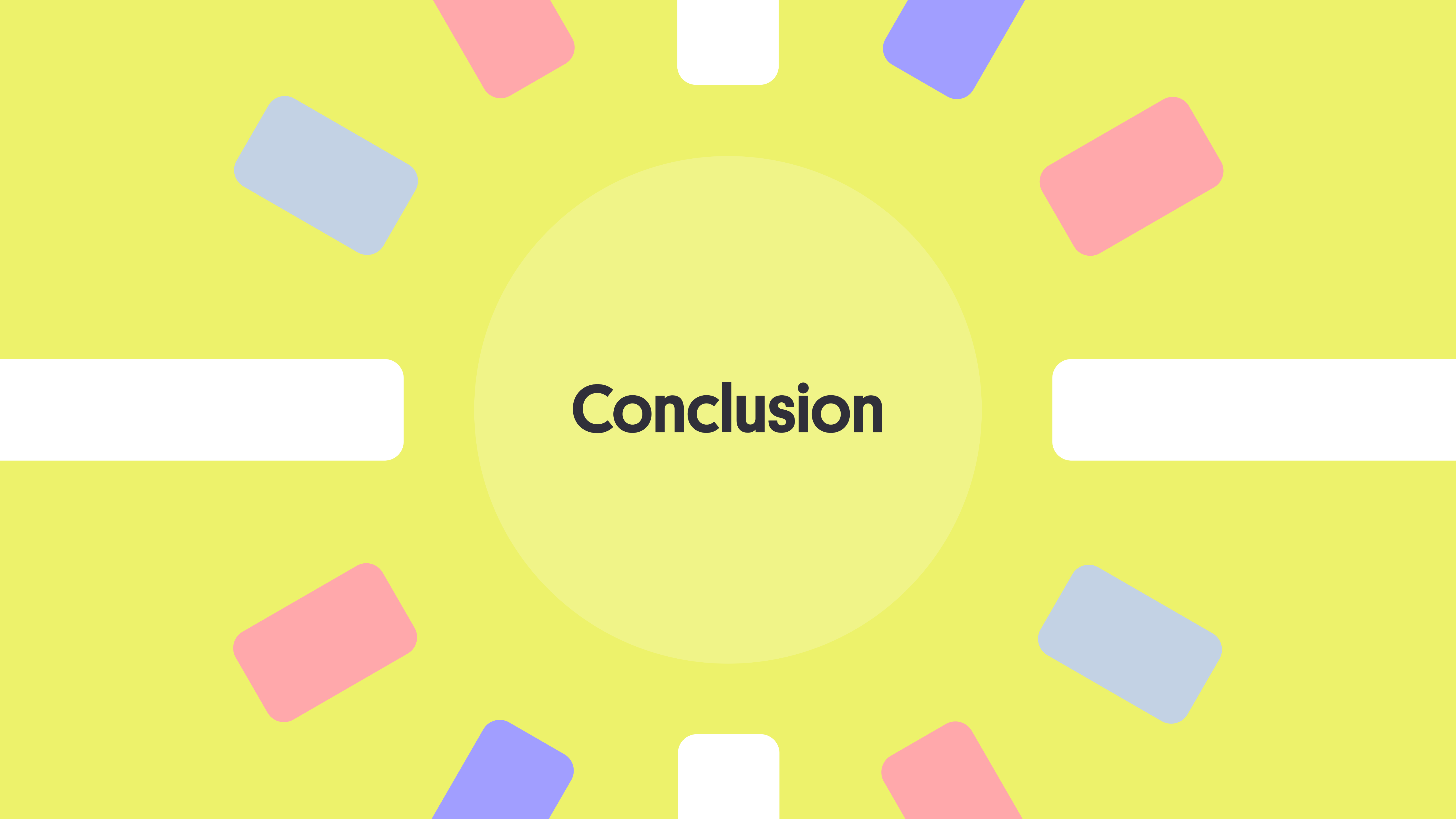
dans le monde depuis la création du hashtag [il y a 3 ans].

#### 1 milliard de vues et 62 000 vidéos

publiées en seulement 5 mois pour la relance du programme en mai 2024, toujours à l'échelle internationale.

#### 134 millions d'utilisateurs actifs mensuels environ

revendiqué par TikTok en Europe, dont plus de 20 millions en France [source : TikTok Europe, communiqué 2024].



**Conclusion**

# L'heure des choix

## Comprendre, influencer, accompagner les parcours d'orientation

**Les premiers choix d'orientation s'opèrent dans la sphère scolaire à des moments clés. Certains choix d'études préfigurent très tôt des choix de secteur professionnel en particulier pour les filières courtes très professionnalisantes. Les moments d'exposition au monde de l'entreprise à travers des stages ou des formations en apprentissage vont ainsi être déterminants.**

**De manière plus subjective les choix sont aussi marqués par un ensemble de déterminismes sociaux, scolaires, de genre et territoriaux. Certaines représentations de métier ou de filière sont ainsi à construire ou à déconstruire. Ainsi doivent prévaloir la découverte de soi et la diversification des modèles de réussite.**

- Les étudiants en réorientation illustrent la complexité du choix.
- Les actifs en reconversion avec la multiplication des dispositifs leur permettant de se (re)former sont aussi soumis aux mêmes dynamiques.

Tout un écosystème d'acteurs publics, parapublics, associatifs et privés sont mobilisés pour éclairer les choix et faire découvrir des métiers et secteurs d'activité en apportant des informations et des outils. Les actions conduites par cette diversité d'acteurs [communautés éducatives, ministère, opérateur, régions, acteurs économiques...] sont souvent opérées de manière articulée afin d'en amplifier l'efficacité. Un nouvel acteur - les réseaux sociaux - s'immisce depuis plusieurs années dans le paysage en venant bousculer les pratiques d'information, notamment chez les jeunes publics. Ils révèlent le besoin d'identification et d'incarnation des métiers.

**La stratégie de valorisation de filières ou de métiers doit s'incarner dans une approche globale et séquentielle qui va se construire en plusieurs étapes.**

**01.**

**Appréhension de la temporalité et du contexte du choix du secteur professionnel**

**02.**

**Caractérisation des cibles (au-delà du bénéficiaire final) et de leurs aspirations leurs pratiques d'informations**

**Construction des messages, points de valorisation, déconstruction.**

**03.**

**04.**

**Identification des dispositifs et partenaires à mobiliser**

## Étape 1

### Appréhension de la temporalité et du contexte du choix du secteur professionnel

Appréhension de la temporalité et du contexte du choix du secteur professionnel. Une vision claire de la temporalité des choix d'un métier ou d'un secteur professionnel est le prérequis de toute action de valorisation car comme il a été décrit les choix d'études sont plus ou moins tôt corrélés à un choix de métier ou secteur. Cette connaissance doit éclairer sur le bon moment d'information et le public cible.

Sans oublier tous les temps de découverte professionnelle, en particulier les stages, qui jalonnent les parcours scolaires qui vont peu à peu préparer au choix.

## Étape 3

### Construction des messages

L'élaboration des messages aux cibles identifiées devra s'appuyer non seulement sur des points de valorisation direct du métier et de la filière mais aussi sur la déconstruction d'éventuelles idées préconçues.

## Étape 2

### Caractérisation des cibles, de leurs aspirations et de leurs pratiques d'information

Définir les publics ciblés au-delà des « bénéficiaires directs » c'est-à-dire en élargissant les cibles aux personnes influentes c'est-à-dire en position d'accompagner le « bénéficiaire » dans ses choix : parents, enseignants, conseillers [...] est une autre étape déterminante.

Une fois les cibles identifiées, il s'agira de les caractériser, c'est-à-dire de connaître leurs aspirations et leurs pratiques d'information - souvent générationnelles.

## Étape 4

### Identification des dispositifs et des partenaires à mobiliser

Enfin il s'agira de sélectionner les moyens et dispositifs d'information à privilégier en fonction des pratiques d'information repérées et de leur efficacité. La connaissance des dispositifs d'information opérés par les différents acteurs de l'écosystème de l'orientation, de la reconversion ou de la formation tout au long de la vie devra permettre d'activer différents leviers pour une approche intégrale.

**Grâce à l'appréhension  
et à la maîtrise de ces  
différentes étapes les  
représentants des acteurs  
économiques - branches  
professionnelles,  
fédérations ou syndicats  
professionnels - se  
donneront les moyens  
d'assurer l'attractivité de  
leurs métiers et filières.**



# Ouvrir le champ des possibles

Comment se dessinent les itinéraires  
de la professionnalisation ?

Note stratégique sur les leviers d'attractivité des métiers



**thalamus**  
INTELLIGENCES CRÉATIVES



À découvrir sur  
[www.thalamus-ic.fr/copilotpartners-note-strategique](http://www.thalamus-ic.fr/copilotpartners-note-strategique)