CARIF-OREF Bretagne, Centre et Pays de la Loire

Enquête auprès des publics du SPRO

Rapport

Décembre 2014

6, rue Gurvand
BP 40709
35 007 Rennes Cedex
Tél. : 02 99 30 59 96
Fax. : 02 99 30 58 87
www.tmoregions.fr

SAS au capital de 40 000 €
RC Rennes B 314 209 941

Contact : **Fabien Schlosser**
Directeur d'études
02 99 30 58 96
06 70 03 87 45
fabien.schlosser@tmoregions.fr

Sommaire

1. CONTEXTE, OBJECTIFS ET METHODOLOGIE DE L'EVALUATION 4

1.1 Contexte et objectifs 4
1.2 Méthodologie 5

2. LES DEMARCHES DE RECHERCHE D'INFORMATIONS ET DE CONSEILS ... 10

2.1 Les catégories de public, leurs questionnements et les moyens pour y répondre 10
2.2 La recherche effective d'informations ou de conseils et ses modalités 14
2.3 L'identification et l'accessibilité des lieux et organismes 17
2.4 Les besoins et attentes des publics dans leur parcours de recherches d'informations ... 19

3. LES DEMARCHES DE SOLLICITATION DES PROFESSIONNELS 26

3.1 Un besoin de faire appel à un professionnel dans le parcours d'orientation 26
3.2 L'obtention d'entretiens avec des professionnels 28
3.3 Les besoins et attentes vis-à-vis de l'offre de conseil 32
3.4 Le conseiller idéal selon les participants des groupes qualitatifs 39

4. SYNTHESE CONCLUSIVE 42

1. CONTEXTE, OBJECTIFS ET METHODOLOGIE DE L'EVALUATION

1.1 Contexte et objectifs

De nombreuses structures ont vocation à informer et conseiller les publics en matière d'orientation. La plupart des évaluations conduites ont montré que leur nombre et leur diversité ont longtemps grevé la lisibilité, l'accessibilité et la qualité des services rendus aux publics. Par ailleurs, l'absence de pilote clairement identifié à longtemps été un frein au développement d'une politique publique efficiente et coordonnée en matière d'information et d'orientation.

L'instauration du SPO en novembre 2009, puis la préfiguration du Service Public Régional de l'Orientation en septembre 2013, et enfin, la loi « formation professionnelle –démocratie sociale » adoptée en mars 2014, contribuent à reposer et à consolider le cadre de l'action publique et son pilotage. La réforme du Service Public d'Orientation confirme le rôle des Régions de coordination des organismes participant au SPRO, autres que ceux relevant de la formation initiale (dont la politique reste définie au niveau de l'Etat).

La volonté d'efficience, d'accessibilité, de cohérence et de lisibilité s'affirme avec force comme une ambition commune du service public. C'est pourquoi le Ministère de l'Education Nationale et celui du Travail, de l'Emploi, de la Formation professionnelle et du dialogue social ont saisi le 4 mars 2014 le Conseil National de la Formation Professionnelle Tout au Long de la Vie pour qu'une réflexion soit engagée sur les outils et les ressources à disposition des publics et des professionnels.

Dans ce cadre, les Régions Bretagne, Centre et Pays de la Loire se sont associées et ont décidé de confier aux CARIF-OREF la conduite d'une enquête interrégionale sur les modalités d'accès, les usages et attentes des publics.

Les CARIF-OREF ont souhaité mobiliser les ressources et les compétences d'un prestataire pour réaliser un travail d'enquête auprès des publics visant trois grands enjeux :

1. Contribuer à la construction ou à l'adaptation d'une offre de service du SPRO répondant aux attentes des publics.
2. Apporter les éléments utiles à l'élaboration d'un plan de communication en direction des publics.
3. Nourrir l'élaboration d'un programme d'appui dédié aux professionnels des structures composant le SPRO.

Cette enquête visait essentiellement deux objectifs :

1. Connaître les usages et freins éventuels des publics dans leur recherche d'une information (métiers, dispositifs, aides, offre de formation…) ou d'une orientation / réorientation professionnelle dans le cadre de la construction d'un parcours et des mobilités professionnelles.
2. Recueillir leurs attentes et préconisations vis-à-vis des services à rendre, des améliorations souhaitables ou des services à inventer.

La notion de public était ici comprise dans un sens extensif. Il s'agissait d'aller à la rencontre des publics en attentes d'une information, d'un conseil ou d'un accompagnement en matière d'orientation, et ce, qu'ils utilisent ou pas les services qui leur sont dédiés. L'enquête ciblait :

- Les jeunes lycéens et apprentis
- Les jeunes décrocheurs

- Les jeunes de 18 à 25 ans en démarche d'insertion professionnelle
- les étudiants et jeunes diplômés
- Les actifs en emploi du secteur privé et des trois fonctions publiques
- Les demandeurs d'emploi, les personnes en retour vers l'emploi et les actifs en emploi en cours de licenciement
- Les bénéficiaires de minima sociaux
- Les actifs en situation de handicap

1.2 Méthodologie

1.2.1 Une enquête sur site par questionnaire

Deux modalités de passation des enquêtes par questionnaire ont été mises en œuvre de façon complémentaires :

- une enquête en face à face,

- une enquête auto-administrée.

Ces enquêtes ont essentiellement été réalisées au sein des structures du SPRO ou à proximité au cours du mois de septembre 2014. Des enquêtes en rue ont pu également être effectuées auprès de salariés du privé.

Au total, 1 944 questionnaires ont été récoltés, mais 1 691 questionnaires ont été analysés, certains questionnaires n'ayant pu être traités car trop incomplets (enquête auto-administrée).

On n'observe pas de biais notable des résultats selon la méthode de passation. Par conséquent, l'ensemble des questionnaires a pu être agrégé pour aboutir à l'échantillon dont la répartition en termes de profils est décrite dans le tableau ci-dessous.

Répartition de l'échantillon par profil	Total 100%
Jeunes décrocheurs	3%
Apprentis	14%
Lycéens	4%
Etudiants	9%
jeunes diplômés	4%
Jeunes 18-25 ans en démarche d'insertion	10%
Total « Jeunes »	*43%*
Actifs en cours licenciement	2%
Actifs en demande d'emploi	24%
Minimas sociaux	5%
Total « Demandeurs d'emploi »	*30%*
FPT	10%
FPH	6%
FPE	3%
Privé ME / GE / PE / TPE	17%
Total « Actifs en emploi »	*27%*

On trouvera ci-après la description de l'échantillon des répondants selon le sexe, l'âge, l'activité et la catégorie professionnelle, le niveau d'étude, la situation de handicap ou non, l'équipement automobile et l'accès à Internet.

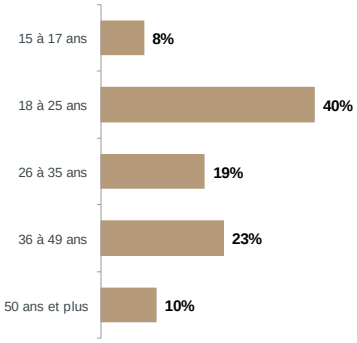
- Sexe -

Base : Ensemble des répondants (1 640)



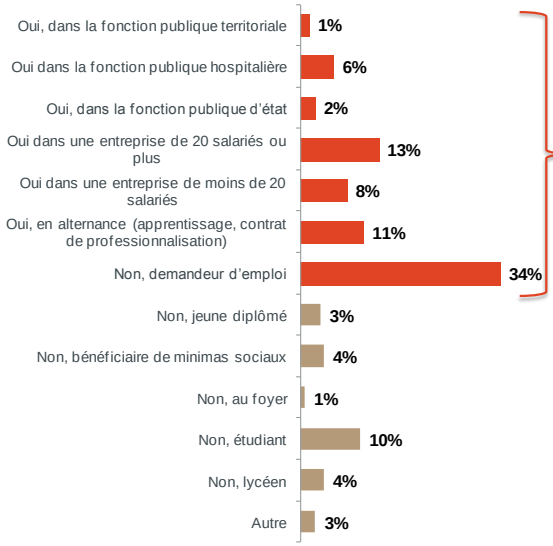
- Age -

Base : Ensemble des répondants (1 643)



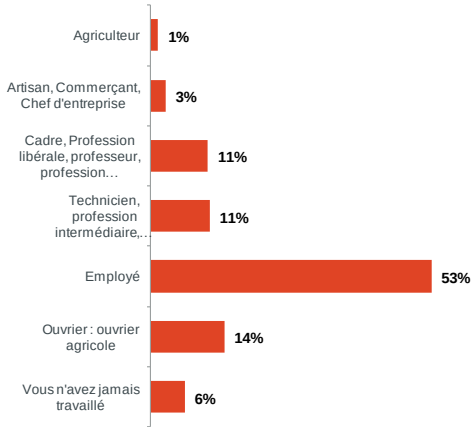
« Exercez-vous une activité professionnelle ? »

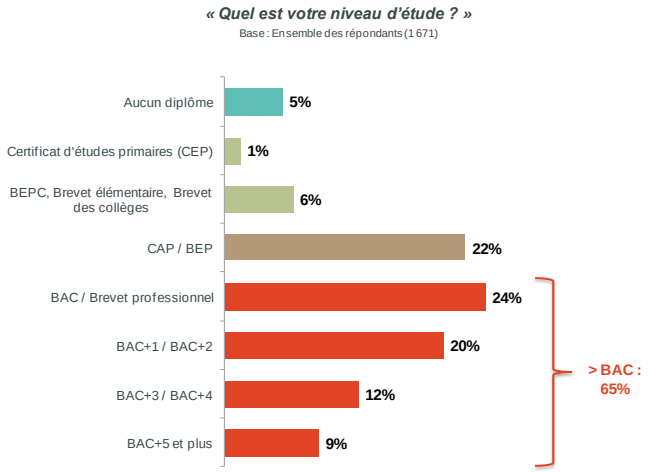
Base : Ensemble des répondants (1 672)

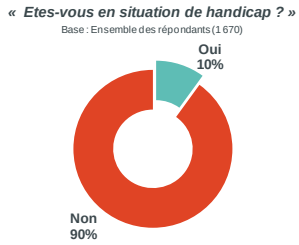


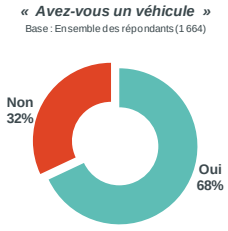
« Quelle est ou quelle a été votre profession ? »

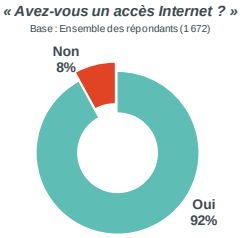
Base : Répondants en emploi ou à la recherche d'un emploi (1 185)











1.2.2 Un approfondissement qualitatif par l'animation de tables rondes

Six tables ont été organisées au mois d'octobre 2014 afin d'approfondir les besoins et attentes des publics :

- Une table ronde à Châteaudun réunissant de jeunes lycéens et apprentis et un jeune décrocheur
- Une table ronde à Nantes réunissant essentiellement des étudiants mais également deux jeunes en insertion suivis par la mission locale
- Deux tables rondes de demandeurs d'emploi non cadres (actifs en demande d'emploi, minimas sociaux) à Rennes et Orléans
- Deux tables rondes de salariés non cadres (salariés du privé non cadres et actifs non cadres en cours de licenciement) à Cholet et Morlaix

Présentation des participants de la table ronde de Rennes (demandeurs d'emploi non cadres) :

- Yannick, 47 ans, commercial
- Éric, 41 ans, webmaster
- Céline, 43 ans, chargée de recrutement
- Juliette, 40 ans, aide-soignante
- Marie, 33 ans, carreleuse
- Nicolas, 29 ans, technicien en signalisation ferroviaire

Présentation des participants de la table ronde d'Orléans (demandeurs d'emploi non cadres) :

- Marie-Ange, 35 ans, employé secteur de la petite enfance
- Nicole, 51 ans, employé secteur médico-social
- Assitan, 31ans, commerciale
- Julie, 31 ans, agent de transit dans le fret maritime
- Reddin, 34 ans, AAH
- Léa, 23 ans, assistante export

Présentation des participants de la table ronde de Nantes (étudiants et jeunes suivis par la mission locale) :

- Baptiste, 24 ans, Master 1
- Rodolphe, 22 ans, Master 2
- Arnaud, 25 ans, Master 2
- Valentin, 24 ans, Master 1
- Noémie, 20 ans, L2
- Apolline, 23 ans, Master 2
- Jessica, 18 ans, CAP aide à la personne
- Esther, 21 ans, sans diplôme

Présentation des participants de la table ronde de Châteaudun (lycéens, apprentis et un jeune décrocheur) :

- Cédric, 19 ans, BTS - Apprenti en secteur agricole
- Julien, 19 ans, BTS - Apprenti en secteur agricole
- Adrien, 15 ans, niveau lycéen en seconde générale (jeune décrocheur)
- Adrien, 19 ans, BTS- Apprenti en secteur agricole
- Orianne, 15 ans, lycéenne en 2nd générale
- Marvina, 20 ans - apprentie en secteur agricole
- Soliman, 16 ans, lycéen en terminale ES

Présentation des participants de la table ronde de Morlaix (salariés du privé non cadres et actifs non cadres en cours de licenciement) :

- Valérie, 40 ans, ouvrier
- Anthony, 26 ans, ouvrier
- Bernard, 53 ans, ouvrier
- Sylviane, 48 ans, employée de commerce
- Anaïs, 20 ans, alternance en banque

Présentation des participants de la table ronde de Cholet (salariés du privé non cadres) :

- Daniel, 60 ans, chargé d'enquêtes
- Noël, 52 ans, soudeur,
- Youssef, 21 ans, chauffagiste EDF
- Clément, 20 ans, maçon
- Guillemette, 55 ans, agent d'entretien
- Colette, 51 ans, femme de ménage

L'objectif de l'animation était de faire s'exprimer les participants pendant environ 2h sur le service de l'orientation idéal, afin de projeter leurs besoins et attentes vis-à-vis du SPRO. Les animations étaient structurées principalement en quatre temps :

1. Un temps sur la communication idéale sur les lieux et organismes proposant des services d'orientation.

2. Un temps sur le centre d'informations idéal, à la fois en termes de configuration des lieux, d'offre d'informations et de site Internet.

3. Un temps sur la prise de RV et l'organisation idéale des RV avec les conseillers.

4. Un temps sur le conseiller idéal.

2. LES DEMARCHES DE RECHERCHE D'INFORMATIONS ET DE CONSEILS

2.1 Les catégories de public, leurs questionnements et les moyens pour y répondre

2.1.1 Les catégories de public

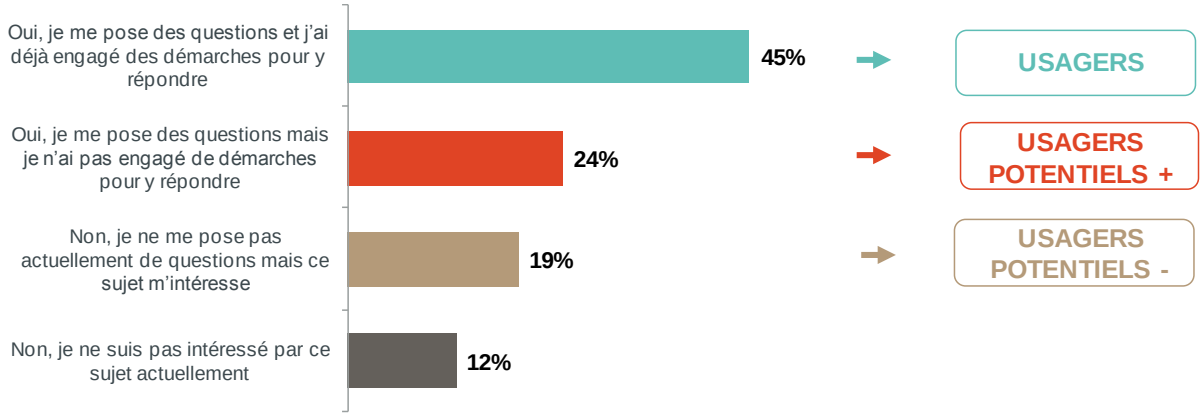
On observe qu'au global, plus de **80% des publics enquêtés peuvent être considérés comme des publics du SPRO**. Parmi ces publics du SPRO on distingue :

- **les usagers effectifs qui représentent 45% des répondants** (c'est-à-dire ayant engagé des démarches pour répondre à leurs questionnements),

- **les usagers potentiels qui représentant 43% des répondants** (c'est-à-dire en questionnements ou intéressés par le sujet mais sans avoir encore engagé de démarches pour y répondre), catégorie au sein de laquelle ont été distingués les usagers à fort potentiel d'utilisation du SPRO (24% des répondants) et ceux à plus faible potentiel d'utilisation du SPRO (19% des répondants).

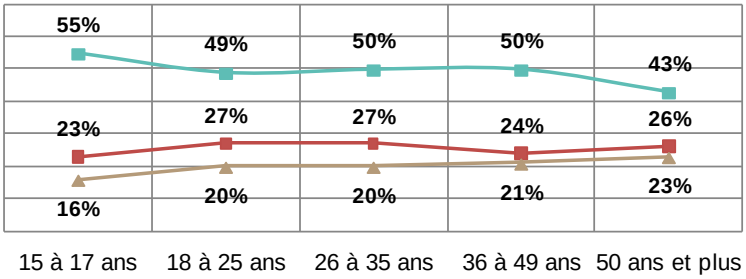
« Vous posez-vous actuellement des questions sur votre orientation ou votre évolution professionnelle ? »

Base : Ensemble des répondants (1 913)



Lorsque l'on croise ces différentes catégories d'usagers par la variable d'âge, on remarque que plus les répondants sont âgés, moins ils ont engagé de démarches même s'ils se posent des questions ou que le sujet les intéresse. En corolaire, plus ils sont âgés plus ils sont intéressés par le sujet, même s'ils ne se posent pas véritablement de questions et qu'ils n'ont pas engagé de démarches.

Croisement par l'âge



Cependant, la lecture par âge ne suffit pas à bien caractériser les catégories d'usagers. Lorsque l'on analyse ces différentes catégories selon les types de publics ciblés par l'étude (cf. tableau ci-dessous), on observe plusieurs tendances :

- **la catégorie « usagers » comporte davantage qu'en moyenne des jeunes diplômés, des jeunes de 18-25 ans en démarche d'insertion, des actifs en cours de licenciement, des actifs en demande d'emploi.**

- **la catégorie « usagers potentiels » comporte davantage qu'en moyenne des apprentis, des étudiants, des agents de la fonction publique et des salariés du privé.**

Il apparaît par conséquent à la lecture des résultats que les usagers potentiels vers lesquels peut se tourner davantage le SPRO sont les actifs en emploi, les apprentis et les étudiants.

« Vous posez-vous actuellement des questions sur votre orientation ou votre évolution professionnelle ? »

Base : Ensemble des répondants hors non intéressés (1 640)

	52% USAGERS	27% USAGERS POTENTIELS +	21% USAGERS POTENTIELS -	
	USAGERS	USAGERS POTENTIELS +	USAGERS POTENTIELS -	Total
Jeunes décrocheurs	4%	1%	1%	3%
Apprentis	11%	16%	18%	14%
Lycéens	4%	5%	1%	4%
Etudiants	6%	12%	11%	9%
jeunes diplômés	6%	2%	0%	4%
Jeunes 18-25 ans en démarche d'insertion	13%	7%	7%	10%
Actifs en cours licenciement	4%	0%	1%	2%
Actifs en demande d'emploi	30%	18%	16%	24%
Minimas sociaux	5%	5%	3%	5%
Fonction publique	5%	12%	17%	10%
Salariés du privé	11%	20%	25%	17%
TOTAL	100%	100%	100%	100%

2.1.2 Les questionnements des publics

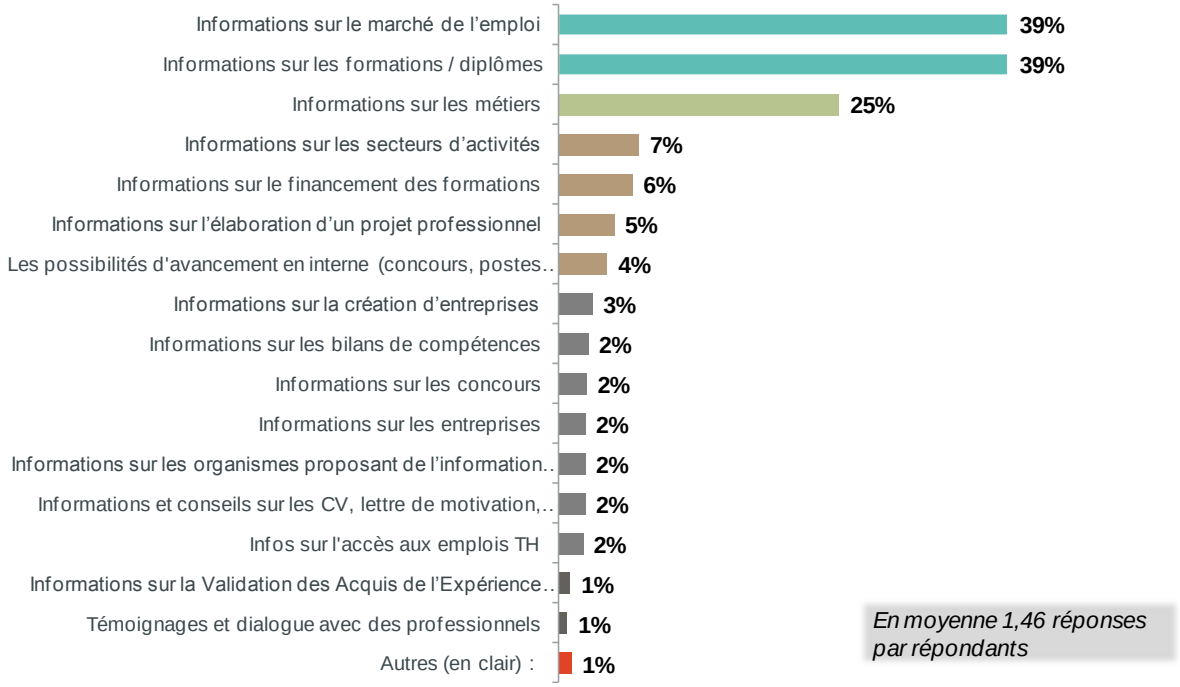
S'agissent de leurs thèmes de questionnements, en réponse à la question ouverte qui leur a été posée, les répondants, qu'ils aient ou non déjà engagé des démarches, indiquent très majoritairement rechercher des informations :

- sur **les formations et diplômes** (48% dont informations sur le financement des formations, informations sur les concours et informations sur la VAE),
- sur **le marché de l'emploi** (39),
- sur **les métiers** (25%).

« Pour répondre à vos questions sur votre orientation ou votre évolution professionnelle, quel(s) type(s) d'information vous intéresse(ent) en particulier ? » (question ouverte)

Base : Ensemble des répondants (1 537)

Résultat supérieur à 100% car plusieurs réponses possibles



En moyenne 1,46 réponses par répondants

Les enseignements des tables rondes viennent enrichir ce constat en montrant que les demandeurs d'emploi, et dans une moindre mesure les salariés, recherchent avant tout de l'information sur l'emploi, les formations et les métiers et secteurs d'activités qui recrutent à l'échelle du bassin d'emploi, manifestant une plus grande appétence à la mobilité professionnelle qu'à la mobilité géographique.

En outre, il faut souligner qu'en tendance :

- **L'intérêt pour les informations sur les formations décroit avec l'âge**, ce qui peut tenir au fait que les répondants plus âgés sont en proportion davantage en emploi et recherchent davantage d'autres types d'informations (cf. ci-après). Ainsi, les informations sur les formations sont très prisées par les lycéens et les jeunes décrocheurs.

- **Les actifs en emploi, tout comme la catégorie des usagers potentiels du SPRO, portent un plus grand intérêt qu'en moyenne aux informations sur les secteurs d'activités** et un moindre intérêt à celles sur les formations et les diplôme (cependant les agents de la fonction publique portent un intérêt particulier pour les informations sur les concours). Parmi ceux-ci, les salariés d'entreprises de

moins de 20 salariés portent un plus grand intérêt pour les informations sur les métiers que les salariés d'entreprises de plus de 20 salariés.

- Les actifs en cours de licenciement et les jeunes diplômés se distinguent par leur intérêt plus prononcé qu'en moyenne pour les informations sur le marché de l'emploi (les débouchés).

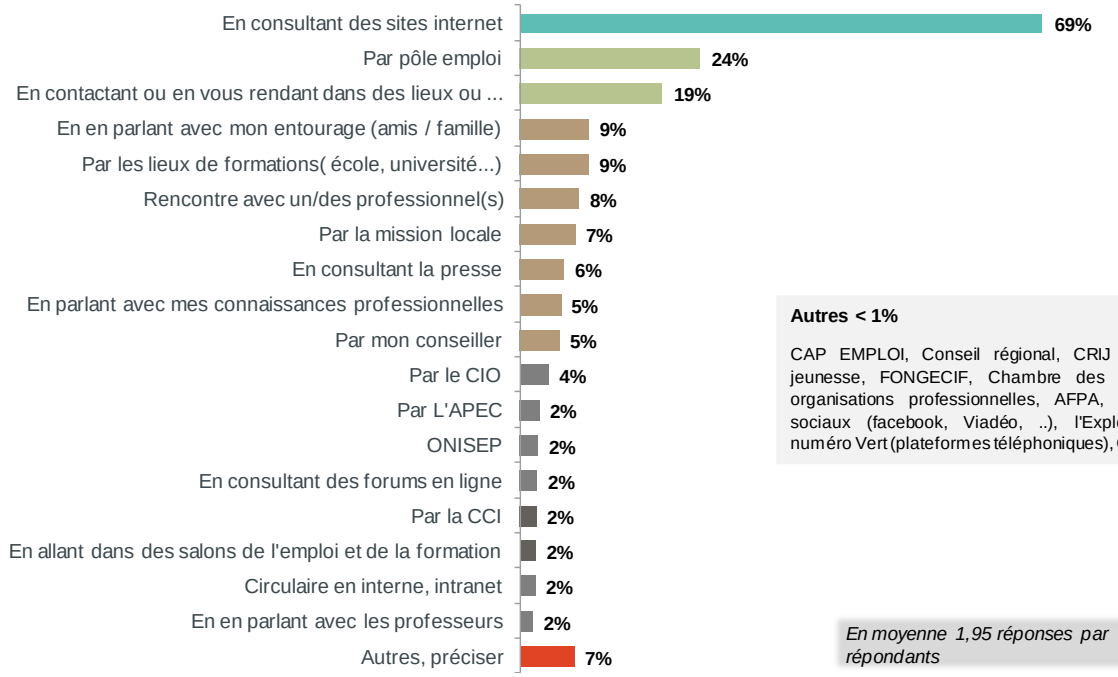
2.1.3 Les moyens d'obtention des informations recherchées

Lorsque l'on interroge l'ensemble des répondants sur les moyens de trouver les informations qu'ils recherchent, les réponses à la question ouverte posée sont d'un côté très éclatées, de l'autre font nettement apparaître le premier réflexe consistant à consulter des sites Internet.

« Selon vous, comment peut-on trouver ce(s) type(s) d'informations ? » (question ouverte)

Base : Ensemble des répondants (1 586)

Résultat supérieur à 100% car plusieurs réponses possibles



Autres < 1%

CAP EMPLOI, Conseil régional, CRIJ / Point jeunesse, FONGECIF, Chambre des métiers, organisations professionnelles, AFPA, réseaux sociaux (facebook, Viadéo, ..), l'Exploratoire, numéro Vert (plateformes téléphoniques), CLPS…

En moyenne 1,95 réponses par répondants

Sans surprise, on constate les différenciations suivantes :

- La catégorie « usagers » (c'est-à-dire ayant engagé des démarches) cite davantage les lieux ou organismes spécialisés.

- Pôle emploi (ainsi que la presse) est davantage identifié par les demandeurs d'emploi, les actifs en cours de licenciement, les minimas sociaux et de façon générale par les 25 ans et plus.

- La mission locale est davantage citée par les plus faiblement diplômés chez les jeunes de moins de 25 ans.

- Le CIO est davantage identifié par les jeunes décrocheurs et les lycéens.

- Les lieux de formations sont davantage cités par les apprentis et les étudiants.

On observe également que de façon générale, les jeunes citent davantage Internet et leur entourage comme sources d'informations, Internet en raison de l'effet générationnel et l'entourage car en général les jeunes sont moins au fait de l'environnement institutionnel et ont tendance à se reporter vers des réseaux personnels en qui ils ont confiance.

2.2 La recherche effective d'informations ou de conseils et ses modalités

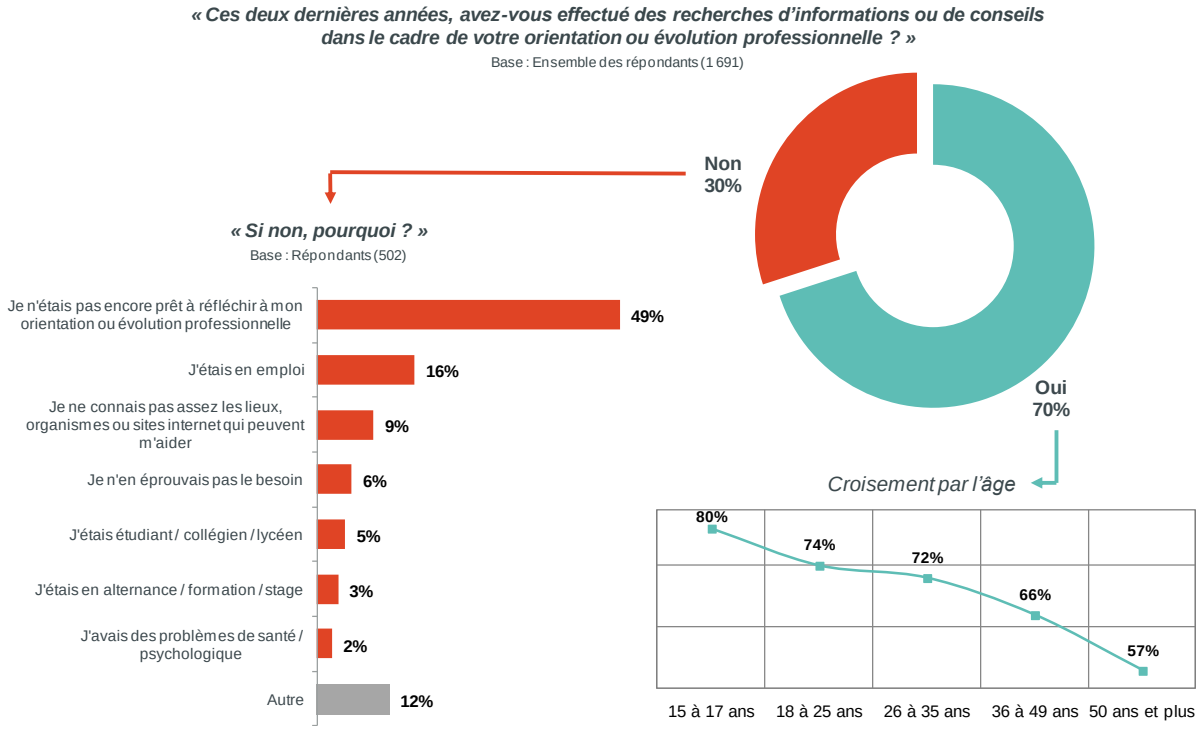
2.2.1 La recherche effective d'informations ou de conseils

Au global, **70% des répondants ont effectué des recherches d'informations ou de conseils au cours des deux dernières années** (sans que cela ait nécessairement occasionné de démarches auprès de lieux ou d'organismes).

Plus les répondants sont âgés, moins ils ont effectué ces recherches, ce qui peut tenir à leur plus grande proportion d'actifs en emploi, en témoigne la plus forte proportion d'actifs en emploi n'ayant pas engagé de recherches (41%).

Il faut également souligner que les usagers potentiels du SPRO ont moins engagé ces recherches qu'en moyenne (environ 40%), bien qu'il faille souligner d'un autre côté qu'environ 60% des usagers potentiels ont recherché des informations même s'ils n'ont pas engagé formellement de démarches, ce qui montre bien leur intérêt pour l'offre d'informations ou de conseils.

Par ailleurs**, dans leur grande majorité, les répondants n'ayant pas effectué ces recherches n'étaient tout simplement pas prêts à engager une réflexion sur leur orientation ou évolution professionnelle.** Autrement dit, le fait de ne pas effectuer de recherches ne parait pas lié à un manque de connaissances des sites Internet, lieux et organismes (bien que ce manque de connaissances soit cité par environ 9% des répondants n'ayant pas effectué ces recherches - 2,7% de l'échantillon global).



2.2.2 Les modalités de recherche d'informations ou de conseils

Lorsque l'on interroge les répondants ayant effectué des recherches d'informations ou de conseils au cours des deux dernières années sur les modalités de leur recherche, 89% d'entre eux citent le recours à Internet et 74% le recours aux lieux et organismes.

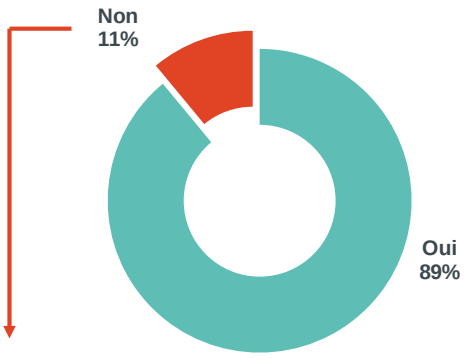
« Avez-vous effectué des recherches d'information ou de conseils auprès de lieux ou organismes dans le cadre de votre orientation ou évolution professionnelle ? »

Base : Ensemble des répondants ayant effectués des recherches dans les deux dernières années (1 168)



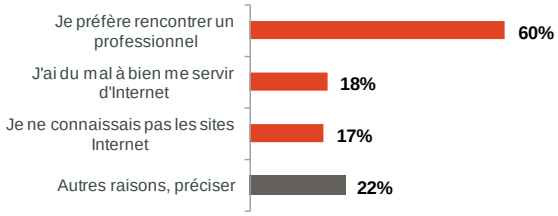
« Avez-vous effectué des recherches d'information ou de conseils sur Internet dans le cadre de votre orientation ou évolution professionnelle ? »

Base : Ensemble des répondants ayant effectués des recherches dans les deux dernières années (1 168)



« Pouvez-vous me dire pourquoi ? »

Base : 127



Par conséquent, si l'on compare ce résultat aux modalités de recherche envisagées par l'ensemble de l'échantillon (c'est à dire que les répondants aient ou non engagé des recherches ces dernières années), on observe que **lorsque les répondants se lancent dans un recherche effective, le recours à Internet et aux**

organismes devient quasiment équivalent alors qu'il était nettement en faveur d'internet pour l'ensemble de l'échantillon (cf. précédemment). **Cela montre bien la complémentarité entre ces deux modalités de recherche d'une part, l'importance des lieux et organismes d'autre part, Internet ne se suffisant pas à lui-même**.

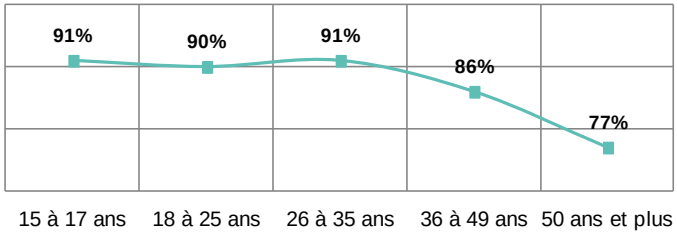
D'ailleurs, les répondants n'ayant pas effectué de recherche par Internet expriment en majorité leur préférence pour le contact avec un professionnel (60% soit environ 0,07% des répondants ayant effectué des recherches ces deux dernières années), puis de manière plus marginale la difficulté à se servir d'Internet ou la méconnaissance des sites (17% et 18% soit environ 0,2% des répondants ayant effectué des recherches ces deux dernières années).

Il est à souligner que parmi les répondants qui n'ont pas accès à Internet à leur domicile, ils sont encore 74% à avoir réalisé des recherches par ce biais. **Autrement dit, l'absence d'accès personnel à Internet n'est pas rédhibitoire, les répondants trouvant d'autres solutions pour effectuer leurs recherches dans d'autres lieux (lieux et organismes du SPRO, cyber café, entourage..).**

Examinons maintenant qui sont en tendance <u>les répondants ayant moins effectué de recherches par Internet</u> :

- **les 50 ans et plus,**
- **les minimas sociaux,**
- **les premiers niveaux de CSP,**
- **les moins diplômés.**

Croisement par l'âge



De même, examinons qui sont en tendance <u>les répondants ayant moins mobilisé les lieux ou organismes du SPRO</u> :

- **les apprentis, les lycéens, les agents de la fonction publique,**
- **les actifs en emploi, qu'ils soient salariés du privé ou agents de la fonction publique,**
- **les plus diplômés.**

Ces résultats peuvent s'expliquer pour les apprentis et lycéens par les possibilités d'obtention d'informations ou de conseils dans leurs structures d'enseignement et dans les salons de l'emploi et de la formation (de même que les jeunes diplômés), pour les agents de la fonction publique ou les actifs en emploi par le recours à leurs employeurs et à leurs réseaux professionnels.

On peut aussi suggérer que ces publics se sentent plus autonomes (notamment les plus diplômés) et/ou ne se sentent pas dans la même urgence que les autres publics pour bénéficier d'informations ou de conseils sur leur orientation ou évolution professionnelle.

Examinons à présent qui sont en tendance <u>les répondants ayant davantage mobilisé les lieux ou organismes du SPRO</u> :

- **les personnes en situation de handicap,**

- **les premiers niveaux de CSP,**
- **les minimas sociaux,**
- **les demandeurs d'emploi et actifs en cours de licenciement,**
- **les répondants en zone rurale.**

S'il est somme toute logique que les demandeurs d'emploi et les actifs en cours de licenciement aient davantage mobilisé les structures du SPRO, on retire de ces constats la plus grande appétence des répondants en zone rurale, des premiers niveaux de CSP et minimas sociaux, à rentrer en contact direct avec les structure.

On peut suggérer que ces publics se sentent moins autonomes dans leur recherche d'informations ou de conseils sur leur orientation ou évolution professionnelle.

De même, les spécificités des personnes en situation de handicap semblent les amener à se rapprocher davantage des structures pour bénéficier d'informations et de conseils adaptés.

2.3 L'identification et l'accessibilité des lieux et organismes

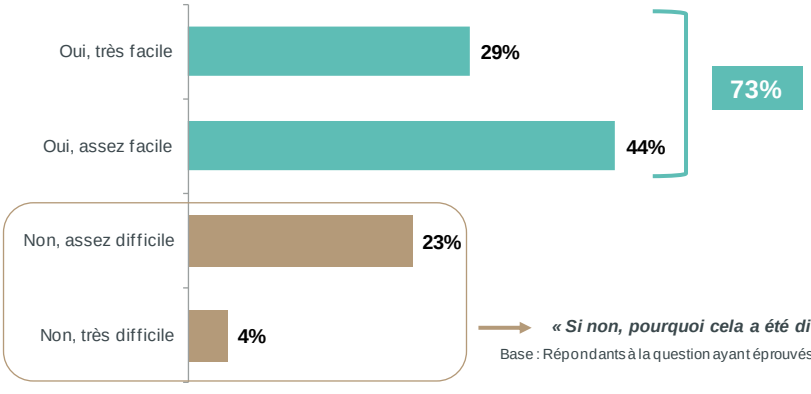
2.3.1 L'identification des lieux ou organismes offrant des informations ou des conseils

Au global, **près des ¾ des répondants ayant engagé des recherches d'informations ou de conseils ces dernières années ont facilement identifié les lieux ou organismes qui pouvaient les aider**.

Ce constat doit cependant être relativisé, d'une part car seuls 29% ont estimé que cela a été très facile, d'autre part car plus d'1/4 des répondants ont rencontré des difficultés pour les identifier, soit par difficulté à se repérer parmi l'ensemble de l'offre, soit par difficulté à repérer le bon interlocuteur au sein des structures.

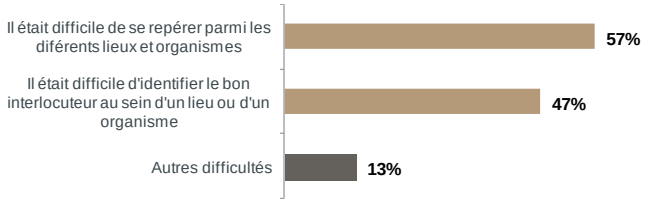
« Pour vous, a-t-il été facile d'identifier les lieux ou organismes qui pouvaient vous aider ? »

Base : Répondants ayant effectués des recherches dans les 2 dernières années (1 173)



« Si non, pourquoi cela a été difficile ? »

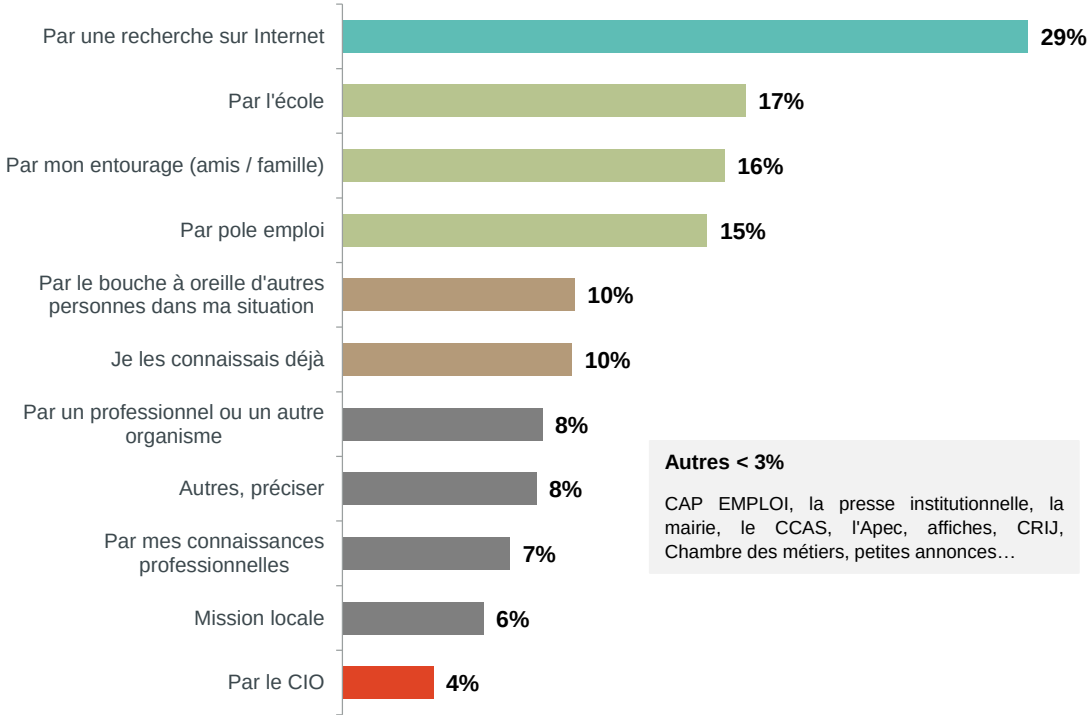
Base : Répondants à la question ayant éprouvés des difficultés (305)



Internet (29%), le lieu d'enseignement (17%), l'entourage (16%) et les autres organismes (33% - Pôle emploi, la mission locale, le CIO, professionnels ou autres organismes) sont les principaux moyens mentionnés par les répondants pour identifier les lieux ou organismes qu'ils ont fréquentés pour obtenir des informations ou des conseils. Le fait de passer par des organismes proposant eux-mêmes des informations ou des conseils n'est pas si surprenant dans la mesure où le parcours d'orientation peut nécessiter la mobilisation de plusieurs structures (ex. la mobilisation des OPCA).

« Comment avez-vous connu ces lieux ou organismes ? »
(question ouverte)

Base : Ensemble des répondants ayant effectué des recherches auprès d'organismes (812)



De façon attendue, compte tenu des résultats présentés précédemment :

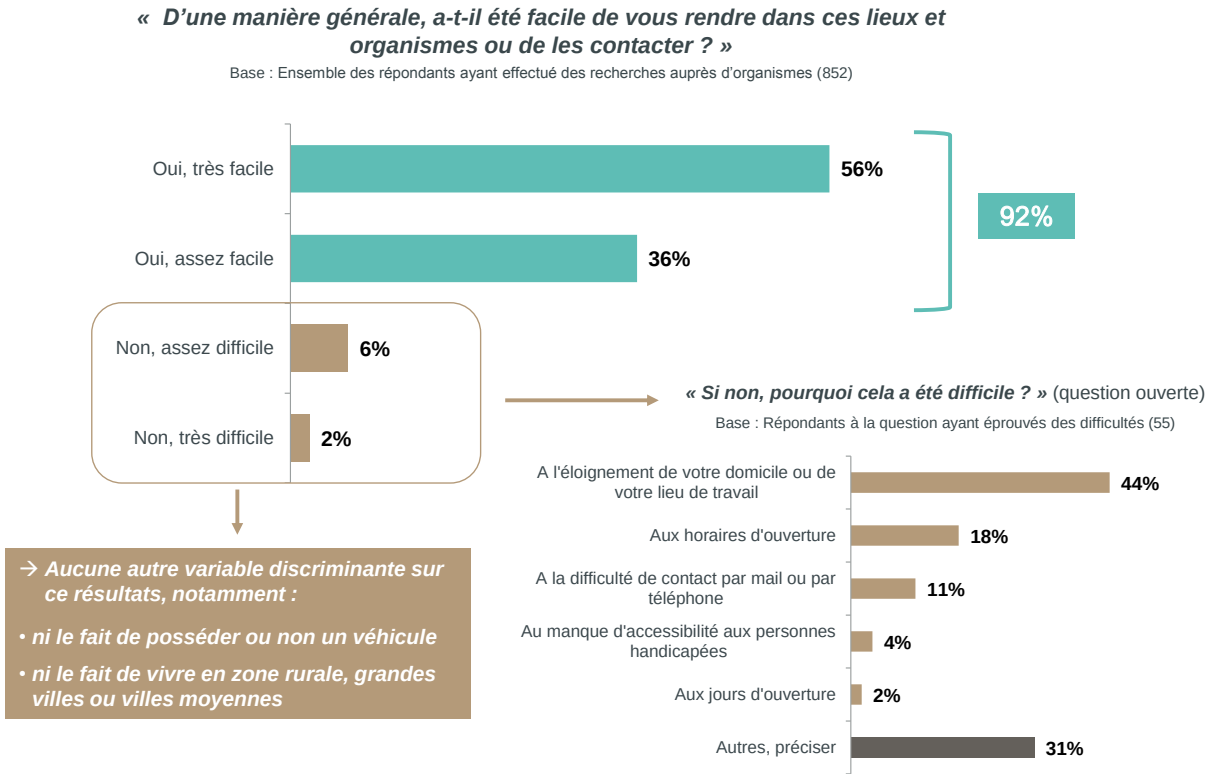
- les jeunes ont davantage mobilisé leur lieu d'enseignement et leur entourage pour identifier les lieux ou organismes,
- les demandeurs d'emploi ont davantage mobilisé Pôle Emploi ou connaissaient déjà les lieux ou organismes,
- les actifs en emploi ont davantage mobilisé leur réseau professionnel ou connaissaient déjà les lieux ou organismes.

Par ailleurs, à nouveau les répondants des zones rurales se distinguent par une moindre mobilisation d'Internet pour identifier les lieux ou organismes qui pouvaient les aider (19% contre 29% en moyenne des réponses).

2.3.2 L'accessibilité des lieux ou organismes offrant des informations ou des conseils

Une fois les lieux et organismes identifiés, quasiment la totalité des répondants (92%) ont estimé qu'il leur a été facile de s'y rendre ou de les contacter, et même très facile pour 56% d'entre eux.

L'éloignement du domicile est la principale difficulté mentionnée par ceux qui ont estimé que l'accès aux structures était difficile, sans que cela tienne au fait d'habiter en zone rurale ou de posséder un véhicule. Ce qui à notre sens fait de l'éloignement du domicile une perception plus qu'un fait objectif. Cela fait écho par exemple aux difficultés perçues d'accessibilité aux services publics par les habitants de quartiers d'habitat social, alors qu'objectivement ces services ne sont pas si éloignés de leur domicile.



2.4 Les besoins et attentes des publics dans leur parcours de recherches d'informations

Les groupes qualitatifs ont permis de faire émerger leurs attentes pour faciliter leur parcours de recherche d'informations et de conseils en matière d'orientation ou d'évolution professionnelle.

Les besoins et attentes exprimées par les différentes catégories de publics présentent des points communs mais également des différenciations qui tiennent à leurs spécificités respectives.

2.4.1 Les attentes en termes de communication sur l'offre du SPRO

En premier lieu, lorsque l'on interroge ces publics sur le plan de la communication sur l'offre de services, on constate que les plus fortes attentes sont exprimées par les demandeurs d'emploi.

Les demandeurs d'emploi

Partant du constat qu'au début de son parcours, le demandeur d'emploi n'a pratiquement aucune connaissance des services et structures liés à son nouveau statut et pouvant l'aider à avancer, trois pistes de travail ont été proposées.

La première consiste à bénéficier dès l'inscription comme demandeur d'emploi d'un **dossier** (mallette « du nouveau demandeur d'emploi ») **regroupant toutes les informations nécessaires à la compréhension du parcours d'orientation lié à ce nouveau statut** : les sites internet, les structures et les acteurs périphériques à la recherche d'emploi.

> « *Quand on a un enfant, on reçoit une petite valise avec tous les lieux qui peuvent être utiles à son arrivée. Et lorsque l'on commence un parcours en tant que demandeur d'emploi, la moindre des choses, ce serait d'avoir ce genre de petite valise avec tout un tas d'informations sur qui peut répondre à nos questions par rapport au nouveau parcours qu'on va engager.* »
>
> *« Au moins si on avait cette liste dès le début de notre recherche d'emploi, je serai peut-être moins dur avec eux, je me dirais « bon ils ne savent pas, mais au moins ils m'ont donné des contacts de ceux qui savent peut-être, je peux au moins me retourner vers d'autres interlocuteurs. »*

La seconde, en parallèle, consiste à **organiser un relais de la communication sur l'offre d'orientation** (voire un 1er niveau d'information) **dans les services de proximité** (ex. mairies de quartier, CCAS,…).

La troisième, une fois que les demandeurs d'emploi entrent en contact avec le SPRO, vise à bénéficier au sein des structures du réseau d'une fonction étoffée d'accueil des publics. La personne responsable de l'accueil doit être une interface compétente et disponible, sachant aussi bien orienter l'usager dans ses recherches d'information au sein de sa structure (papier, web,..) que vers la structure qui serait plus adaptée à sa demande et/ou à son profil. Cela exige de la fonction d'accueil une connaissance suffisamment fine du réseau des structures et de leur offre.

On peut retirer de ces attentes que **les demandeurs d'emplois souhaitent bénéficier, dès leurs premières démarches et quel que soit leur point d'entrée :**

- **Premièrement, d'un premier niveau d'information sur l'offre de services disponible,**
- **Deuxièmement, d'un premier diagnostic de leurs demandes et d'un aiguillage au sein du réseau qui soient adaptés à leurs profils**.

La réponse à ces attentes des demandeurs d'emploi, les plus exigeants compte tenu de leur situation, pourraient à notre avis être bénéfique pour tous les publics.

Les salariés

Les salariés du privé n'identifient pas de service d'orientation lié à leur statut ou se perdent du fait de leur multiplicité.

> *« Quelle est la structure en charge des questions de formation lorsque l'on est salarié du privé en indépendant? Où m'adresser à part Pôle emploi? C'est le seul réflexe qui me vient…. »*

Par conséquent, ils recherchent avant tout **une porte d'entrée très visible dans le réseau du SPRO** qui puisse être identifiée porte de « l'orientation professionnelle pour tous ».

Cette porte d'entrée **pourrait consister en un numéro vert pour lequel serait déployée une importante communication à l'échelle nationale** (presse papier, radio, télévision, magazines des collectivités,…).

« Vous cherchez un nouvel emploi, vous avez besoin de formation et d'orientation, contacter le service…. au 08… »

« Les gens ne savent pas où et comment s'informer. Il faut une diffusion importante pour que ce soit clair dès le départ. Quelque chose de très visible, de très identifié.»

Tout comme les demandeurs d'emploi, les salariés souhaitent bénéficier par le biais de cette porte d'entrée :

- **Premièrement, d'un premier niveau d'information sur l'offre de services disponible,**
- **Deuxièmement, d'un premier diagnostic de leurs demandes et d'un aiguillage au sein du réseau qui soient adaptés à leurs profils**.

La différence entre demandeurs d'emplois et salariés étant que ces derniers sont en attente d'une porte d'entrée dématérialisée. Outre la facilité d'accès à une entrée dématérialisée, cette modalité permet dans un premier temps de rassurer les salariés qui peuvent manifester des appréhensions à s'engager dans une démarche d'évolution professionnelle, d'autant qu'ils méconnaissent l'offre de services disponible.

Les jeunes lycéens/apprentis et étudiants

Les lycéens n'expriment pas de réelles attentes en matière de communication sur l'offre de services, essentiellement pour trois raisons :

- Ce sont des usagers de fait du SPRO car ils bénéficient d'une offre d'orientation par leurs lieux d'enseignement (visites du CIO, conseillers d'orientation,….).
- Ils utilisent le site national du CIO qu'ils estiment bien répondre à leurs attentes.
- De manière plus globale, au stade de leur réflexion, Internet est un outil qui permet de répondre à l'essentiel de leurs interrogations.

Les étudiants, s'ils ne manifestent pas non plus d'attentes particulières en termes de communication sur l'offre de services en tant que telle, **souhaiteraient davantage que ce soit les services qui se rapprochent davantage d'eux** car ils préfèrent un contact direct et facilité avec les services plutôt qu'une communication désincarnée. Par conséquent, ils ont exprimé le souhait :

- **que les services se déplacent plus régulièrement au cœur même de l'université,** par exemple en y réalisant des interventions annuelles,
- **que soit rendu obligatoire chaque année une « initiation obligatoire » à l'orientation** (ex. : explication des débouchés de telle ou telle filière en regard de leur situation). Cela permettrait d'acquérir des connaissances utiles à la fois en tant qu'étudiant mais également, par la suite, dans leur parcours professionnel.

« Une seule intervention le jour de la rentrée consacrée à l'orientation en début d'année en L1 ce n'est pas suffisant. Il y a trop d'informations à gérer le jour de la rentrée. On est perdu dans la masse d'informations. »

En parallèle, rien ne remplace pour eux en termes de communication un lieu physique très identifié, visible, central et très accessible (ex. le 4BIS à Rennes, abritant le CRIJ).

2.4.2 Les attentes à l'égard de la configuration des lieux du SPRO

Sur le plan de la configuration des lieux du SPRO proposant de l'information, on retrouve **des attentes semblables chez les différents publics, avec cependant quelques attentes spécifiques de la part des jeunes**.

Premièrement, le lieu doit être particulièrement visible, c'est-à-dire qu'il doit être d'une part fortement médiatisé, d'autre part fortement identifiable sur l'espace public.

Deuxièmement, le lieu doit être très accessible, c'est-à-dire :

- central en milieu urbain et doté de permanences en milieu rural, au sein de services de proximité (1er niveau d'information au sein de structures distantes maximum de 30km),
- accessible en transport en commun,
- proposant des horaires et jours d'ouverture adaptés aux publics : ouvert en journée continue jusqu'à 18h, proposer au minimum une nocturne par semaine et être ouvert le samedi matin.

« S'il n'est pas ouvert en dehors du temps de travail, je ne vois pas comment je peux y aller. »

Troisièmement, le lieu doit être vivant et humanisé, c'est-à-dire qu'il doit être accueillant et perçu comme un véritable lieu d'écoute, d'échanges et proposer des animations. Plus précisément, ces attentes sont exprimées sous deux angles :

- La qualité de l'accueil.
- La qualité des espaces de travail.

➔ **La qualité de l'accueil**

Des interlocuteurs qui soient suffisamment avenants et accueillants.

« Il faut qu'ils apprennent à accueillir quelqu'un, ce n'est pas facile pour nous, on arrive là, on ne sait pas qui on a en face de soi. »

Des interlocuteurs suffisamment formés et disponibles pour orienter l'usager, en fonction de ses demandes et de son profil, dans ses recherches d'information (papier, web,..) au sein de la structure ou vers la structure plus adaptée (cf. la communication sur l'offre de services du SPRO).

« Il faut une personne à l'accueil qui connaisse tous les grands secteurs proposés, qui sache bien nous rediriger vers les bons secteurs en fonction de notre demande et de notre profil. »

« Il faut des personnes à l'accueil qui soient intégrées depuis plusieurs années, qui ont de l'expérience et qui rendent l'échange plus riche et plus facile. »

➔ **La qualité des espaces de travail**

Individuellement, pouvoir approfondir sur place et directement les recherches engagées, notamment par la mise à disposition de matériel (téléphone, ordinateur, etc.) et de box de travail préservant l'intimité et la confidentialité, à la fois pour le travail individuel et pour les entretiens avec les conseillers.

Collectivement, pouvoir échanger entre usagers**,** avec à la fois des bénéfices en termes de mobilisation, de rassurance et d'échanges de conseils et d'expérience. Pour cela, le lieu doit proposer des espaces de travail collaboratifs ouverts (« open-space ») et chaleureux, équipés notamment de tables, de chaises, de distributeurs de boisson (café, thé,….).

Quatrièmement, le lieu doit être organisé comme une médiathèque de l'orientation, proposant des espaces thématisés (ex. secteurs d'activités, type de formation…), pouvant accueillir des animations par des professionnels spécialisés (qui outre l'enjeu informatif, permettraient de favoriser l'interconnaissance des usagers).

Enfin, **les jeunes attendent un lieu identifié « jeunesse ».** Cela se traduit par :

- **Un lieu accueillant avec une ambiance agréable, moderne, jeune** où les jeunes puissent se sentir à l'aise,

  « Un endroit qui met à l'aise, avec une ambiance plus jeune. Il faut de la couleur, une secrétaire accueillante »

  « Parce que des fois quand on entre dans un CIO…. Ca fait vide, ça fait vieux, limite film d'horreur. »
  « Il faut un lieu qui parle aux jeunes, qui donne envie, si c'est un lieu pour nous, autant qu'il soit fait pour nous. »

- **Un lieu (espace orientation) intégré au sein d'un *Centre jeunesse*** regroupant par exemple un espace de rencontres pour les jeunes, un espace culture, un espace orientation, etc. afin de favoriser sa fréquentation sur flux

A titre d'exemple, les étudiants ont cité le nouveau CIO de l'université de Nantes : « *accueillant* », « *beau* », « *moderne* », « *agréable* », « *bien classé* ».

2.4.3 Les attentes vis-à-vis de l'offre d'informations du SPRO

Les attentes vis-à-vis de l'offre d'information qui vont suivre sont globalement similaires que ce soit sur Internet ou dans un lieu physique.

Partant du constat que la classification par métier ou formation restreint trop les recherches des usagers, **les trois publics souhaitent pouvoir bénéficier d'une offre d'informations multi entrées, permettant d'ouvrir le champ des possibles du parcours de chacun**.

« On ne veut pas avoir l'impression d'être bloqué dans des cases.»

Par conséquent, ils souhaitent disposer :

- **à la fois de fiches métiers à plusieurs entrées :**
  - avec une entrée par secteurs d'activité
  - avec une entrée par type et niveau de formation
  - avec une entrée par domaines de compétences, donnant des indications sur les passerelles d'un métier à l'autre par compétences transférables

- **à la fois d'un moteur de recherche multi entrées au sein de ces fiches métiers,**

- **et à la fois d'un moteur de recherche de métiers, secteurs d'activités et formations à partir de leur profil et aspirations** (par ex. par tranche d'âge, niveau d'étude, expérience professionnelle, centres d'intérêt, affinités et envies, qualités et défauts,…), **permettant de personnaliser leurs recherches.**

  « Qui a le droit à quoi comme formation ? C'est vraiment un labyrinthe »
  « Plutôt que de partir du secteur d'activité, il faudrait partir du profil de la personne pour réfléchir à des parcours possibles. »
  « Il faut d'abord une entrée par profil : au moins âge et situation aujourd'hui: « je suis demandeur d'emploi » je clique, j'ai plus de 40 ans, je clique, je recherche « de l'information sur la formation », je clique, « financer par la

Région », oui, non je clique, périmètre de déplacements « 50 kms », je clique et que par élimination je me retrouve vraiment à l'endroit où je veux et doit me trouver. »

Les salariés, peu acculturés aux démarches à engager, ajoutent le besoin de bénéficier par fiche métier d'un mode d'emploi de la démarche à suivre pour y parvenir : les étapes à suivre, les temporalités, les formations, les structures partenaires à mobiliser,…)

Les publics expriment ainsi une attente de souplesse et d'agilité du dispositif de recherche d'informations. Si dans la pratique un tel dispositif est plus ou moins faisable, du moins cette attente exprime bien le besoin des publics de ne pas se sentir enfermés dans leur recherche et de bénéficier de la vision la plus large possible sur les différentes orientations qui se présentant à eux compte tenu de leur profil. Si ce n'est pas un système d'informations qui peut répondre à cette attente, alors cette attente est à reporter sur les conseillers.

En sus, **les entrées par secteurs d'activités ou métiers gagneraient à être mises en lien avec le marché du travail et les formations** :

- **A la fois de façon contextualisée à l'échelle du bassin d'emploi**, c'est-à-dire donner l'actualité du marché du travail local et des formations qui y sont organisées :

  - informations sur les pôles d'activité émergents de la région, les secteurs qui vont recruter et l'impact à l'échelle du bassin d'emploi,
  - informations sur les entreprises qui se créent et qui se ferment, celles qui vont recruter et celles qui cherchent des associés.
  - Informations sur l'actualité des formations du bassin d'emploi.

  « Il faut qu'on nous montre les secteurs qui embauchent et ceux qui sont en berne. On ne voit pas forcément ce qui marche. Par exemple, le secteur d'aide à la personne c'est quelque chose qui marche énormément. Il faut nous éclairer sur ces métiers qu'on ne voit pas forcément ou auxquels on ne pense pas forcément. »

- **Et à la fois de façon opérationnelle par des carnets d'adresses**, c'est-à-dire :

  - assorties de contacts d'employeurs à l'échelle régionale qui recrutent (ou prennent des apprentis),
  - assorties et contacts de professionnels qui peuvent témoigner de leur métier,
  - assorties de contacts de salariés ayant suivis les formations (du point de vue du groupe d'étudiants).

  « C'est important d'avoir des contacts avec des anciens étudiants et/ou des professionnels. Des témoignages d'anciens étudiants, de leur parcours et d'où ils en sont maintenant. Soit inscrits dans les fiches, soit avoir leur noms pour les contacter. Et la même chose pour les professionnels, pour trouver un stage, etc. Un carnet d'adresse pour accéder à des témoignages. »

Sur ce dernier point, les lycéens et apprentis sont également en attente d'une bourse aux petits jobs et aux stages en lien avec les métiers et formations visées afin de s'y familiariser ou de tester leurs envies.

Quant aux salariés, ils précisent que dans la mesure où le marché du travail est très tendu, **une réorientation professionnelle n'est envisageable que dans la mesure où est assuré un nouvel emploi pérenne. De leur point de vue, une réorientation doit être davantage réalisée à partir des besoins du marché que de souhaits personnels[1].**

« Au point où en est le marché du travail, c'est plus l'opportunité d'un changement, une vraie opportunité d'embauche qui compte que l'emploi en lui-même. »

[1] Il faut cependant noter que les deux groupes de salariés ont été réalisés au sein de bassins d'emploi souffrant d'une situation tendue du marché de l'emploi : le bassin de Morlaix et celui de Cholet.

Par conséquent, si des informations sur l'actualité du marché du travail du bassin d'emploi est nécessaire, ils estiment qu'il ne faut pas s'y cantonner mais également diffuser des informations sur le marché du travail à l'échelle nationale.

Par ailleurs, **les publics sont très en attente de qualité des informations données**. Ils expriment ainsi leur besoin de disposer :

- **d'informations complètes et précises**, par exemple des informations sur toutes les formations disponibles, que ce soit celles reconnues par l'Etat ou celles reconnues par les branches professionnelles (avec de la part des demandeurs d'emploi de fortes attentes d'informations sur les formations financées par la Région).

- **d'informations actualisées régulièrement**, que ce soit en format papier ou numérique.

Sur le plan du web, si globalement, les attentes d'informations des publics sont identiques qu'elles soient proposées dans des lieux physiques ou sur Internet, t**rois compléments pourraient être apportés par le web** :

- un agenda des animations et manifestations (réunions à thème, actions collectives, animations, salons, forums, etc.),

- un espace « employeurs qui recrutent »,

- un espace « dossier personnel » avec les dossiers consultés par l'usager, un historique de ses recherches, etc.

Les publics expriment en outre une demande d'harmonisation du graphisme, des codes couleur, des thématiques et des modes de classement des informations, entre Internet et les lieux physiques.

Par ailleurs, **hormis les lycéens/apprentis, tous les groupes ont souhaité bénéficier d'un site Internet qui soit ensemblier de l'offre d'informations sur le web**, pour faciliter leurs recherches par ce moyen.

S'agissant des lycéens/apprentis, si le site national de l'ONISEP est déjà très apprécié, Internet n'est pas considéré comme un service essentiel à la structuration du parcours d'orientation. **Ils manifestent une nette préférence pour le face à face, l'échange avec un conseiller, le retour d'expérience et la pratique** (valorisation des stages, des contacts directs avec le monde du travail, de l'expérimentation, le plus régulièrement possible dans le parcours du collège et du lycée – ex. classes DP3 « Découverte professionnelle en 3ème »). Internet est davantage conçu comme un simple complément d'information une fois que l'on a structuré son parcours d'orientation. Ils militent à ce propos pour davantage de vidéos sur Internet (ex. présentations de métiers) et moins de rédactionnel.

> *« On ne peut pas trouver sa voie grâce à un site internet, ce n'est pas en allant sur un site que ça va changer notre vie. Il faut avoir une idée bien précise et puis après, pourquoi ne pas utiliser le net pour trouver une info. »*

Enfin, il faut souligner que les publics avec un faible niveau de maîtrise des outils informatiques et les plus âgés, sont davantage réticents au déploiement de solutions de recherches d'informations par Internet.

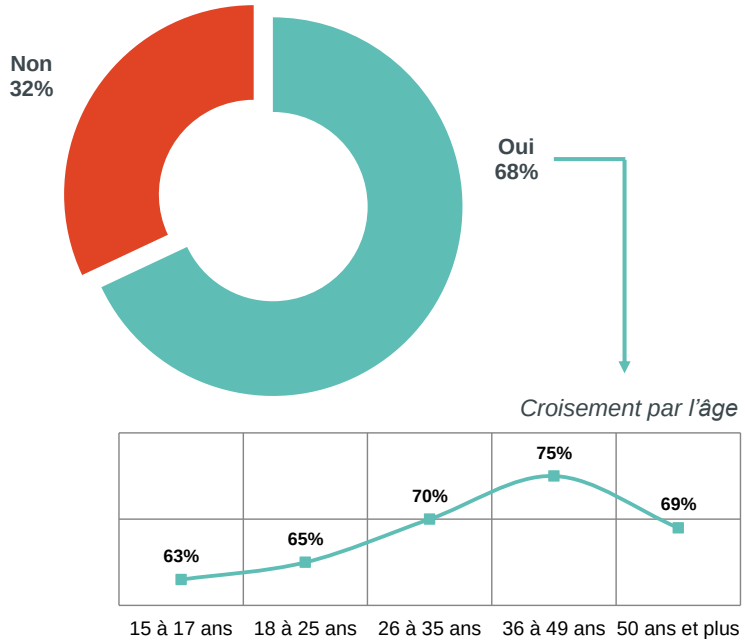
3. LES DEMARCHES DE SOLLICITATION DES PROFESSIONNELS

3.1 Un besoin de faire appel à un professionnel dans le parcours d'orientation

Parmi l'ensemble des répondants ayant engagé des recherches d'informations ou de conseils dans les deux dernières années, environ les 2/3 ont éprouvé le besoin de faire appel à un professionnel.

« De façon générale, dans le cadre de vos recherches d'informations ou de conseils sur votre orientation ou évolution professionnelle, avez-vous ressenti le besoin de faire appel à un professionnel ? »

Base : Ensemble des répondants ayant effectués des recherches dans les deux dernières années (1 180)



On observe un pic du besoin de faire appel un professionnel pour **la tranche d'âge des 36 ans à 49 ans**. Cela peut tenir aux besoins et enjeux d'évolution professionnelle propres aux répondants en milieu de carrière.

Par ailleurs, **pour certaines catégories de répondants, le besoin de faire appel à un professionnel à tendance a se structurer de la même manière que le recours aux lieux et organismes** pour rechercher des informations ou des conseils :

D'un côté :

- **les apprentis, les lycéens et les étudiants déclarent moins avoir ressenti le besoin** de faire appel à un professionnel, sans doute du fait de leur sentiment de moindre urgence de leurs décisions,

- **les actifs en emploi et plus globalement les usagers potentiels du SPRO l'ont moins éprouvé**, sans doute du fait de leur plus grand recours à leur réseau professionnel.

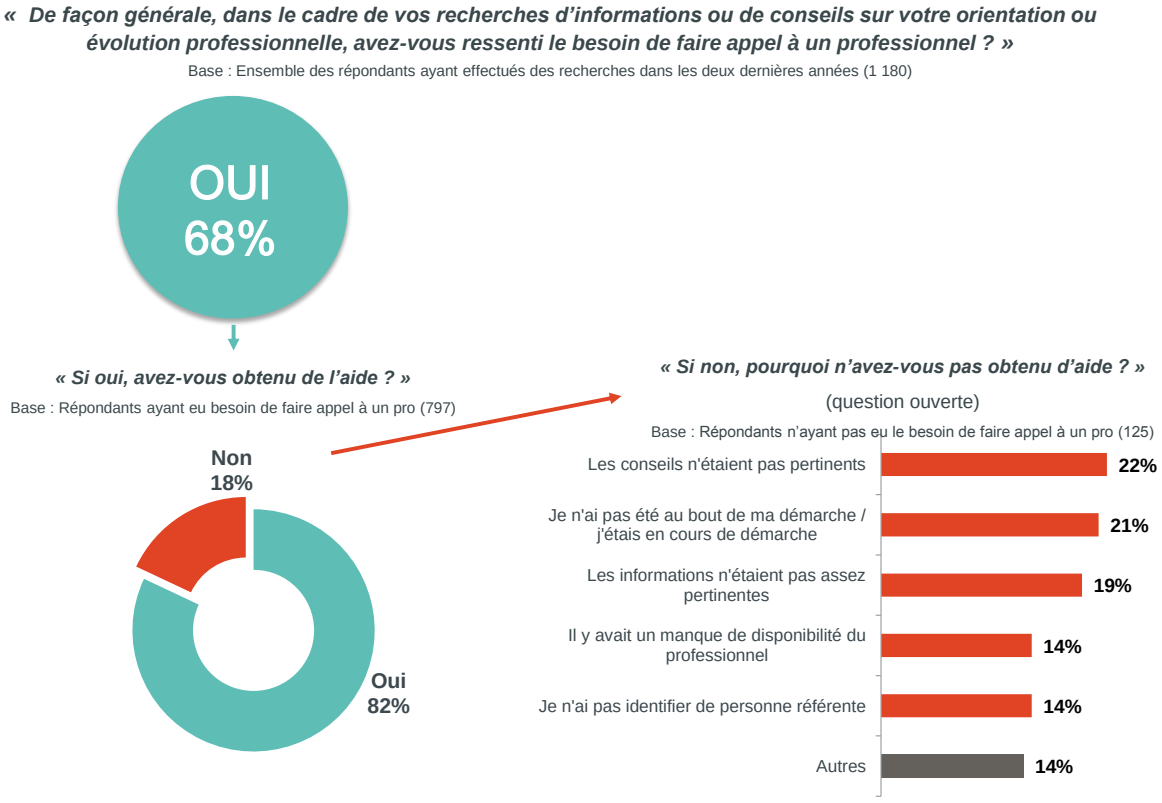
De l'autre :

- de façon attendue, **les demandeurs d'emploi et actifs en cours de licenciement ont également davantage éprouvé le besoin de faire appel à un professionnel,**

- **les personnes en situation de handicap ont davantage ressenti ce besoin**, sûrement du fait des spécificités de leur situation,

- **les répondants en zone rurale**, de même qu'ils ont davantage effectué des recherches d'informations ou de conseils auprès des lieux ou organismes, ont également davantage eu besoin de faire appel à un professionnel.

Enfin, **les jeunes diplômés et jeunes décrocheurs ont également davantage ressenti le besoin de faire appel à un professionnel.**



Parmi les 68% de répondants ayant eu besoin de faire appel à un professionnel, la grande majorité, 82%, considèrent avoir obtenu de l'aide. Les 18% restants, soit 12% de l'ensemble des répondants ayant effectué des recherches ces deux dernières années :

- soit estiment qu'ils n'ont pas obtenu d'aide car les informations ou conseils donnés n'étaient selon eux pas pertinents (41% d'entre eux, soit environ 5% de l'ensemble des répondants ayant engagé des recherches),

- soit déclarent qu'ils n'ont pas réussi à accéder aux professionnels (par manque de disponibilité des professionnels ou pas difficulté à identifier le bon interlocuteur) (28% d'entre eux),

- soit qu'ils n'ont pas été au bout de leur démarche ou étaient déjà en cours de démarche (21% d'entre eux,

- soit pour d'autres raisons (14% d'entre eux).

Les catégories de répondants qui déclarent davantage ne pas avoir obtenu d'aide sont, en tendance :

- **les étudiants** qui décrochent assez nettement sur ce résultat,
- **les salariés d'entreprises de moins de 20 salariés par rapport aux salariés d'entreprises de plus de 20 salariés**,
- **les derniers niveaux de CSP** (environ 10 points).

On peut s'interroger sur ce résultat des cadres et professions intellectuelles supérieures, ainsi que des étudiants. Ont-ils des attentes plus fortes que les autres ? L'offre des professionnels est-elle adaptée à leurs interrogations ? Ont-ils davantage arrêté leur démarche en cours de route ? Les réponses à la question sur la plus-value des entretiens avec les professionnels laissent cependant penser qu'ils sont davantage exigeants vis-à-vis du niveau d'informations et de conseils apportés par les conseillers.

Quant aux salariés des entreprises de moins de 20 ans, cela peut éventuellement tenir à leurs attentes plus fortes s'ils ne trouvent pas en interne des relais pour les accompagner dans leur réflexion.

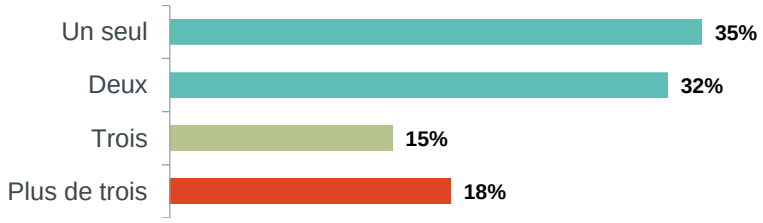
3.2 L'obtention d'entretiens avec des professionnels

Dans la pratique, **67% des répondants ayant effectué des recherches ces deux dernières années ont effectué un ou des entretiens avec des professionnels**, par conséquent dans une proportion semblable à ceux qui ont éprouvé le besoin de faire appel à un professionnel.

En général, des professionnels de différents organismes ont été sollicités (les actifs en emploi ayant davantage sollicité un seul organisme, les demandeurs d'emploi ayant davantage sollicité plus de trois organismes).

« Avec combien de professionnels d'organismes différents avez-vous eu des entretiens ? »

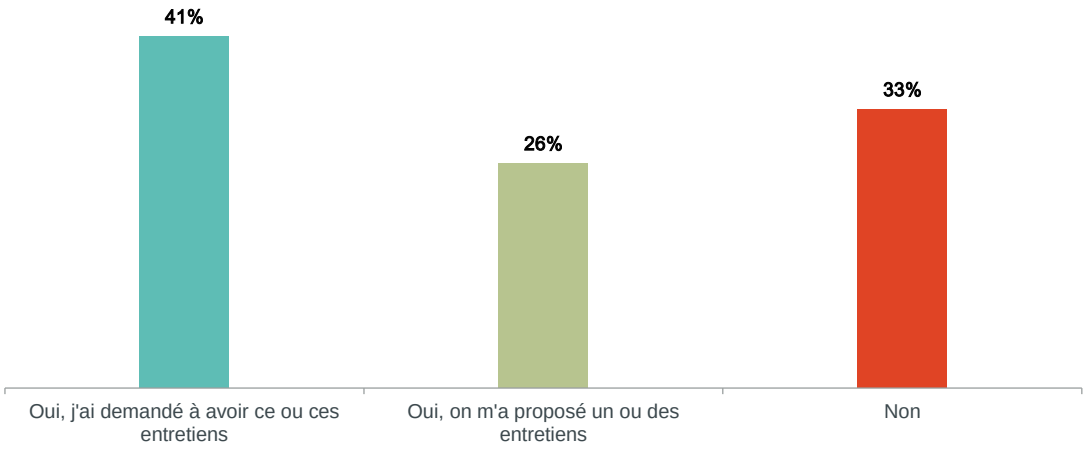
Base : Ensemble des répondants ayant eu un ou des entretiens (764)



Parmi ces 67% de répondants, **41% ont sollicité un ou des entretiens tandis que 26% se sont vus proposer un ou des entretiens**.

« Dans le cadre de vos recherches d'informations ou de conseils sur votre orientation ou évolution professionnelle, avez-vous eu un/des entretiens avec un/des professionnels ? »

Base : Ensemble des répondants ayant effectués des recherches dans les deux dernières années (1 175)



Tendanciellement, **la demande d'entretiens s'exprime davantage chez les demandeurs d'emploi, les jeunes diplômés, les jeunes décrocheurs et plus globalement chez les usagers du SPRO**.

A l'inverse **la « proposition » d'entretiens est plus importante chez les minimas sociaux, les actifs en cours de licenciement et les personnes en situation de handicap,** sans doute du fait de leur situation spécifique.

A nouveau, les répondants des zones rurales se démarquent dans la mesure où ils sont plus nombreux à avoir demandé un entretien (47%), **ce qui confirme leur appétence à se rapprocher des organismes et des professionnels pour éclairer leurs réflexions et répondre à leurs interrogations**.

Enfin, les répondants n'ayant pas effectué d'entretiens sont davantage les actifs en emploi (50%) et les usagers potentiels du SPRO (environ 47%).

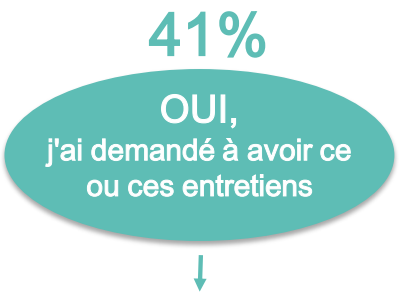
Les répondants ayant sollicité un ou des entretiens, ont également été interrogé sur leurs modalités de prise de contact avec les professionnels, avec possibilité de réponses multiples. **Il en ressort que les 3/4 d'entre eux se sont déplacés et que la moitié a pris contact par téléphone, tandis que seuls 20% ont envoyé un mail.**

Cela montre le maintien de l'importance du contact de visu ou à minima de l'échange de vive voix en regard des moyens dématérialisés.

En tendance, on observe que **« se déplacer » est une solution davantage privilégiée en zone rurale, les répondants y résidant exprimant ainsi davantage qu'en moyenne une attente de contact direct.** Aucune autre catégorie de répondants ne se distingue sur cette question.

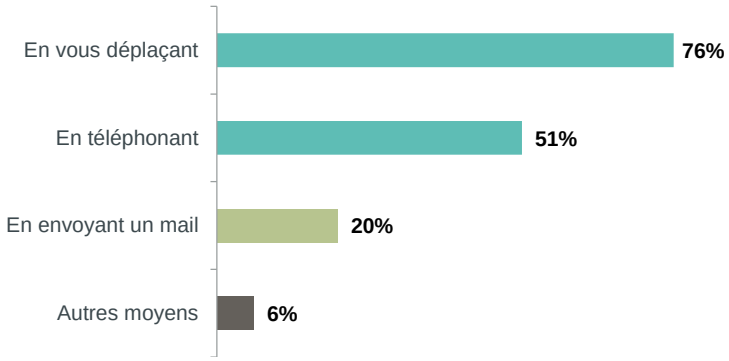
« Dans le cadre de vos recherches d'informations ou de conseils sur votre orientation ou évolution professionnelle, avez-vous eu un/des entretiens avec un/des professionnels ? »

Base : Ensemble des répondants ayant effectués des recherches dans les deux dernières années (1 175)



« De façon générale, par quel(s) moyen(s) avez-vous pris contact avec le/les professionnels ? »

Base : Répondants ayant demandé un entretien (484)



Afin de préciser ces résultats, sans que l'on puisse observer de différenciations selon les catégories de répondants, on remarque que :

- 39% des répondants citent uniquement le « déplacement » comme moyen de prise de contact,
- 12% des répondants citent uniquement le « téléphone » comme moyen de prise de contact,
- 4% des répondants citent uniquement le « mail » comme moyen de prise de contact.

De même, les répondants « multiples », ayant utilisé plusieurs moyens pour prendre contact, ne présentent pas de caractéristiques particulières.

La démarche qualitative auprès des publics a permis de compléter ces résultats en mettant en exergue leurs attentes en matière de prise de RV avec les conseillers. Les trois grandes catégories de publics n'ont pas du tout manifesté les mêmes attentes en la matière.

Les demandeurs d'emploi, du fait de leur statut, expriment une attente de réactivité dans la prise des RV :

- d'une part, suite à leur sollicitation d'un RV, ils souhaitent obtenir une réponse (une date de RV) dans un délai entre 48h et une semaine maximum,
- d'autre part, un délai maximum de 15 jours doit s'écouler entre la sollicitation du RV et la date du RV.

  « Si ce n'est pas réactif les rendez-vous quand on en a besoin, on se refroidit, ça démotive. Quand un RV est reporté qu'on me dit le mois prochain et que le mois prochain, c'est en fait « non elle n'est pas là…C'est pire que chez l'ophtalmo! »

Cependant, **ils soulignent que cette réactivité ne doit pas nuire à la qualité de l'entretien**, leur enjeu principal restant la prise de RV avec un conseiller compétent en regard des parcours et situations

Par ailleurs, toutes les modalités de prises de RV (mail, téléphone, en se déplaçant,…) doivent à leurs yeux pouvoir être mobilisées (rejoignant les résultats du sondage ci-dessus), elles importent peu en soi en regard de l'enjeu de réactivité des prises de RV.

Ils précisent également que le 1er RV doit durer au minimum une heure afin de prendre le temps de réaliser un état des lieux de leur situation, de leurs attentes et de leurs interrogations. Les RV suivants peuvent par contre être plus courts dans une logique de suivi de l'avancement de leur projet professionnel. Cependant, ils estiment nécessaire de multiplier les RV de suivi pour maintenir la dynamique de leur réflexion sur leur projet, de l'ordre d'une fois par mois à une fois tous les deux mois, en fonction de leur degré d'autonomie (cette attente de rythme de RV et de niveau d'accompagnement en fonction du degré d'autonomie des publics est également exprimée par les groupes qualitatifs avec des salariés).

Les jeunes (lycéens/apprentis et étudiants) n'expriment pas du tout le même besoin de réactivité du fait de l'absence de sentiment d'urgence en regard de leur situation d'élève. Leur seul enjeu est d'obtenir un RV avec un conseiller à même de répondre à leurs interrogations. De même que précédemment, toutes les modalités de prises de RV doivent à leurs yeux pouvoir être mobilisées.

Les salariés n'ont pas exprimé leurs attentes sur le même plan. Leur enjeu est de faciliter et de simplifier leur 1er RV, dans la mesure où :

- ils manifestent beaucoup d'appréhensions à s'engager une démarche de ré orientation (processus de la démarche méconnu, incertitudes sur leurs capacités à se réorienter, tensions du marché de l'emploi,…),

- ils méconnaissent l'offre de services et des structures du SPRO.

« Déjà que le marché de l'emploi est tendu, qu'une reconversion professionnelle c'est difficile, il ne faut pas rajouter une épreuve de plus. Ça décourage. »

« Bien caler le premier RV est primordial : il n'y a rien de plus dur que d'arriver dans un endroit – déjà faut trouver lequel - ne pas savoir à qui s'adresser, être perdu, de ne pas savoir qui s'occupe de qui, de quoi, passer de personne à personne, cinq-six intermédiaires, pour arriver à la fin et ne pas avoir plus de réponse. C'est décourageant. »

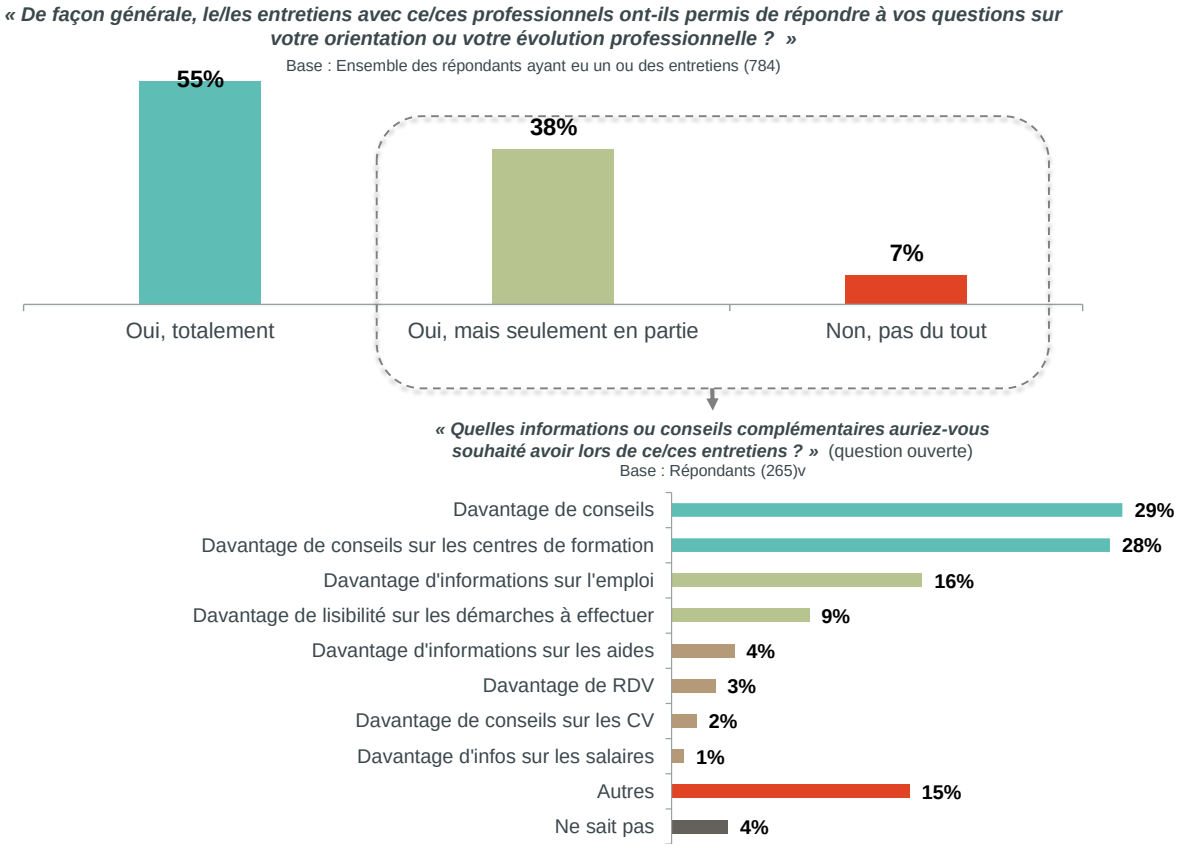
Par conséquent, rebondissant sur leur attente d'une communication sur l'offre du SPRO s'appuyant sur la large promotion d'un numéro vert (cf. précédemment), **ils souhaitent utiliser ce numéro vert pour prendre un rendez-vous avec le conseiller adapté à la demande et aux spécificités du profil**.

« On ne veut pas arriver dans un lieu sans savoir vers qui ou vers quoi s'adresser, mais arriver à l'accueil en disant bonjour, j'ai rendez-vous à telle heure avec telle personne, personne qui serait spécialisée dans le domaine qui m'intéresse. Ça aide à passer le cap et à faciliter la démarche. »

3.3 Les besoins et attentes vis-à-vis de l'offre de conseil

3.3.1 Une forte attente d'informations et de conseils de la part des conseillers

Les répondants sont en très forte attente d'informations et de conseils lorsqu'ils effectuent des entretiens avec les professionnels. Ainsi, si 55% d'entre eux estiment que les entretiens ont permis de répondre totalement à leurs interrogations sur leur orientation ou leur évolution professionnelle, 38% jugent qu'ils y ont répondu en partie et 7% pas du tout, essentiellement car ils auraient souhaité davantage de conseils ou d'informations en matière d'emploi ou de formation.



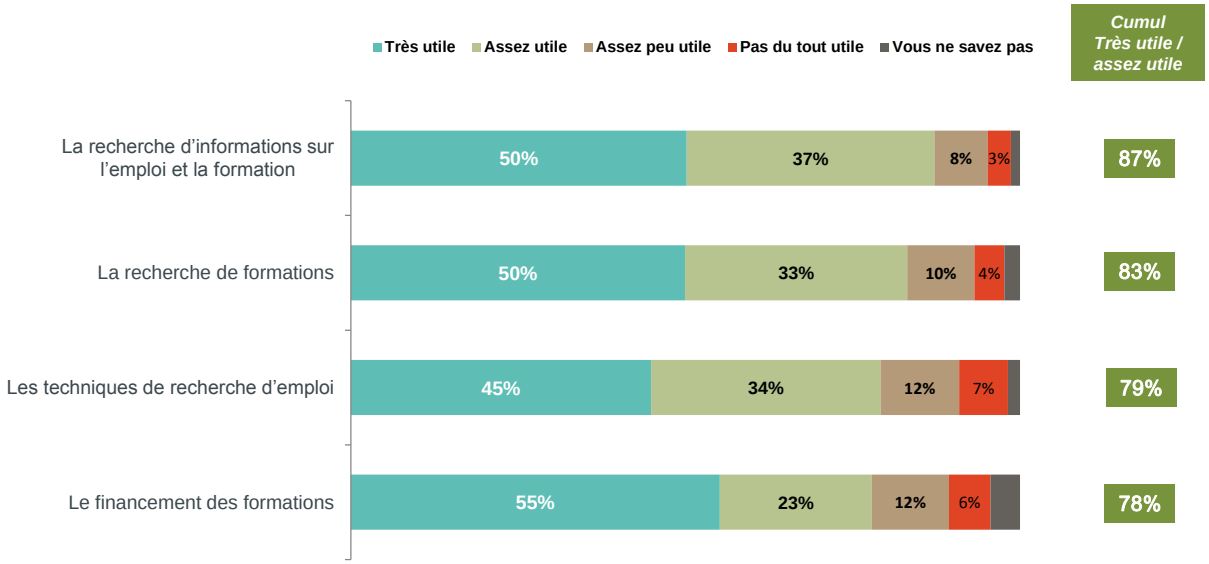
Tendanciellement, les apprentis et les actifs en cours de licenciement présentent un niveau de satisfaction plus élevé.

A l'inverse les cadres et professions libérales présentent une satisfaction plus faible. On retrouve ici une catégorie de répondants qui estimait davantage qu'en moyenne ne pas avoir obtenu d'aide alors qu'ils éprouvaient le besoin de faire appel à un professionnel. C'est donc en partie car ils expriment une demande de conseils et d'informations plus approfondis.

Pour compléter l'appréhension des attentes des répondants vis-à-vis des professionnels, ils ont été interrogés sur l'utilité des conseillers sur plusieurs dimensions : la recherche d'informations sur l'emploi et la formation, la recherche de formations, les techniques de recherche d'emploi, le financement des formations. Il en ressort que sur toutes ces dimensions, les conseillers sont jugés utiles (pour en moyenne 83% des répondants) voire très utiles (pour en moyenne 50% des répondants).

« De façon générale, pour vous, est-il très utile / assez utile / assez peu utile / pas du tout utile d'échanger avec un professionnel sur… »

Base : Ensemble des répondants (1 658)



Lorsque l'on croise ces résultats par l'âge des répondants, on observe notamment **une tendance des 26 à 49 ans à moins privilégier l'utilité des conseillers sous l'angle des techniques de recherche d'emploi, mais davantage sous l'angle du financement des formations, voire la recherche de formations**. De même qu'ils éprouvaient davantage qu'en moyenne le besoin de faire appel à un professionnel, on pense à nouveau aux besoins et enjeux d'évolution professionnelle propres aux répondants en milieu de carrière.

A l'inverse, les moins de 25 ans semblent privilégier davantage l'utilité des conseillers pour les techniques de recherche d'emploi et à l'inverse moins mettre en avant leur utilité pour le financement des formations (pour autant, ils ont tendance à juger autant qu'en moyenne l'utilité des conseillers pour la recherche de formation, voire davantage pour les 15 à 17 ans).

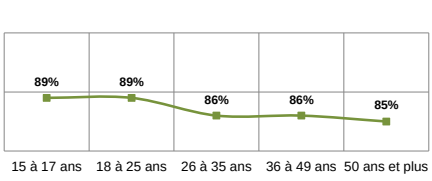
Quant aux 50 ans et plus, ils se démarquent par une moindre propension qu'en moyenne à valoriser l'utilité des conseillers pour la recherche de formations, **mais néanmoins ils restent sensibles à l'enjeu de faire appel à un conseiller dans le champ de la formation** (financement et recherche de formation).

« De façon générale, pour vous, est-il très utile / assez utile / assez peu utile / pas du tout utile d'échanger avec un professionnel sur… »

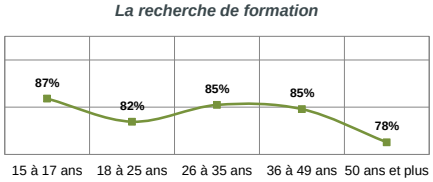
Base : Ensemble des répondants (1 658)

Croisement par l'âge

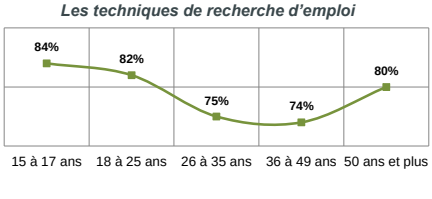
Cumul : Très utile / assez utile



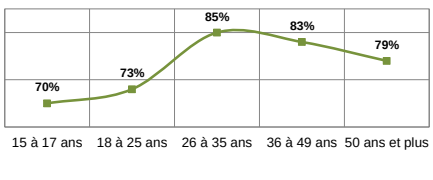
La recherche de formation



Les techniques de recherche d'emploi



Le financement des formations



A noter également que **les actifs en emploi, assez logiquement, mettent moins en avant l'utilité des conseillers sur le thème des techniques de recherche d'emploi. Par contre ils sont plus nombreux qu'en moyenne à estimer leur utilité sur le plan du financement des formations**.

Enfin, les usagers du SPRO ont tendance à juger les conseillers plus utiles que les usagers potentiels sur toutes ces dimensions.

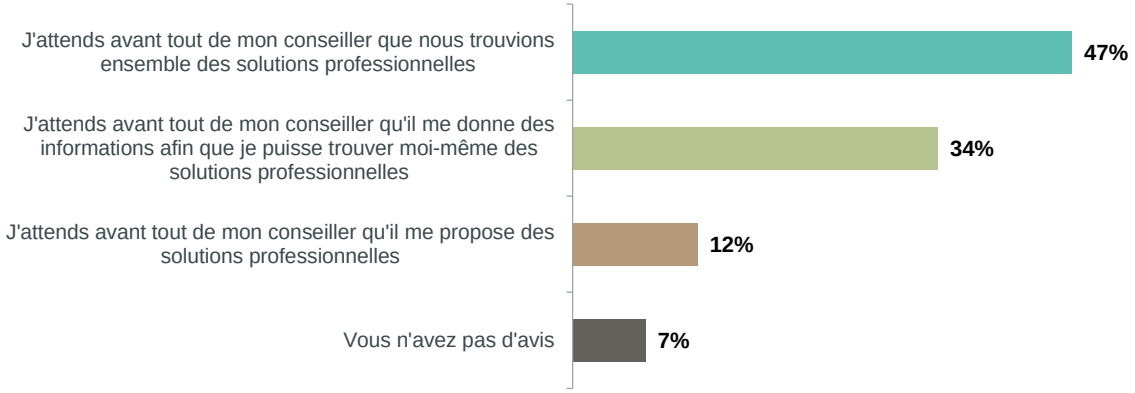
3.3.2 La posture attendue de la part des conseillers : une forte demande de co construction ou d'autonomie dans l'élaboration du projet professionnel

Sur le plan de la posture attendue des conseillers dans leur accompagnement des publics, **un tiers des répondants privilégie une construction de projet de façon autonome, quasiment la moitié manifeste une préférence pour la co-construction du projet professionnel, en s'appuyant sur les informations données par les conseillers, et seuls 12% attendent des propositions de projets professionnels de leur part.**

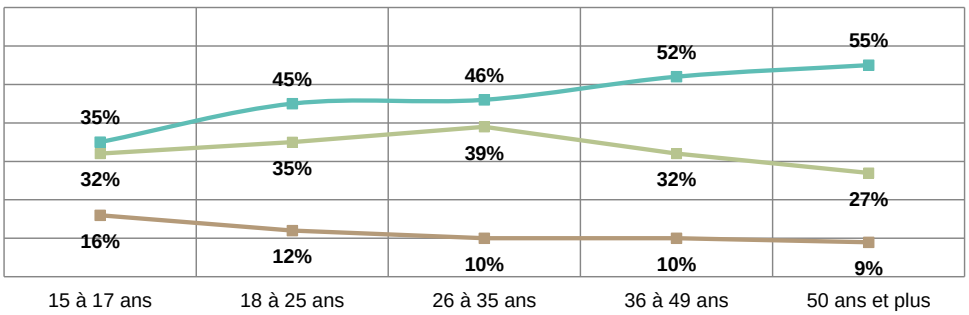
Par conséquent, l'enquête montre que les publics souhaitent très majoritairement avoir une forte prise sur les choix de solutions professionnelles qu'ils chercheront à mettre en œuvre, en s'appuyant sur des informations et conseils émanant des conseillers qu'ils jugent par ailleurs très utiles. Les demandeurs d'emploi des groupes qualitatifs ont également exprimé une forte attente de co construction des projets, préférant des conseillers non directifs qui les laissent faire leurs propres choix.

« De laquelle de ces propositions êtes-vous le plus proche ? »

Base : Ensemble des répondants (1 648)



Croisement par âge



Ces postures attendues des conseillers sont cependant dépendantes des profils des répondants. On observe ainsi que **plus les répondants sont âgés, plus ils ont tendance à privilégier la co construction de leur projet avec les conseillers**, et moins ils attendent que les conseillers leur apportent des solutions.

Par ailleurs, les répondants âgés de 26 à 35 ans ont tendance à préférer construire eux-mêmes leur projet professionnel en regard de la moyenne des réponses, les répondants âgés de 50 ans et plus étant ceux qui mettent le moins en avant cette posture des conseillers, peut-être car leur employabilité leur semble plus fragile que pour des publics moins âgés.

On remarque également que **les derniers niveaux de CSP sont plus nombreux à attendre que le conseiller leur donne des informations afin qu'ils puissent trouver eux-mêmes des solutions professionnelles**, ce qui par conséquent montre qu'ils se sentent plus autonomes pour élaborer leur projet professionnel.

Dans le même logique, **moins les répondants sont diplômés, plus ils auront tendance à tendance à attendre que le conseiller leurs propose des solutions**, car ils se sentent moins autonomes. C'est plutôt la tendance des lycéens/apprentis du groupe qualitatif qui ont besoin d'être écoutés et rassurés, ainsi que les salariés du privé non cadres, à faible niveau de qualification, qui attendent avant du conseiller des propositions d'orientations en lien avec les besoins du marché du travail. A l'inverse, les étudiants du groupe qualitatif, plus diplômés, attendent davantage des conseillers une méthodologie pour se rendre autonome dans leur réflexion et l'élaboration de leur projet professionnel.

3.3.3 Une inclinaison des publics pour conseiller référent unique

Sur le plan du positionnement des conseillers dans leur accompagnement des publics, **le conseiller référent unique est la modalité remportant la préférence de quasiment deux tiers des répondants, afin de bénéficier d'un suivi plus personnalisé en fonction de leur situation et de leurs attentes.**

Reste qu'un quart des répondants manifeste une préférence pour la mobilisation de plusieurs conseillers, afin notamment de bénéficier de plusieurs regards sur leur réflexion professionnelle en regard de leur situation et de leurs attentes.

Seuls 6% estiment qu'ils peuvent se débrouiller seuls, ce qui montre à nouveau la forte utilité des conseillers du point de vue des publics.

Si l'on croise les réponses selon l'âge des répondants, **on observe en tendance qu'à partir de la tranche d'âge des 26 à 35 ans, les répondants marquent davantage qu'en moyenne leur préférence pour le référent unique, tandis qu'à l'inverse, les moins de 26 ans, notamment les 15 à 17 ans, préfèrent davantage solliciter plusieurs conseillers qu'en moyenne**.

Ce constat est corroboré par le fait que les apprentis, lycéens et étudiants déclarent moins d'intérêt pour le référent unique que la moyenne des répondants, comme en témoignent également les groupes qualitatifs réalisés avec eux (cependant, il ne faut pas perdre de vue que plus de la moitié des moins de 26 ans conserve une préférence pour le référent unique). Les groupes qualitatifs auprès de lycéens/apprentis et auprès étudiants apportent des pistes d'analyses pour expliquer ce résultat (cf. Le conseiller idéal selon les participants des groupes qualitatifs).

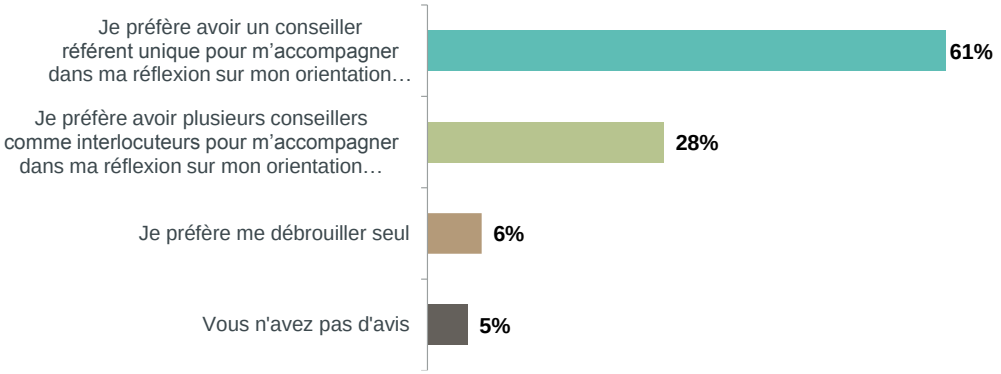
On constate également que **l'intérêt pour le référent unique décroit à mesure que le niveau de diplôme augmente**, ce qui suggère comme précédemment que plus le niveau de diplôme augmente, plus les répondants se sentent autonomes et préfèrent solliciter différentes expertises en fonction de leurs besoins.

Enfin, il faut noter que **les demandeurs d'emploi et les répondants en zone rurale sont plus nombreux à privilégier le référent unique qu'en moyenne**.

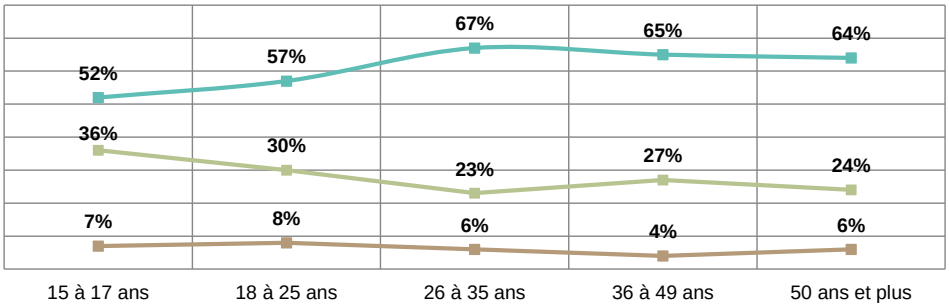
Ces deux derniers constats sont corroborés par les groupes qualitatifs : les demandeurs d'emploi non cadres et les salariés non cadres (ces derniers résidant en zone rurale au sein des bassins d'emploi de Cholet et de Morlaix) expriment tous une nette préférence pour un suivi par un unique conseiller référent.

« A nouveau, de laquelle de ces propositions êtes-vous le plus proche ? »

Base : Ensemble des répondants (1 645)



Croisement par âge



3.3.4 L'attitude des publics à l'égard des solutions d'échange à distance

L'approche qualitative montre que quels qu'ils soient, les différents types de publics manifestent une nette préférence pour les échanges en face à face avec les conseillers en regard de modalités comme le téléphone, le chat ou la webcam. Cela tient notamment au caractère personnel des sujets de discussion, au besoin d'être rassuré ainsi qu'au besoin de garantie de la qualité des échanges et de l'approfondissement de la réflexion.

> *« En face à face c'est mieux pour parler, pour parler de ses difficultés ».*
> *« Le face à face c'est mieux pour un échange. Par téléphone, il y a toujours tendance à raccourcir la discussion ».*

Néanmoins, les différentes modalités d'obtention de conseils à distance ont été testées auprès des publics lors de l'enquête quantitative. On observe que l'entretien par webcam avec les conseillers est écarté par les ¾ des répondants tandis que plus de la moitié d'entre eux se montre favorable à des échanges téléphoniques ou par tchat.

Néanmoins, en cas de nécessité, la solution par webcam peut être acceptée d'après les groupes qualitatifs auprès des demandeurs d'emploi.

> *« La webcam ça peut être intéressant en fonction des profils, des souhaits et des demandes de chacun. Par exemple si je suis malade et que je ne peux pas me déplacer, je ne veux pas être pénalisé et je veux quand même pouvoir faire mon rendez-vous et donc la webcam ça m'intéresse. »*

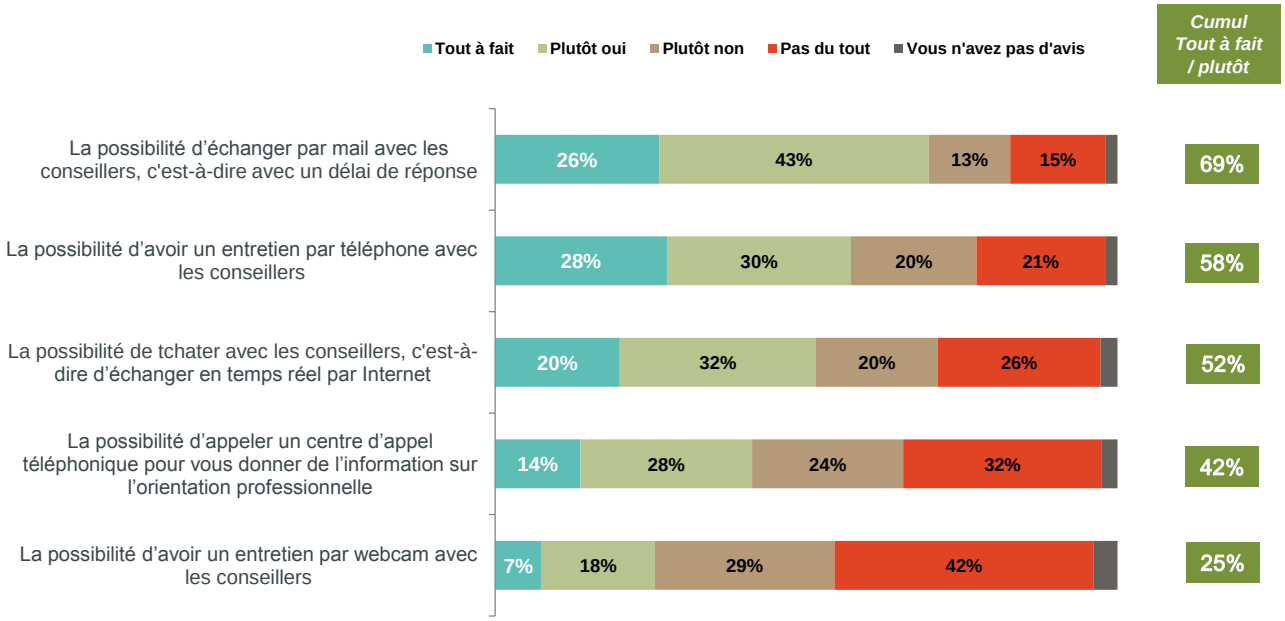
La solution d'échange à distance préférée par les répondants est l'échange par mail, asynchrone, 69% des répondants étant favorable à cette solution, en complément des entretiens en face à face avec les conseillers, comme le confirment les enseignements des tables rondes avec les différents publics.

Enfin, la possibilité de contacter un centre d'appel téléphonique pour obtenir de l'information sur l'orientation ou l'évolution professionnelle rencontre l'adhésion de moins de la moitié des répondants, peut-être en raison du caractère impersonnel de cette modalité en regard des enjeux de personnalisation et de prise en compte de leur situation et attentes revendiqués par les publics, comme confirmé par la phase qualitative auprès des demandeurs d'emploi[2].

« Une hotline avec « votre temps d'attente est estimé à… sûrement pas ».
« Non, non les plates formes avec un répondeur, et taper 1, taper 2, ça c'est l'horreur. »

« De manière générale, seriez-vous prêt à utiliser les services suivants ? »

Base : Ensemble des répondants (1 640)



L'analyse des réponses selon l'âge des répondants montre cependant des différenciations :

- **L'entretien téléphonique et l'entretien par webcam rencontrent davantage la faveur des 26 à 35 ans, tout comme les échanges par mail, pour lesquels se démarquent également favorablement les 18 à 25 ans.**

- **Les 18 à 25 ans se distinguent quant à eux par leur plus grande faveur qu'en moyenne à l'échange par tchat**

- **Les 15 à 17 ans sont nettement plus favorables que les autres tranches d'âge à la prise de contact avec un centre d'appel téléphonique.**

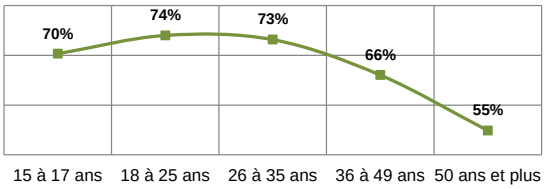
- **De façon transversale, les répondants les plus âgés, notamment les 50 ans et en plus, sont en proportion les moins favorables à l'ensemble de ces modalités d'obtention d'informations et de conseils proposées.**

[2] Néanmoins, celle-ci montrait également que les salariés non cadres étaient quant à eux assez favorables à cette possibilité dans la mesure où ils méconnaissant les structures et dispositifs. Le centre d'appel leur permettrait selon eux d'obtenir alors un premier niveau d'informations sur les démarches à effectuer. C'est dans doute pour les mêmes raisons que les 15-17 ans sont plus favorables qu'en moyenne aux centres d'appel (cf. infra).

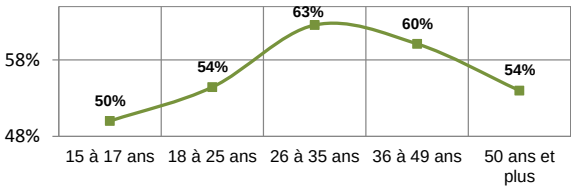
« De manière générale, seriez-vous prêt à utiliser les services suivants ? » **Cumul : Tout à fait / plutôt**

Base : Ensemble des répondants (1 640)

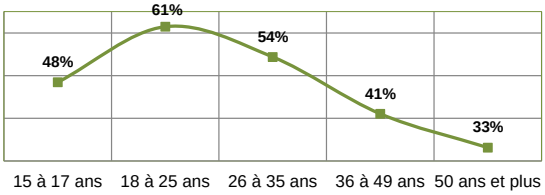
Echanger par mail



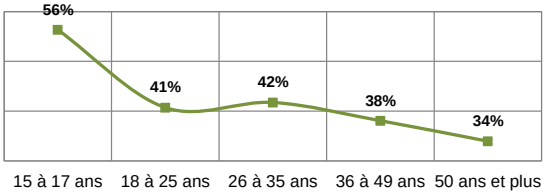
Entretien téléphonique



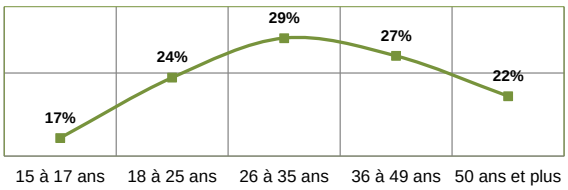
Tchater avec les conseillers



Appeler un centre d'appel



Entretien par webcam



Par ailleurs :

- **Les derniers niveaux de CSP et les jeunes diplômés se distinguent par leur intérêt plus important pour l'entretien téléphonique et les entretiens par webcam.**

- **Les demandeurs d'emploi sont un peu plus favorables qu'en moyenne à l'entretien téléphonique, peut-être par souci de facilitation de prise de RV avec des conseillers Pôle emploi, particulièrement sollicités.**

- **Les usagers du SPRO dans leur ensemble sont un peu plus favorables qu'en moyenne à l'ensemble des modalités d'obtention d'informations ou de conseils, sans doute pour maximiser les possibilités de répondre à leurs interrogations compte tenu de l'actualité de leurs préoccupations.**

3.4 Le conseiller idéal selon les participants des groupes qualitatifs

3.4.1 Les demandeurs d'emploi : un conseiller « coach »

En premier lieu, les demandeurs d'emploi attendent de leur conseiller des qualités à la fois professionnelles mais également très humaines, relevant de l'empathie pour les usagers :

- **Qualités professionnelles : Informé, compétent, réactif**
- **Qualités humaines : accueillant, à l'écoute, encourageant**

Ils souhaitent ensuite être dotés d'un conseiller référent, qui les suit tout au long de leur parcours, mais qui sache également à bon escient les orienter vers d'autres interlocuteurs, s'il ne possède pas l'information ou l'expertise sur des sujets spécifiques.

Ils préfèrent rencontrer ce conseiller en face à face mais souhaitent également pouvoir le solliciter de façon complémentaire par d'autres modes d'échanges à distance (téléphone, mail)

> *« Ma conseillère, elle m'a dit de ne jamais l'appeler et que de toute façon elle ne répondrait pas au téléphone. Ce n'est pas normal. Je peux juste la contacter par mail. »*

Leur conseiller, et c'est un point central, doit leur apporter **des conseils personnalisés en fonction de leurs parcours et de leur profils.**

Cette demande de personnalisation s'associe à une demande de co-construction de leur projet professionnel avec le conseiller.

Celui-ci ne doit pas être directif, il doit les laisser effectuer leurs propres choix, tout en sachant les avertir s'il juge que ces choix ne sont pas les plus pertinents de son point de vue.

Ainsi, ils souhaitent un conseiller qui sache les guider dans l'élaboration de leur projet et le fasse avancer à chaque RV (apport de méthode et mobilisation)

> *« Il n'y a rien de pire que de sortir d'un RV sans avoir avancé ou en n'ayant rien appris. »*

3.4.2 Les jeunes : un conseiller « impulseur »

Les jeunes lycéens/apprentis et étudiants attendent de leur conseiller proches de celles attendues par les demandeurs d'emploi :

- **Qualités professionnelles : adaptable, investi, compétent**
- **Qualités humaines : écoute, compréhensif, posture active et dynamisante**

> *« Un service et des personnes adaptés aux besoins et aux parcours, qui demandent un investissement du service et de la personne qu'on va voir. Quelqu'un d'actif qui s'intéresse vraiment à ton parcours, ta problématique et à tes besoins. »*

Ils n'attendent pas de conseiller référent. En particulier, **les étudiants les plus avancés dans leur cursus (niveau master) font primer la mobilisation ponctuelle de conseillers spécialisés par domaines**

d'expertise (domaines d'activités, techniques de recherche d'emploi,…) sur des points techniques, précis, en fonction de leurs interrogations, plutôt que le suivi par un référent unique.

> *« On sait pourquoi on vient, on arrive avec son cv, ses compétences, son analyse de parcours et on construit quelque chose. On vient pour une expertise technique d'une personne qui maitrise précisément son sujet, c'est évident. »*

> *« On n'a pas besoin de voir toutes les semaines un conseiller, par contre il faut pouvoir mobiliser des compétences au fur et à mesure de nos besoins »*

De leur côté, **les plus jeunes, notamment lycéens/apprentis, cherchent avant tout à se rassurer dans leur réflexion sur leur projet professionnel en rencontrant un conseiller qui connaisse bien leur domaine de formation, et ne cherchent pas spécialement à engager une série de RV avec un même conseiller référent.**

> *« C'est mieux d'être avec quelqu'un qui est plus dans le domaine que tu cherches, qui va plus te comprendre et donc te donner confiance. »*

Par ailleurs, comme pour les demandeurs d'emploi, **ils préfèrent rencontrer ce ou ces conseillers en face à face mais souhaitent également pouvoir le ou les solliciter de façon complémentaire par d'autres modes d'échanges à distance (téléphone, mail)**

Leur conseiller, et c'est également un point central pour eux, doit leur apporter **des conseils personnalisés en fonction de leurs parcours et de leur profils.**

Enfin, **si les lycéens/apprentis attendent plutôt du conseiller qu'il leur préconise la voie à suivre, les étudiants sont beaucoup plus en attente d'une recherche autonome en s'appuyant sur les informations données par les conseillers. Pour cela, ils souhaitent être accompagnés vers l'autonomie par un apport important de méthodologie fourni par les conseillers** (quelles questions, quelles structures, quelles étapes,…)

3.4.3 Les salariés non cadres : un conseiller « passeur »

Les qualités du conseiller attendues par les salariés non cadres, résidant essentiellement en zone rurale, sont essentiellement des qualités professionnelles, leur principale préoccupation étant de se réorienter sous condition d'insertion professionnelle rapide. Ils attendent du conseiller de leur assurer le passage d'un statut de salarié à une autre.

- **Qualités professionnelles : compétent, spécialisé par secteur d'activités, réactif, investi,**

> *« Un conseiller de l'orientation idéal, c'est à la limite celui qu'on ne voit qu'une fois, qui a bien fait son boulot, qui a bien orienté, qui a ciblé le parcours, compris les choses »*

- **Qualités humaines : dynamisant, mobilisateur**

Comme les demandeurs d'emploi, ils souhaitent être dotés d'un conseiller référent, qui les suit tout au long de leur parcours, mais qui sache également à bon escient les orienter vers d'autres interlocuteurs, s'il ne possède pas l'information ou l'expertise sur des sujets spécifiques.

De nouveau, comme les autres publics, ils préfèrent rencontrer ce conseiller en face à face mais souhaitent également pouvoir le solliciter de façon complémentaire par d'autres modes d'échanges à distance (téléphone, mail). Par contre, à la différence des autres groupes, les salariés ont précisé que le souhait d'une complémentarité virtuelle et physique de la relation au conseiller décline avec l'âge et/ou avec le niveau de maitrise de l'outil informatique des usagers.

Leur conseiller, comme pour les autres publics, doit leur apporter **des conseils personnalisés en fonction de leurs parcours et de leurs profils.**

Par contre, cette demande de personnalisation ne s'associe pas autant que pour les demandeurs d'emploi à une demande de co-construction de leur projet professionnel avec le conseiller. Ils souhaitent avant tout être guidés vers des formations et métiers pertinents sur le plan du marché de l'emploi.

> *« Une formation qui aboutirait vraiment à un travail et pas une formation dans le vide pour un emploi où il n'y a pas de débouchés. Qu'on soit sur de ne pas se tromper, parce que quitter un emploi pour en fait n'arriver à rien… »*

C'est pourquoi ils recherchent un conseiller spécialisé par grand domaine d'activité auquel ils s'intéressent (ex : industrie, tertiaire, social, etc.), **connaissant finement chaque secteur d'activité au sein de son domaine d'expertise**, et capable de proposer un large éventail de solutions adaptées (débouchés, formations disponibles, etc.).

Par ailleurs, demande qui n'apparait pas chez les autres publics, mais mentionnée dans le cadre des attentes des publics à l'égard des centres d'informations, **ils sont demandeurs d'ateliers de groupe pour échanger entre usagers concernés par une réorientation vers des métiers et/ou secteurs d'activité semblables. L'enjeu est de susciter une dynamique de groupe pour des salariés craintifs à l'égard d'une réorientation, qui ont besoin d'être rassurés, de bénéficier collectivement de témoignages et de retours d'expérience sur ces métiers/secteurs d'activité, voire d'effectuer des visites collectives pour mieux les appréhender (ex. visite d'entreprise).**

Enfin, ils spécifient que le niveau d'accompagnement et le rythme des rendez-vous avec les conseillers, ainsi que des réunions, doit être adapté au degré d'autonomie des usagers dans l'élaboration de leur projet professionnel.

4. SYNTHESE CONCLUSIVE

De fortes attentes d'informations et/ou de conseils sont exprimées par les publics enquêtés puisque 88% d'entre eux sont intéressés par des informations sur l'orientation ou l'évolution professionnelle. Parmi ces publics du SPRO on distingue :

- les usagers effectifs qui représentent 45% des répondants (c'est-à-dire ayant engagé des démarches pour répondre à leurs questionnements), et comportent davantage qu'en moyenne :
    - des jeunes diplômés,
    - des jeunes de 18-25 ans en démarche d'insertion,
    - des actifs en cours de licenciement,
    - des actifs en demande d'emploi.
- les usagers potentiels qui représentant 43% des répondants (c'est-à-dire en questionnements ou intéressés par le sujet mais sans avoir encore engagé de démarches pour y répondre) et comportent davantage qu'en moyenne :
    - des apprentis,
    - des étudiants,
    - des agents de la fonction publique,
    - des salariés du privé.

Au global, 70% des répondants ont effectué des recherches d'informations ou de conseils au cours des deux dernières années (sans que cela ait nécessairement occasionné de démarches auprès de lieux ou d'organismes). Les répondants n'ayant pas effectué ces recherches n'étaient tout simplement pas prêts à engager une réflexion sur leur orientation ou évolution professionnelle

L'identification et l'accessibilité des lieux et organismes ne paraissent pas problématiques en soi puisque près des ¾ des répondants ont facilement identifié les lieux ou organismes qui pouvaient les aider, et quasiment la totalité des répondants (92%) ont estimé qu'il leur a été facile de s'y rendre ou de les contacter.

Néanmoins, les demandeurs d'emploi et les salariés du privé interrogés en groupes qualitatifs ont exprimé le besoin de bénéficier d'une « offre d'accueil » pour bénéficier, dès leurs premières démarches :

- premièrement, d'un premier niveau d'information sur l'offre de services disponible,
- deuxièmement, d'un premier diagnostic de leurs demandes et d'un aiguillage au sein du réseau.

Pour les demandeurs d'emploi, cette fonction d'accueil est avant tout une fonction physique implantée au sein des services du SPRO, fonction à laquelle pourraient renvoyer les services de proximité (mairies de quartier,…). Pour les salariés du privé, cette fonction doit être jouée par un numéro vert largement médiatisé à l'échelle nationale.

Les publics sont en outre très attentifs à la qualité de cet accueil qui nécessite selon eux écoute, amabilité, disponibilité, compétence.

Par ailleurs, les étudiants ont exprimé le souhait :

- que les services se déplacent plus régulièrement au cœur même de l'université, par exemple en y réalisant des interventions annuelles,

- que soit rendu obligatoire chaque année une « initiation obligatoire » à l'orientation (ex. : explication des débouchés de telle ou telle filière en regard de leur situation).

Lorsque l'on interroge les répondants sur les modalités de leur recherche, 89% d'entre eux citent le recours à Internet et 74% le recours aux lieux et organismes. Cela montre bien la complémentarité entre ces deux modalités de recherche d'une part, l'importance des lieux et organismes d'autre part, Internet ne se suffisant pas à lui-même.

Néanmoins il faut souligner que certains publics sont moins enclins que d'autres à utiliser Internet et manifestent une préférence pour le contact direct avec les lieux et organismes. Ce sont en particulier :

- les 50 ans et plus,
- les minimas sociaux,
- les premiers niveaux de CSP,
- les moins diplômés,
- les répondants en zone rurale.

Il paraît alors essentiel de veiller à maintenir un accès facilité aux lieux et organismes pour ces publics plutôt que de les reporter sur le numérique, au risque de creuser les inégalités d'accès plutôt que de les combler.

Au sein des lieux et organismes, idéalement chaleureux et conviviaux, les publics sont très en attente de qualité des informations données. Ils expriment ainsi leur besoin de disposer d'informations complètes et précises et d'informations actualisées régulièrement.

Ils souhaitent également pouvoir bénéficier d'une offre d'informations multi entrées, permettant d'ouvrir le champ des possibles du parcours de chacun :

- à la fois de fiches métiers à plusieurs entrées :
    - avec une entrée par secteurs d'activité
    - avec une entrée par type et niveau de formation
    - avec une entrée par domaines de compétences, donnant des indications sur les passerelles d'un métier à l'autre par compétences transférables
- à la fois d'un moteur de recherche multi entrées au sein de ces fiches métiers,
- et à la fois d'un moteur de recherche de métiers, secteurs d'activités et formations à partir de leur profil et aspirations (par ex. par tranche d'âge, niveau d'étude, expérience professionnelle, centres d'intérêt, affinités et envies, qualités et défauts,…), permettant de personnaliser leurs recherches.

Ils attendent également que les informations sur les secteurs d'activités ou métiers soient mises en lien avec le marché du travail et les formations à l'échelle du bassin d'emploi, c'est-à-dire donner l'actualité du marché du travail local et des formations qui y sont organisées. A ce sujet, les demandeurs d'emploi, et dans une moindre mesure les salariés, recherchent avant tout de l'information sur l'emploi, les formations et les métiers et secteurs d'activités qui recrutent à l'échelle du bassin d'emploi, manifestant une plus grande appétence à la mobilité professionnelle qu'à la mobilité géographique.

Les publics attendent en outre que ces informations sur les secteurs d'activité et métiers soient assorties de carnets d'adresses, à la fois pour rechercher de l'emploi (tels que des contacts d'employeurs à l'échelle régionale qui recrutent), et la fois pour bénéficier de témoignage (contacts de professionnels qui peuvent témoigner de leur métier, contacts de salariés ayant suivis les formations).

Les publics expriment ainsi une attente de souplesse, d'agilité, de contextualisation et d'opérationnalité du dispositif de recherche d'informations. Si dans la pratique un tel dispositif est plus ou moins réaliste, alors cette attente est à reporter sur les conseillers.

De fait, les publics jugent les professionnels utiles à la fois pour la recherche d'informations sur l'emploi et la formation, la recherche de formations, le financement des formations et les techniques de recherche d'emploi.

Dans la pratique, la majorité des publics (environ les deux tiers) ayant engagé des recherches d'informations ou de conseils dans les deux dernières années, ont éprouvé le besoin de faire appel à un professionnel et ont généralement obtenu un ou des entretiens.

L'approche qualitative montre que quels qu'ils soient, les différents types de publics manifestent une nette préférence pour les échanges en face à face avec les conseillers, mais souhaitent également pouvoir les solliciter de façon complémentaire par d'autres modes d'échanges à distance (téléphone, mail, voire tchat ou webcam pour les moins de 40 ans). A ce sujet, les demandeurs d'emploi, du fait de leur statut, expriment une forte attente de réactivité dans la prise des rendez-vous, dans la mesure où elle ne nuit pas à la qualité des conseils apportés.

Sur le plan de la posture attendue des conseillers dans leur pratique d'accompagnement des publics, un tiers des répondants privilégie une construction de projet de façon autonome, en s'appuyant sur les informations données par les conseillers (notamment les plus diplômés et les dernières CSP), quasiment la moitié manifeste une préférence pour la co-construction du projet professionnel, et seuls 12% attendent des propositions de projets professionnels de leur part. Par conséquent, l'enquête montre que les publics souhaitent très majoritairement avoir une forte prise sur les choix de solutions professionnelles.

Il n'est donc pas étonnant que les publics attendent des conseillers des informations et conseils personnalisés en fonction de leur situation et de leurs profils, ainsi qu'une méthodologie d'élaboration de leurs projets professionnels

Ils soulignent également que les conseillers doivent être à l'écoute, encourageant, investis et dynamisant.

Enfin, sur le plan du positionnement des conseillers dans leur accompagnement des publics, le conseiller référent unique est la modalité remportant la préférence de quasiment deux tiers des répondants (notamment les demandeurs d'emploi), afin de bénéficier d'un suivi plus personnalisé en fonction de leur situation et de leurs attentes, rejoignant ainsi l'attente de personnalisation des conseils apportés. On constate cependant que l'intérêt pour le référent unique décroit à mesure que le niveau de diplôme augmente.

Pour conclure, s'il ne fallait retenir que quelques mots clés exprimant les attentes des publics, ce serait les trois suivants :

- Une attente d'humanité des services d'orientation (accueil, convivialité, ambiance et chaleur des locaux, approches collectives, demandes de témoignages, entretiens en face à face…).

- Une attente de personnalisation des informations et conseils apportés,

- Une attente de professionnalisme des centres d'informations et des conseillers (exhaustivité et actualisation des informations, expertise et dynamisme des conseillers,…).