



AMBITION STRATÉGIQUE N° 3

Construire et mettre en action une stratégie coordonnée
d'orientation, d'information et d'accompagnement
tout au long de la vie pour tous les publics

LES ENGAGEMENTS

- 3.1 Réaffirmer une gouvernance régionale de l'orientation et impulser une animation territorialisée du SPRO
- 3.2 Garantir une offre lisible et coordonnée des actions et dispositifs portant sur l'information et l'orientation
- 3.3 Proposer des solutions innovantes de découverte des métiers notamment des métiers en tension et émergents
- 3.4 Créer les conditions permettant à chaque individu d'être acteur de son parcours d'orientation
- 3.5 Développer les compétences des acteurs du champ de l'orientation tout au long de la vie dans le cadre de pratiques innovantes et partagées

LES PRIORITÉS SECTORIELLES

- 3.1 Favoriser la sensibilisation des collégiens et élèves du secondaire aux métiers du bâtiment et de la construction durable
- 3.2 Sensibiliser les élèves ingénieurs sur les passerelles ou spécialisations possibles pour répondre aux besoins des entreprises
- 3.3 Améliorer la notoriété du secteur des industries graphiques
- 3.4 Mettre en place un parcours découverte des métiers des hôtels, cafés, restaurants
- 3.5 Expérimenter de nouvelles approches pour l'attractivité des métiers dans le cadre d'une stratégie coordonnée France Industrie HDF
- 3.6 Valoriser les métiers du transport voyageurs et scolaires
- 3.7 Engager les entreprises dans la promotion des métiers du transport et de la logistique
- 3.8 Promouvoir les métiers du bâtiment auprès de différents publics
- 3.9 Numériqu'elles 2023 : continuité de l'essaimage territorial

LES PROPOSITIONS INSPIRANTES

CONTEXTE ET CONSTAT

L'information et l'orientation sont des enjeux de première importance pour lutter efficacement contre les déterminismes sociaux, de territoire, et de genre qui impactent fortement les parcours d'orientation et doivent permettre une insertion ambitieuse pour chaque personne (jeune et adulte).



Le cadre général de l'orientation est celui de l'orientation tout au long de la vie, définie comme « un processus continu qui permet aux citoyens, à tout âge et tout au long de leur vie de déterminer leurs capacités, leurs compétences et leurs intérêts, de prendre des décisions en matière d'éducation, de formation et d'emploi et de gérer leur parcours de vie professionnelle dans l'éducation et la formation, au travail et dans d'autres cadres où il est possible d'acquérir et d'utiliser ces capacités et compétences. » (Résolution du Conseil Européen du 21 novembre 2008).

Depuis le 1er janvier 2019, la loi 2018-771 du 5 septembre 2018 « pour la liberté de choisir son avenir professionnel » a conféré aux Régions une compétence élargie en matière d'information sur les métiers et les formations depuis le collège jusqu'à l'enseignement supérieur dans une volonté de compétences partagées avec l'État sur l'orientation.

Dans ce contexte, la politique d'orientation en région Hauts-de-France s'inscrit donc dans une politique régionale globale d'orientation tout au long de la vie, visant une véritable continuité et complémentarité d'actions et d'acteurs et dans la recherche d'un équilibre entre l'information et l'accompagnement à l'orientation d'une part, et entre les besoins du monde économique et les motivations et aspirations individuelles d'autre part.

Elle s'attache non seulement à la mise en œuvre d'une orientation progressive, éducative et réversible mais aussi à l'élévation du niveau de qualification en favorisant la construction de parcours ambitieux qui valorise toutes les filières et voies de formation (professionnelle, technique, etc.), tout en veillant à la démocratisation de l'accès à l'enseignement supérieur. L'enjeu est également de développer des compétences à s'orienter tout au long de la vie et faire de l'orientation un levier d'égalité des chances et d'inclusion sociale.

Cette politique d'information et d'orientation se décline alors même que certains secteurs d'activités et des territoires affichent des difficultés de recrutement dus pour une part non négligeable à des questions d'attractivité.

La réponse au besoin de renforcer l'accompagnement à l'orientation a donné lieu à une diversité non moins grande d'initiatives et de dispositifs, portés par différents acteurs, à différentes échelles : région, territoire ou bassin, voire localité, entreprise, branche professionnelle ou filière.

Sur ce sujet, les relations institutionnelles entre acteurs de l'orientation se sont renforcées au travers de la définition d'objectifs partagés.



Cependant, la multiplicité des acteurs, des dispositifs et des outils ne garantit pas pleinement la lisibilité des offres de services et révèle l'existence de ressources mais insuffisamment organisées.

Il convient de faire de l'Accueil, de l'Information et de l'accompagnement à l'Orientation un des enjeux majeurs de la sécurisation des parcours de formation et professionnels.

AMBITION PARTAGÉE

- Réaffirmer le concept d'orientation tout au long de la vie et le droit à l'orientation pour tous en plaçant l'individu au cœur des dispositifs
- Mettre à disposition des jeunes, des familles et des adultes des services de qualité pour favoriser l'accès à l'emploi durable, en créant les conditions d'une orientation choisie et en réponse aux besoins des entreprises
- Mettre en place une politique d'orientation qui lutte contre les déterminismes sociaux et qui favorise la mobilité des publics, des scolaires, des demandeurs d'emploi et des salariés
- Accompagner la professionnalisation des acteurs de l'orientation (au sens large, englobant tous les professionnels qui œuvrent à l'accompagnement et l'orientation qu'ils soient associatifs ou publics)
- Réaffirmer une gouvernance régionale et impulser une animation territorialisée du SPRO

STRATÉGIE CONCERTÉE

Les partenaires s'accordent sur 5 engagements prioritaires pour contribuer collectivement à l'atteinte de l'ambition stratégique 3. Celles-ci constituent les premières actions à mettre en œuvre, identifiées au moment de la signature du CPRDFOP. Elles ont vocation à être renouvelées tout au long de la vie du contrat, dans le cadre du pilotage du CPRDFOP.

Ces 5 engagements prioritaires concernent l'ensemble des publics tout au long de leur vie et sont décrites et précisées sous la forme des engagements suivants :

- Engagement n°1 : Réaffirmer une gouvernance régionale de l'orientation et impulser une animation territorialisée du SPRO
- Engagement n°2 : Garantir une offre lisible et coordonnée des actions et dispositifs portant sur l'information et l'orientation
- Engagement n°3 : Proposer des solutions innovantes de découverte des métiers notamment des métiers en tension et émergents
- Engagement n°4 : Créer les conditions permettant à chaque individu d'être acteur de son parcours d'orientation
- Engagement n°5 : Développer les compétences des acteurs du champ de l'orientation tout au long de la vie dans le cadre de pratiques innovantes et partagées

Ambition stratégique 3

ENGAGEMENT N° 3.1

Réaffirmer une gouvernance régionale de l'orientation et impulser une animation territorialisée du SPRO



Publics cibles

Tous publics



Territoires

Tous territoires

Partenaires associés

DREETS, Éducation nationale, Région, C2RP Carif-Oref Hauts-de-France, acteurs de l'accueil, orientation, insertion, branches et organisations professionnelles

CONTEXTE/CONSTATS

La politique européenne et le cadre législatif national placent l'orientation au centre de nos politiques publiques. Cette ambition est soutenue en région par le programme d'investissement dans les compétences et par la convention cadre entre l'État et la Région Hauts-de-France relative à la mise en œuvre des compétences de l'État et des régions en matière d'information et d'orientation pour les publics scolaires, apprentis et étudiants qui précise les compétences respectives dans un souci de lisibilité, de continuité, de cohérence et de complémentarité des actions proposées. Cette ambition partagée doit également se décliner pour l'ensemble des publics, inactifs ou actifs, occupés ou non quel que soit l'âge.



Néanmoins, la mise en œuvre d'une stratégie régionale, coordonnée et lisible est indispensable et doit se construire en étroite articulation entre l'État et la Région qui partagent la compétence, mais également avec l'ensemble des acteurs des réseaux d'acteurs territoriaux de l'orientation.

Cette nécessaire approche systémique répond également à notre volonté d'offrir un égal accès au droit à l'orientation sur l'ensemble du territoire, en luttant ainsi contre toute forme de déterminismes territoriaux, et avec la volonté de placer les acteurs territoriaux au cœur de la mise en œuvre de la politique régionale d'orientation.

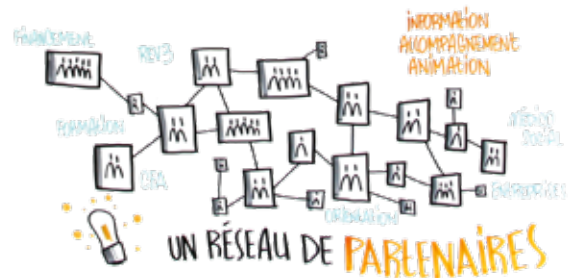
De plus, Proch'emploi, dans le cadre de la nouvelle écriture du cadre d'intervention des Proch'Info Formation, intégrera cette dimension et incitera l'opérateur à rendre plus lisible son intervention et les secteurs visés, ciblés.

Ambition stratégique 3

ENGAGEMENT N° 3.1

OBJECTIFS OPÉRATIONNELS

- Définir une gouvernance régionale quadripartite au sein du CREFOP de l'orientation tout au long de la vie qui permette d'articuler l'ensemble des politiques menées par une multitude d'institutions et d'acteurs et définir les modalités d'animation territoriale de cette politique
- Élaborer une feuille de route opérationnelle partagée de la politique régionale de l'orientation y compris sa déclinaison territoriale
- Déployer sur les territoires la politique régionale de l'orientation en impulsant une animation territoriale portée par les têtes de réseaux de l'orientation tout au long de la vie dans une recherche de complémentarité d'actions et d'acteurs
- Conforter un réseau d'acteurs et de partenaires qui contribue à une approche globale complémentaire, collaborative et territorialisée de l'accompagnement à l'orientation



MISE EN OEUVRE DE L'ENGAGEMENT

- Mettre en commun les analyses, les réflexions sur les démarches et dispositifs d'information et d'orientation pour étayer une proposition de gouvernance régionale et d'animation territoriale (assises de l'orientation tout au long de la vie)
- Impulser des actions de formation communes des acteurs de l'orientation sur les territoires pour accompagner la mise en œuvre
- S'appuyer sur les SPELOF pour assurer la coordination et le suivi de l'animation territoriale portée par les têtes de réseaux de l'orientation tout au long de la vie
- Proposer et mettre en œuvre une démarche de suivi de la politique régionale de l'orientation

INDICATEURS DE SUIVI

- Formalisation du schéma de gouvernance et d'animation
- Évaluation annuelle de la feuille de route sur la base de la mise en œuvre effective (nombre d'actions mises en œuvre, comptes rendus des réunions et émargement des participants, nombre et typologie des personnes accueillies par chaque structure redirigées vers un partenaire ou une autre structure)
- Bilan annuel du recours au CEP (données provenant de Transitions Pro et des autres opérateurs si possible)
- Nombre et type d'actions menées par les SPEL sur la thématique Information/orientation et nombre d'acteurs concernés par an

Ambition stratégique 3

ENGAGEMENT N° 3.2

Garantir une offre lisible et coordonnée des actions et dispositifs portant sur l'information et l'orientation



Publics cibles

Tous publics



Territoires

Tous territoires

Partenaires associés

Région, DREETS, Autorités académiques, C2RP Carif-Oref Hauts-de-France, branches et organisations professionnelles, CMQ, acteurs du SPE, acteurs de la formation et de la reconversion professionnelle

CONTEXTE/CONSTATS

Une multitude d'actions, de dispositifs et de plateformes d'information et d'accompagnement à l'orientation (avec notamment des partenariats associatifs ou d'entreprises privées de plus en plus nombreux) se sont développés dans le champ de l'orientation.

Les branches professionnelles développent également leur propre politique d'orientation en réponse à leurs besoins.

Ce foisonnement est incontestablement une force mais aussi un risque de faiblesse voire d'inéquité, s'il n'est pas organisé et rendu lisible.

Au cours des vingt dernières années, et plus spécifiquement dans le champ de la formation professionnelle à destination des demandeurs d'emploi, de nombreux dispositifs ont été proposés par les organismes de formation, au gré des appels d'offres ou à projets émanant des principaux financeurs (Collectivités territoriales, Pôle emploi notamment).

Le volet « orientation » a été concerné par l'évolution de ces organisations et des expériences très concluantes ont été menées dans ce cadre. Ces constats requièrent aujourd'hui de mener une réflexion autour de ce qui a fonctionné dans les expériences précédemment évoquées et qui pourrait être remobilisé aujourd'hui, en intégrant bien entendu les spécificités des contextes actuels.



OBJECTIFS OPÉRATIONNELS

- Répondre à nos ambitions en rendant ces actions et dispositifs plus lisibles, mieux articulés et coordonnés, plus opérationnels et mieux répartis sur les territoires
- Proposer un outil de convergence d'information et d'accompagnement à l'orientation porté par la région en collaboration avec l'ensemble des partenaires

Ambition stratégique 3

ENGAGEMENT N° 3.2

MISE EN OEUVRE DE L'ENGAGEMENT

- Faire un état des lieux de l'offre existante en matière d'information et d'orientation (y compris sectorielle) dans un objectif de mutualisation des outils et de simplification de l'offre
- Mettre en place et optimiser une plateforme régionale de convergence d'information et d'accompagnement à l'orientation tout au long de la vie ouverte aux acteurs sectoriels



INDICATEURS DE SUIVI

- La mise à disposition de l'outil de convergence d'information et d'accompagnement à l'orientation porté par la région en collaboration avec l'ensemble des partenaires
- Nombre de réunions d'élaboration de l'outil et nombre de participants à ces réunions
- Nombre de structures et d'organismes recensés avec leur localisation, fonction, leur cible (cartographie)
- Identification des zones géographiques non couvertes par les dispositifs et les publics concernés (cartographie)

Ambition stratégique 3

ENGAGEMENT N° 3.3

Proposer des solutions innovantes de découverte des métiers notamment des métiers en tension et émergents



Publics cibles

Tous publics



Territoires

Tous territoires

Partenaires associés

DREETS, Éducation nationale, Région, réseau des CMQ, acteurs de l'enseignement supérieur, réseau des CIO, réseau des RIPREE, réseau des ACLEE, C2RP Carif-Oref Hauts-de-France, Transitions Pro, acteurs du SPE, réseau de la formation professionnelle, branches et organisations professionnelles, réseaux entreprises, partenaires sociaux, acteurs de l'accueil, de l'information et de l'orientation

CONTEXTE/CONSTATS

Les tensions sur le marché du travail sont d'une ampleur inédite et des difficultés persistantes de recrutement existent en région sur certains territoires et certains secteurs professionnels, dont les causes peuvent être variées : les conditions de travail, les conditions d'emploi, les salaires, la méconnaissance des métiers... Dans ce contexte, la question de l'attractivité des métiers reste centrale et renvoie à la responsabilité d'une pluralité d'acteurs pour imaginer des modalités innovantes et plus efficaces d'information aux publics.

Les transitions numériques, écologiques et énergétiques peuvent être, en particulier, considérées comme des leviers du renouvellement de l'image des filières et des métiers autant qu'elles nécessitent une attention pour la couverture de leurs besoins en emploi.

OBJECTIFS OPÉRATIONNELS

- Renforcer la connaissance et faire évoluer la représentation des métiers (particulièrement ceux en tension et émergents), des compétences requises, des formations, des perspectives d'emplois et des conditions de travail au travers de formats innovants
- Faciliter l'appropriation de l'information et sa mise en perspective avec la construction du parcours d'orientation des publics, en s'appuyant sur l'ensemble des acteurs mobilisés
- Continuer à inscrire l'alternance et l'apprentissage comme parcours d'excellence à part entière, développer la mixité des parcours et des publics
- Favoriser la mobilité des apprenants à travers des actions promouvant l'ouverture sur le territoire et la projection sur ses différentes opportunités de formation
- Inscrire la lutte contre les stéréotypes de genre et la promotion de la mixité des métiers comme fil rouge du plan d'action et d'information sur les métiers



Ambition stratégique 3

ENGAGEMENT N° 3.3

MISE EN OEUVRE DE L'ENGAGEMENT

- Soutenir et impulser des actions de découverte des métiers concertées et cohérentes : acteurs de l'accompagnement – orientation / entreprises – branches professionnelles
- Proposer/multiplier des parcours de découverte des métiers par immersion sur des plateaux techniques et/ou des rencontres avec les entreprises (démonstrateurs évolutifs territorialisés, mobiles et virtuels)
- Inscrire la qualité de vie au travail dans la démarche d'appropriation et d'information sur les métiers
- Développer une image valorisée de la voie professionnelle et de la voie technologique à travers des actions innovantes qui associent l'Éducation nationale, la Région et les partenaires
- Développer, mutualiser, valoriser les initiatives innovantes des entreprises et branches engagées dans une démarche active pour faire connaître leurs métiers et leurs évolutions à venir
- Mobiliser l'ensemble des réseaux des ambassadeurs du monde économique et professionnel permettant d'associer les entreprises dans la démarche d'orientation tout au long de la vie pour renforcer l'attractivité des métiers (intervention auprès des jeunes, visites et immersion en entreprises, convention de stage, etc...)
- Optimiser une plateforme d'offre de stages et d'immersion qui permet d'offrir à chaque jeune/apprenant/demandeur d'emploi une expérience positive et valorisante en entreprise
- Pérenniser et accroître les relations écoles/organismes de formation/entreprises pour engager, à travers des périodes d'immersion ou de stage, chaque apprenant sur un parcours d'orientation et de découverte des métiers notamment en tension
- Accentuer la communication et l'information sur l'ensemble des voies et modalités de formation, notamment les voies professionnelle et technologique qui offrent des possibilités de poursuites d'études et des perspectives professionnelles
- Développer des outils communs et innovants qui s'appuient sur des supports de communication dynamiques et qui favorisent la parole des pairs
- Déployer des actions d'information au plus près des territoires
- Organiser des actions spécifiques de promotion de la mixité des métiers
- Favoriser l'engagement des entreprises pour contribuer à la découverte de leurs métiers et de leurs filières



INDICATEURS DE SUIVI

Pour chacune des 4 opérations suivantes, le nombre d'actions, de participants, son profil (réseau AIO, branches ou entreprises) et le territoire d'origine :

- Action de découverte des métiers
- Parcours de découverte des métiers par immersion
- Rencontres avec les entreprises
- Actions innovantes

Nombre d'ambassadeurs, nombre d'interventions auprès des jeunes, nombre de visites et immersion en entreprises

Nombre et types d'outils communs et innovants qui s'appuient sur des supports de communication dynamiques et qui favorisent la parole des pairs

Nombre et types d'actions spécifiques de promotion de la mixité des métiers

Ambition stratégique 3

ENGAGEMENT N° 3.4

Créer les conditions permettant à chaque individu d'être acteur de son parcours d'orientation



Publics cibles

Tous publics



Territoires

Tous territoires

Partenaires associés

Région, DREETS, Éducation nationale, Transitions pro, partenaires sociaux, acteurs du SPE et du CEP, acteurs de l'accompagnement et de l'insertion, professionnels des actions PIC, réseau associatif, Missions Locales et Pôle emploi, C2RP Carif-Oref Hauts-de-France

CONTEXTE/CONSTATS

Pour garantir l'engagement et la motivation de chaque individu dans l'élaboration de son projet d'orientation tout au long de la vie, l'accompagnement à l'orientation se doit d'assurer l'équilibre entre les besoins et aspirations individuelles et les besoins et attentes du monde économique et professionnel, et de permettre à chaque individu de déjouer les déterminismes sociaux, territoriaux et de genre. Cette démarche reconnaît ainsi chacun comme acteur de son projet et l'inscrit dans une dynamique positive de reconnaissance de soi et de ses talents.

L'ensemble des moyens et des acteurs du Conseil en évolution professionnelle sont mobilisés pour promouvoir les dispositifs de l'emploi et de la formation. Il s'agit à la fois d'aider les plus fragiles mais également de sécuriser les parcours (en lien avec l'ambition stratégique 2), d'accompagner les transitions professionnelles et l'adaptation des compétences aux besoins identifiés dans les secteurs en tension et les activités d'avenir.



OBJECTIFS OPÉRATIONNELS

- Réaffirmer le concept d'accompagnement et d'orientation tout au long de la vie et le droit à l'orientation pour tous en créant les conditions permettant à l'individu d'être au cœur des dispositifs
- Promouvoir une orientation choisie, positive et personnalisée pour tous en les menant au plus loin de leurs talents et de leurs ambitions grâce à un accompagnement progressif et diversifié qui valorise toutes les voies de formation et facilite l'exploration de plusieurs secteurs d'activité
- Aider chaque jeune, chaque adulte à développer une image positive de ses compétences pour être en capacité d'envisager son avenir avec ambition
- Renforcer la sécurisation des parcours d'orientation par une approche globale de la personne et la recherche concertée de solutions aux freins périphériques à l'entrée en formation et en emploi (mobilité, hébergement, difficultés sociales, garde d'enfant, etc...)

Ambition stratégique 3

ENGAGEMENT N° 3.4

- Délivrer une information qui contribue à la mixité des métiers et à l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes, ainsi qu'à l'inclusion des personnes en situation de handicap et résidant en quartier politique de la ville ou dans une zone de revitalisation rurale
- Favoriser la montée ou la valorisation des compétences, notamment pour les actifs, afin d'accéder à des postes à responsabilités (lutter contre l'effet « plafond de verre »)
- Développer chez chacune et chacun les compétences à s'orienter

MISE EN OEUVRE DE L'ENGAGEMENT

- Accompagner la construction de parcours individualisé de réussite pour toutes et tous et favoriser la diversification des choix de parcours d'orientation
- Intégrer dans la démarche d'information sur les métiers et l'orientation, les dispositifs d'aide mobilisables pour l'accès à la formation et à l'emploi
- Préparer et accompagner, à travers le Programme Pluri-annuel d'Orientation, tous les élèves à développer les compétences nécessaires à la construction de leur parcours au sein des disciplines, des heures dédiées à l'orientation et des temps forts de l'orientation
- Concevoir et mettre à disposition les outils d'aide à l'orientation accessibles pour tous les publics et leurs accompagnants
- Élaborer et diffuser une documentation exhaustive sur les formations, à portée régionale, nationale, voire européenne, notamment en lien avec Proch'Orientation, l'Onisep, le C2RP Carif-Oref Hauts-de-France, les services d'orientation et les branches professionnelles, pour garantir la qualité et la pertinence des informations délivrées
- Associer les familles à l'accompagnement à l'orientation, dans une perspective de coéducation pour les publics jeunes
- Promouvoir l'excellence pour tous, faciliter à travers des actions innovantes la construction d'une image de soi positive qui instaure la confiance en soi et permet de se projeter dans des parcours ambitieux et moins genrés
- Rendre accessible les outils d'orientation à tous les publics et leurs accompagnants / Diffuser largement l'information de ces outils (« grand public » et professionnels)



INDICATEURS DE SUIVI

- Nombre et type d'actions en faveur de la mixité des métiers et l'égalité professionnelle (y compris Corif)
- Nombre et type d'actions en faveur de l'intégration des personnes en situation de handicap
- Nombre et type d'outils d'aide à l'orientation et à l'information sur les métiers (« grand public » et professionnels)
- La production d'une documentation exhaustive sur les formations, à portée régionale, nationale, voire européenne

Ambition stratégique 3

ENGAGEMENT N° 3.5

Développer les compétences des acteurs du champ de l'orientation tout au long de la vie dans le cadre de pratiques innovantes et partagées



Publics cibles

Tous publics



Territoires

Tous territoires

Partenaires associés

DREETS, autorités académiques, Région, C2RP Carif-Oref Hauts-de-France, branches et organisations professionnelles, OPCO, acteurs de l'accueil, de l'information et de l'orientation

CONTEXTE/CONSTATS

Face à la multitude d'outils et d'information mis à leur disposition, les acteurs du champ de l'orientation tout au long de la vie peuvent se trouver en difficulté lors de l'accompagnement des publics dans leur démarche d'orientation. Pour répondre à l'engagement de placer chaque individu au centre de son parcours d'orientation, il apparaît indispensable pour les partenaires institutionnels de concourir au développement des compétences des acteurs concernés.



OBJECTIFS OPÉRATIONNELS

- Accompagner les acteurs de l'orientation dans le cadre de cycles de professionnalisation dédiés, coconstruits selon les priorités du CPRDFOP et faciliter la coopération interinstitutionnelle
- Permettre aux conseillers emploi-formation et acteurs de l'AIO de mieux connaître les secteurs, les métiers et les formations
- Susciter et soutenir des parcours de formation innovants pédagogiques et professionnels, mêlant la formation initiale, la formation continue, le monde de l'entreprise et la recherche
- Assurer une professionnalisation croisée des acteurs agissant sur les champs de l'information, l'orientation, l'accompagnement, l'insertion et la prescription

Ambition stratégique 3

ENGAGEMENT N° 3.5

MISE EN OEUVRE DE L'ENGAGEMENT

- Construire collectivement et mettre en œuvre les axes communs d'un plan de formation régional partagé des acteurs de l'orientation dans le cadre de cycles de professionnalisation dédiés et un atelier permanent d'échanges de pratiques favorisant la réflexion et la coopération des acteurs en y associant les représentants du monde économique
- Renforcer la participation des représentants du monde économique et associatif dans l'élaboration des actions de formation des acteurs de l'orientation
- Favoriser, auprès de l'ensemble des acteurs de l'orientation, une meilleure connaissance du monde économique
- Favoriser l'utilisation des Mooc d'orientation qui permettent une construction du parcours de formation en autonomie et au rythme de chacun, Créer un espace d'échanges et de partage autour des expérimentations et des innovations
- Susciter et soutenir des parcours de formation innovants, pédagogiques et professionnels, mêlant la formation initiale, la formation continue, le monde de l'entreprise et la recherche
- Assurer une professionnalisation des acteurs dans le cadre notamment de l'animation territoriale du SPRO

INDICATEURS DE SUIVI

- Liste des axes communs du plan de formation régional partagé à destination des acteurs de l'orientation
- Création d'un atelier permanent d'échanges de pratiques et mesure de la satisfaction des participants
- La mise à disposition d'un espace d'échanges et de partages autour des expérimentations et des innovations
- Nombre de représentants du monde économique participant aux ateliers et mesure de la satisfaction des participants
- Nombre d'inscrits/stagiaires allant au terme aux MOOC d'orientation
- Nombre de parcours de formation innovants et/ou mixant les profils différents



Ambition stratégique 3

FICHES PRIORITÉS SECTORIELLES

Associées pour la première fois à la phase d'élaboration du CPRDFOP, les branches et organisations professionnelles ont pu exprimer les besoins évolutifs des secteurs, en lien avec leurs actualités et les grandes tendances qui se dessinent, dans un paysage économique, écologique, énergétique et numérique en pleine mutation.

La prise en compte et l'inscription dans le contrat de leurs problématiques et priorités offrent un ancrage davantage pragmatique aux ambitions et engagements concertés qui fondent la stratégie régionale en matière de formation et d'orientation professionnelle, pour les six années à venir.

Aussi, les principaux projets portés par les branches et organisations professionnelles, dans un cadre partenarial, pour l'année 2023, sont rattachés à chacune des ambitions stratégiques sous la forme de « fiches priorités sectorielles ». Celles-ci peuvent concerner un ou plusieurs secteurs, s'appliquent sur le périmètre régional ou ciblent un/des territoire(s) précis, et définissent des plans d'action résolument opérationnels associés à des indicateurs de suivi.

Chaque année, ces fiches pourront être révisées, amendées, complétées, permettant ainsi une réponse réactive aux évolutions à court terme des besoins.



Ambition stratégique 3

PRIORITÉ SECTORIELLE N° S 3.1

Favoriser la sensibilisation des collégiens et élèves du secondaire aux métiers du bâtiment et de la construction durable



Publics cibles

Collégiens, lycéens, étudiants du supérieur



Territoires

Hauts-de-France



Secteurs concernés

Bâtiment - construction durable - urbanisme



Mise en oeuvre de l'action

2023

2024

2025

2026

2027

2028

Pilote(s) : FFB/CAPEB/FIBOIS Hauts-de-France/FRTP

Partenaires associés (structures et services concernés) : Région académique : DRAIO, DRAFPIC, IA, Région – Proch'Orientation



SITUATION DE DÉPART / CONSTAT / PROBLÉMATIQUE (y compris nouveau texte législatif)

L'un des enjeux majeurs et prioritaires en matière d'attractivité des secteurs et des métiers reste la sensibilisation des collégiens. S'il s'agit de les informer pour susciter des vocations et guider les choix d'orientation, il n'existe à ce jour aucune stratégie commune « inter bâtiment ». Les enjeux économiques et écologiques régionaux nécessitent un message clair et unifié sur le bâtiment de demain et les compétences qui devront émerger pour lui donner forme. En outre, les expériences menées par Fibois Hauts-de-France ont démontré une sensibilité accrue des plus jeunes au message quand celui-ci est délivré par des apprenants ou des étudiants, le phénomène d'identification étant plus aisé qu'avec un témoignage de professionnel.

OBJECTIFS OPÉRATIONNELS

- Recenser, pour chaque acteur, les actions qui se sont révélées les plus efficaces
- Poursuivre les actions à destination des élèves du secondaire (collèges, lycées)
- Définir une stratégie de communication unifiée sur les métiers du bâtiment et de la construction durable
- Favoriser les échanges entre apprenants de tous niveaux (« les jeunes parlent aux jeunes »)

Ambition stratégique 3

PRIORITÉ SECTORIELLE N° S 3.1

PLAN D' ACTIONS

Actions	Résultats attendus	Livrables et indicateurs	Calendrier
Recensement des actions	Retours d'expériences et formalisation de bonnes pratiques	Événement inter bâtiment fin 2023, avec une stratégie de communication commune Nombre d'actions, d'exposants, de participants, liste des propositions issues des retours d'expérience menés sur le domaine du BTP	2023
Interventions en collège	Présentation des métiers du bâtiment et de la construction durable en fonction d'un programme déterminé et ayant fait l'objet d'une concertation « inter-bâtiment »	Stratégie de communication ciblée et unifiée Nombre et type (nombre de classes, collège/lycée) d'interventions Recueil commun des résultats	2023-2028
Créer un « Proch'Orientation apprenants »	Mobiliser des apprenants de lycées professionnels ou des étudiants pour des témoignages auprès des collégiens et valoriser leur engagement	Actions d'« orientation dating » Nombre et type de témoignages	2024

Projet transversal en concertation inter-bâtiment :

Créer action et supports puis initier les équipes pédagogiques pour une sensibilisation à caractère ludique dès la primaire (CM1-CM2). Exemple : « Dessine-moi une ville » : cartographie des métiers de l'urbanisme et de la construction + concept de « citoyen bâtisseur » (animation interactive jouant sur les leviers motivationnels des élèves)

Ambition stratégique 3

PRIORITÉ SECTORIELLE N° S 3.2

Sensibiliser les élèves ingénieurs sur les passerelles ou spécialisations possibles pour répondre aux besoins des entreprises



Publics cibles

Étudiants du supérieur



Secteurs concernés

Bâtiment et Travaux Publics - construction durable - urbanisme



Territoires

Hauts-de-France



Mise en oeuvre de l'action

2023

2024

2025

2026

2027

2028

Pilote(s) : FFB/CAPEB/FIBOIS Hauts-de-France/FRTP

Partenaires associés (structures et services concernés) : Région académique : DRAIO, DRAFPIC, IA

SITUATION DE DÉPART / CONSTAT / PROBLÉMATIQUE (y compris nouveau texte législatif)

Les étudiants du supérieur, futurs ingénieurs en bâtiment, sont demandeurs d'informations sur les passerelles possibles entre leur formation et une spécialisation en construction durable (ex : sollicitation de Fibois Hauts-de-France par Junia HEI). Parallèlement, les difficultés de recrutement sont réelles sur le personnel très qualifié. L'objectif est donc de répondre aux besoins des entreprises en sensibilisant les ingénieurs sur les passerelles ou spécialisation possibles.



OBJECTIFS OPÉRATIONNELS

- Recenser, pour chaque acteur, les actions qui se sont révélées les plus efficaces
- Identifier les formations du supérieur pouvant ouvrir sur des spécialisations en adéquation avec les besoins en Hauts-de-France (massification rénovation énergétique, industrialisation, développement de l'usage du bois et des éco-matériaux...)
- Tenue d'un stand « inter bâtiment » sur le Salon de l'Étudiant (LGP)

Ambition stratégique 3

PRIORITÉ SECTORIELLE N° S 3.2

PLAN D' ACTIONS

Actions	Résultats attendus	Livrables et indicateurs	Calendrier
Définir les besoins en recrutement	Etude fine des besoins en recrutement des entreprises en personnel très qualifiés ou spécialisés	Etude CERC / AFPA / BMO PE	2023-2024
Recenser les actions, les réussites	Retours d'expériences et formalisation de bonnes pratiques	Evénement inter bâtiment fin 2023, avec une stratégie de communication commune et une offre claire Rapport de retours d'expérience qui les caractérisent assorties des bonnes pratiques formalisées	2023
Organiser des interventions dans l'enseignement supérieur	Ouvrir des perspectives de spécialisations en cohérence avec les enjeux économiques et écologiques en Hauts-de-France	Définition d'une stratégie de communication ciblée et unifiée + Participation inter-bâtiment aux forums emblématiques- Liste des établissements concernés Nombre de contacts sur le stand « inter bâtiment » du Salon de l'Etudiant LGP	2024

Ambition stratégique 3

PRIORITÉ SECTORIELLE N° S 3.3

Améliorer la notoriété du secteur des industries graphiques



Publics cibles

- Demandeurs d'emplois
- Salariés en reconversion professionnelle
- Collégiens, lycéens, étudiants
- Conseillers des structures « prescriptrices »



Secteurs concernés

- Imprimerie
- Communication graphique



Territoires

Hauts-de-France



Mise en oeuvre de l'action

2023

2024

2025

2026

2027

2028

Pilote(s) : **UNIIC Hauts de France – Marne - Ardennes**

Partenaires associés (structures et services concernés) : AMIGRAF, Proch'Orientation, Pôle emploi et Maisons de l'Emploi

SITUATION DE DÉPART / CONSTAT / PROBLÉMATIQUE (y compris nouveau texte législatif)

Les entreprises du secteur des Industries de l'Impression et de la Communication ont de plus en plus de difficultés à recruter des personnels de production. Plusieurs éléments contribuent à cet état de fait :

- On constate que les freins au recrutement sont liés au déficit d'image du secteur, à la méconnaissance des métiers et à la faible attractivité des secteurs industriels en général
- On remarque la faible motivation des candidats à intégrer puis à rester sur des postes de production, vraisemblablement dû à l'exigence des postes et à leurs spécificités (travail en 3/8, nécessité d'être mobiles, etc.)
- On assiste dans le secteur de l'imprimerie et des industries graphiques à des licenciements liés à la conjoncture économique et sanitaire, qui entraînent une perte sèche de compétences pour le secteur avec des personnels qui quittent définitivement le secteur
- On constate un manque d'information auprès des autres branches professionnelles dites industrielles pour expliquer les passerelles possibles dans le cas de reconversions professionnelles

Ambition stratégique 3

PRIORITÉ SECTORIELLE N° S 3.3

OBJECTIFS OPÉRATIONNELS

Avec Proch'Orientation (PO) :

- Renforcer la communication institutionnelle auprès du grand public : démystifier les idées reçues (pollution, déchets, soucis environnementaux, filière en déclin, métiers peu valorisants, etc). Mise en évidence des évolutions de postes possibles, des métiers polyvalents, de l'évolution des compétences. Cela passera par une communication via les réseaux sociaux et des campagnes publicitaires
- Visites d'entreprises du secteur aux publics cibles : visite des installations, témoignages de personnes en postes, identification des métiers possibles (production et services supports), identification des évolutions possibles à courts et moyens termes, valorisation de la convention collective des Imprimeries de Labeurs. Ces visites s'organiseront en concertation avec les prescripteurs en privilégiant la proximité (pour pallier les soucis de mobilité des candidats)
- Mise en place d'immersions en entreprise (« Vie ma vie ») : mises en situations pratiques sur des durées courtes, accompagnement par un salarié en place, en appui des dispositifs existants
- Renforcement des actions des Ambassadeurs « Métiers » au sein des collèges, lycées, facultés, afin d'informer sur la réalité de nos métiers et des formations possibles à courts et moyens termes

Avec essentiellement Pôle emploi et les Maisons de l'Emploi :

- Information et formation des conseillers (prescripteurs) : accueil au sein des entreprises (ou au sein du centre de Référence AMIGRAF en Hauts-de-France) afin de montrer la réalité des métiers ainsi que les attendus en terme de connaissances et de compétences. Organisation de webinaires réguliers pour informer des besoins des entreprises en matière d'embauche ou de formation (liste des entreprises cherchant à embaucher, type de postes, possibilité ou non de formation en amont, identification des compétences et connaissances attendues)

PLAN D' ACTIONS

Actions	Résultats attendus	Livrables et indicateurs	Calendrier
Présence sur les réseaux sociaux	Augmentation de la visibilité de la branche et du secteur de l'Industrie, auprès du grand public	Site Internet et page entreprise sur les réseaux sociaux Indicateurs : nombre de visiteurs, nombre d'abonnés sur les réseaux sociaux de la branche industrie graphique	1 ^{er} trimestre 2023
Visites d'entreprises	Meilleur image de la branche, de l'industrie et des activités	Visites entreprises Indicateurs : nombre d'inscrits, nombre de présents aux visites d'entreprises de la branche industrie graphique ; taux de satisfaction des inscrits	Toute l'année 2023

Ambition stratégique 3

PRIORITÉ SECTORIELLE N° S 3.3

Actions	Résultats attendus	Livrables et indicateurs	Calendrier
Immersion en entreprise	Meilleure compréhension des métiers de l'imprimerie et plus globalement de l'industrie	Immersion Indicateurs : nombre d'inscrits aux immersions, nombre de présents ; taux de satisfaction des participants et nombre d'entreprises de la branche accueillantes	1 ^{er} trimestre 2023
Ambassadeurs « Métiers »	Informier sur la réalité de nos métiers	Rencontres avec des collégiens et des lycéens Indicateurs : nombre de rencontres, de jeunes présents et d'ambassadeurs mobilisés ; taux de satisfaction	Toute l'année 2023
Information et formation des prescripteurs – Mise en place d'ateliers	Meilleure connaissance des métiers de l'imprimerie et plus globalement de l'industrie	Ateliers pratiques Indicateurs : nombre de professionnels de l'AIO inscrits aux ateliers, nombre de présents ; taux de satisfaction des présents	1 ^{er} trimestre 2023

Ambition stratégique 3

PRIORITÉ SECTORIELLE N° S 3.4

Mettre en place un parcours découverte des métiers des hôtels, cafés, restaurants (HCR)



Publics cibles

Demandeurs d'emploi de longue durée, bénéficiaires RSA, jeunes décrocheurs, publics issus des QPV, personnes en reconversion



Secteurs concernés

- Hôtellerie
- Restauration
- Tourisme



Territoires

Dunkerque, Calais, Boulogne-sur-Mer, Montreuil, Lens, Lille, Roubaix-Tourcoing, Valenciennes, Abbeville, Amiens, Saint-Quentin, Beauvais, Senlis



Mise en oeuvre de l'action

2023

2024

2025

2026

2027

2028

Pilote(s) : **UMIH Hauts-de-France**

Partenaires associés (structures et services concernés) : Chambre des Métiers et de l'Artisanat Hauts-de-France, La Ligue de l'Enseignement, Chambre de Commerces et d'industries, Fédération des Entreprises d'Insertion, CMQ tourisme et innovation

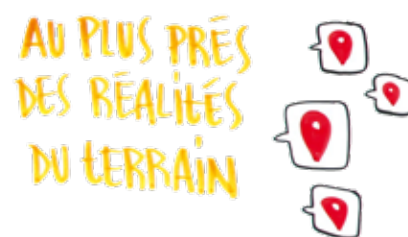
SITUATION DE DÉPART / CONSTAT / PROBLÉMATIQUE (y compris nouveau texte législatif)

Les filières hôtellerie restauration, très impactées par la crise sanitaire, ont subi une vague importante de départs de personnel au sein de leurs entreprises courant de l'année 2021, début de l'année 2022.

En effet, pour 2022, l'Union des Métiers de l'Industrie Hôtelière (UMIH) comptabilise 16 850 projets de recrutement sur la Région Hauts-de-France (source Pôle emploi).

Or la Covid-19 et ses impacts ont engendré une accélération des attendus d'une génération qui veut être reconnue et travailler autrement : selon l'étude GIRA Conseil, la pénurie de main d'œuvre s'aggrave depuis la sortie de crise sanitaire en mai 2021 avec 40 %, du personnel de salle principalement, qui n'a pas souhaité revenir de son chômage partiel, le plus souvent pour avoir une meilleure qualité de vie aussi bien dans l'entreprise que dans leur cercle familial.

De surcroît, on notera que deux jeunes sur trois qui sortent des écoles hôtelières abandonnent le terrain dans les trois ans ; en 2021 et 2022 la profession et particulièrement la restauration tourne à 78% de turn over.



Ambition stratégique 3

PRIORITÉ SECTORIELLE N° S 3.4

OBJECTIFS OPÉRATIONNELS

- Proposer aux publics cibles d'intégrer un parcours découverte métier afin de travailler sur la consolidation de leur projet professionnel
- Lever les freins de retour à l'emploi en travaillant sur la mobilité, les conditions de travail (horaires, temps de travail, rémunération), garde d'enfants, posture professionnelle, perception des métiers du HCR
- Travailler sur la citoyenneté afin de valoriser la dynamique dans laquelle les publics se lancent et identifier les atouts comportementaux sur lesquels s'appuyer dans le monde professionnel mais également identifier les axes de progression afin d'assurer une prise de conscience et favoriser une évolution des mentalités
- Couvrir 13 territoires en région Hauts-de-France afin de répondre aux besoins des entreprises
- Préparer la sortie du parcours à travers une solution adaptée et personnalisée : CDD, CDI, Alternance
- Intégrer au dispositif 1 000 personnes sur 24 mois

PLAN D' ACTIONS

Actions	Résultats attendus	Livrables et indicateurs	Calendrier
Mobiliser les prescripteurs pour orienter les publics sur chaque territoire concerné : <ul style="list-style-type: none">• Pôle emploi• Proch'Orientation• AREFIE• SIAE• CCAS	Orientation des publics cibles vers le parcours découverte métier HCR Mobiliser les Réseaux de la Ligue de l'enseignement (UFOLEP, Fédérations associatives, etc..) Mobiliser le réseau des Missions locales Mobiliser les SIAE en partenariat avec la DREETS Mobiliser les réseaux CMA Hauts-de-France	Nombre de candidats ayant intégré le parcours découverte métier HCR par zone géographique pour les 13 zones visées et origine de la « prescription »	Janvier 2023 - mars 2023 : action coup de poing sur l'ensemble des territoires pour impulser la démarche et sensibiliser les prescripteurs. Actions mensuelles récurrentes durant la période 2023 - 2024 sauf juillet et août

Ambition stratégique 3

PRIORITÉ SECTORIELLE N° S 3.4

Actions	Résultats attendus	Livrables et indicateurs	Calendrier
Mobiliser les partenaires formation, avec l'appui des centres CMA Hauts-de-France et CCI Hauts-de-France ainsi que du CMQTI, pour accueillir les candidats au sein des plateaux techniques et des centres de formation	Accueillir les publics dans des lieux adaptés, sécurisés et permettant une mise en œuvre du parcours optimale	Listing des lieux d'accueil et nombre de personnes accueillies par territoire pour les 13 zones visées	Janvier - mars 2023 Action coup de poing sur l'ensemble des territoires pour impulser la démarche et sensibiliser les partenaires formation.
Mobiliser les entreprises du HCR sur chaque territoire concerné	Favoriser une découverte des établissements et des conditions de travail Optimiser les échanges avec les employeurs Travailler sur l'attractivité des métiers	Listing des entreprises accueillantes du HCR et nombre de stagiaires accueillis Retours des stagiaires sur leurs rencontres avec ces professionnels du HCR	Janvier - mars 2023 Action coup de poing sur l'ensemble des territoires pour impulser la démarche et sensibiliser les entreprises. Actions récurrentes sur les territoires dans l'optique d'intégration au sein du GEIQ Hôtellerie Restauration Tourisme Actions mensuelles programmées par les UMIH Départementales ou Sectorielles pour faire savoir et flécher les entreprises vers ce dispositif.
Intégration dans la suite du parcours avec une solution personnalisée	CDD CDI Alternance	Nombre et types de contrats de travail signés Taux de maintien à l'emploi à 3 et 6 mois	Janvier 2023 à décembre 2024

Ambition stratégique 3

PRIORITÉ SECTORIELLE N° S 3.5

Expérimenter de nouvelles approches pour l'attractivité des métiers dans le cadre d'une stratégie coordonnée France Industrie HDF



Publics cibles

Tous publics



Territoires

Hauts-de-France



Secteurs concernés

- Industries mécanique, métallurgique, filière automobile, filière ferroviaire et filière aéronautique, (maintenance des matériels)
- Chimie, plasturgie, textile et habillement, carrières et matériaux, recyclage industriel et filière bois
- Agro-alimentaire



Mise en oeuvre de l'action

2023

2024

2025

2026

2027

2028

Pilote(s) : **France Industrie HDF**

Partenaires associés (structures et services concernés) :

AGRO-SPHERES, AIF, ARIA, FEDEREC recyclage, FIBOIS, FRANCE CHIMIE, POLYVIA, UIMM, U ITH, SDLM, UNICEM

Conseil Régional Hauts-de-France, État, Région académique, MEDEF, AGEFIPH, OPCO, Pôle emploi, CCI HDF, CMQ

SITUATION DE DÉPART / CONSTAT / PROBLÉMATIQUE (y compris nouveau texte législatif)

Toutes les branches et filières sont exposées à une insuffisance de compétences disponibles et qualifiées et à une faible attractivité, ce qui constitue un frein au développement des entreprises alors même que les enjeux de réindustrialisation sont plus que jamais cruciaux.

Depuis deux ans, les branches et filières représentatives de l'industrie régionale échangent et collaborent au sein de France Industrie Hauts-de-France. Ces acteurs ont cette même volonté de synergie, en privilégiant les approches interindustrielles lorsque cela est possible.

S'agissant, par exemple, des enjeux d'attractivité, d'emploi et de formation, largement partagés par toutes les Branches industrielles, la définition de plans stratégiques et plans d'actions conjoints doit être privilégiée, pour gagner en visibilité, lisibilité, efficacité.



Ambition stratégique 3

PRIORITÉ SECTORIELLE N° S 3.5

Le cadre constitué par **France Industrie Hauts-de-France** est adopté à l'unanimité (comité de pilotage du 13/09/2022) pour incarner cette concertation interindustrielle.

A noter que ce nouveau mode d'organisation n'empêche pas la construction de projets dédiés et spécifiques à chaque branche/ filière, ni l'ajout de filière(s) émergente(s) en lien avec la transition énergétique.

Le premier plan stratégique commun concernera l'attractivité des métiers et des secteurs.

OBJECTIFS OPÉRATIONNELS

- (Re) valoriser l'image, réelle ou perçue, de l'industrie, des métiers industriels et des cursus de formation
- Permettre aux prescripteurs formation et emploi (enseignants, ambassadeurs, tuteurs, parents, médias...) qui influencent l'orientation des publics de disposer d'une connaissance actualisée des métiers et du fonctionnement d'une entreprise
- Permettre, plus largement, à tous les publics (notamment les femmes, les jeunes ou demandeurs d'emploi) de s'orienter vers un métier, en pleine connaissance des enjeux et perspectives

PLAN D' ACTIONS

Actions	Résultats attendus	Livrables et indicateurs	Calendrier
Structurer un pilotage coordonné en interindustries et définir une stratégie pour répondre aux enjeux « attractivité-formation-emploi » dans le cadre de France Industrie HDF	Définition de l'organisation et feuille de route stratégique des priorités Focus attractivité	Production d'une feuille de route avec la définition collective d'indicateurs d'avancement des projets, de performance des actions Nombre de branches professionnelles présentes dans le tour de table pour structurer le pilotage inter industrie	Janvier-avril 2023
Créer et pérenniser des lieux démonstrateurs évolutifs (territorialisés, mobiles et virtuels) pour accompagner notamment l'émergence de nouvelles filières stratégiques et les transitions écologiques et énergétiques	Immersion expérientielle des participants Fabrique 4.0 Développement actions multiples pour les batteries : Usine Ecole des mobilités Ecole du recyclage, Jumeaux numériques... Autres actions à valoriser : cf fiches complémentaires Industries de la transformation et agroalimentaire	Nombre de lieux de démonstrateurs évolutifs créés pour accompagner notamment l'émergence de nouvelles filières Nombre et type de manifestations organisées Nombre de participants concernés en fonction d'une typologie de public	Tout au long de l'année Janvier 2023 Janvier 2023

Ambition stratégique 3

PRIORITÉ SECTORIELLE N° S 3.5

Actions	Résultats attendus	Livrables et indicateurs	Calendrier
Professionnaliser les visites d'entreprises en qualifiant les rencontres	Optimisation de l'ouverture des entreprises / rencontres des différents publics	Nombre d'entreprises et d'ambassadeurs Nombre de lycéens, de demandeurs d'emplois, de bénéficiaires du RSA, Nombre de prescripteurs et enseignants impliqués	Juin 2023 impératif pour respect du calendrier organisation semaine de l'industrie
Utiliser les réseaux sociaux virtuels d'influenceurs pour communiquer et attirer les publics et les talents vers les métiers et les formations (Tik Tok, Instagram...) Notamment pour une organisation concertée de la semaine de l'industrie	Augmenter significativement l'impact de la communication : Sortir des seuls canaux industriels pour s'adresser via le marketing digital à des publics cibles en tenant compte de leurs centres d'intérêt	Nombre d'événements organisés sur les réseaux sociaux virtuels d'influenceurs et dans le cadre de la Semaine de l'Industrie Evolution du nombre de participants aux opérations attractivité Nombre de vues/consultations Mesure annuelle sur un échantillon significatif de la perception de l'industrie avec attention particulière pour le public féminin	Mai 2023
Participer à une étude d'opportunité concernant la création d'un « Jobland », lieu d'attraction et de démonstration des métiers	Prospection européenne/ voyage d'étude	Rédaction d'une note d'opportunité et nombre de participants à l'étude d'opportunité	Décembre 2023

Ambition stratégique 3

PRIORITÉ SECTORIELLE N° S 3.6

Valoriser les métiers du transport voyageurs et scolaires



Publics cibles

Demandeurs d'emploi, les personnes en recherche d'une reconversion, les publics RSA, lycéens, apprentis, étudiants, le grand public



Territoires

Hauts-de-France



Secteurs concernés

Transport voyageurs, scolaires et interurbains



Mise en oeuvre de l'action

2023

2024

2025

2026

2027

2028

Pilote(s) : **Région (Directions Transports et Formation professionnelle)**

Partenaires associés (structures et services concernés) : AFT, FNTV, Pôle emploi, les Départements, OPCO Mobilités, Région : Proch'Orientation, Proch'Emploi

SITUATION DE DÉPART / CONSTAT / PROBLÉMATIQUE (y compris nouveau texte législatif)

Les entreprises de transport expriment un besoin crucial de recrutement de conducteurs de transport scolaire et interurbain sur l'ensemble des territoires de la Région Hauts-de-France. Avec la crise sanitaire, cette pénurie de main d'œuvre s'est accentuée en entraînant un ralentissement des recrutements du transport scolaire et interurbain. Sans travail, de nombreux conducteurs d'autocars ont pris des décisions : devenir conducteurs poids lourds, changer de métier ou partir à la retraite. Le nombre de conducteurs a donc encore baissé ; ce qui inquiète de nombreux dirigeants de société de transport.



OBJECTIFS OPÉRATIONNELS

- Agir pour pallier aux difficultés de recrutement des conducteurs dans les entreprises de transport en lien avec la compétence transport urbain et scolaire de la Région
- Faciliter l'offre de formation dans les territoires ruraux ou « zones blanches »
- Promouvoir et valoriser le métier auprès d'un public non averti
- Innover avec d'autres secteurs d'activité en créant un projet de « mix » métiers
- Sensibiliser les délégataires sur l'évolution managériale interne des valeurs transmises, des conditions de travail pour pérenniser les collaborateurs dans les entreprises

Ambition stratégique 3

PRIORITÉ SECTORIELLE N° S 3.6

PLAN D' ACTIONS

Actions	Résultats attendus	Livrables et indicateurs	Calendrier
Plan de communication grand public et public cible	Répondre à la pénurie de main d'œuvre	Bilan des opérations menées dans le transport, dans le cadre du plan de communication grand public et public cible chaque année (2023 jusqu'en 2028) Nombre d'actions de communication auprès de chaque public Nombre de formations mises en place/ nombre de formés dans les territoires ruraux ou zones blanches dans le transport	2023-2028
Action expérimentale en faveur du mix-métier	Niveau de réussite de l'opération pour décliner le concept sur d'autres secteurs d'activité	Bilan de l'opération expérimentale en faveur du mix-métier en fin d'exercice Nombre de bénéficiaires du mix-métier dans le cadre de l'action expérimentale	2023-2024

Ambition stratégique 3

PRIORITÉ SECTORIELLE N° S 3.7

Engager les entreprises dans la promotion des métiers du transport et de la logistique



Publics cibles

Représentants d'entreprises du transport et de la logistique, acteurs de l'emploi, publics demandeurs d'emploi, publics en construction de projet professionnel



Territoires

Hauts-de-France



Secteurs concernés

- Transport
- Logistique



Mise en oeuvre de l'action

2023

2024

2025

2026

2027

2028

Pilote(s) : **AFT**

Partenaires associés (structures et services concernés) : Région (DFP, Proch'emploi, Proch'orientation), Pôle emploi, Organisations professionnelles, CMQ TLS, Euralogistic, DREETS, CARSAT, AGEFIPH

SITUATION DE DÉPART / CONSTAT / PROBLÉMATIQUE (y compris nouveau texte législatif)

La Branche, au côté des acteurs publics, a développé une démarche aujourd'hui éprouvée et reconnue permettant de structurer l'engagement de l'entreprise sur la réalisation d'un diagnostic et d'un plan d'actions portant sur 3 axes :

- Faire découvrir les métiers du secteur
- Avoir de bonnes pratiques de recrutement
- Accompagner et valoriser ses salariés

L'entreprise doit réaliser un bilan annuel de suivi de son plan d'actions. Un comité de suivi opérationnel est mis en place afin de suivre les engagements des entreprises.

Sur la phase 2022-2028, il s'agit d'aller plus loin en capitalisant sur les actions mises en œuvre.

Par ailleurs, lancée officiellement en février 2019, la charte ambassadeur de l'emploi du transport et de la logistique agit comme un véritable catalyseur d'actions entre l'offre des acteurs de l'emploi et la volonté des entreprises d'être actrices de leur territoire.

Cette bonne pratique est aujourd'hui reprise au niveau national et se poursuit également à notre niveau régional.

Il s'agit de réimpulser la dynamique et de faciliter, à travers un club des ambassadeurs, des échanges interentreprises afin de favoriser l'essaimage des actions vertueuses pour notre territoire.

AMPLIFIER LES COOPÉRATIONS
ENTRE LE MONDE ÉCONOMIQUE &
LES ACTEURS DE LA FORMATION
ET DE L'ORIENTATION

Ambition stratégique 3

PRIORITÉ SECTORIELLE N° S 3.7

OBJECTIFS OPÉRATIONNELS

- Animer un événement régional annuel majeur de promotion des métiers du transport et la logistique
- Rassembler les acteurs de l'emploi et de la profession et les concerter pour échanger sur les problématiques et co-construire les réponses
- Permettre aux publics de découvrir les métiers et d'être mis en relation avec les entreprises qui recrutent
- Capitaliser les enseignements afin de la réitérer à la même période chaque année
- Déployer la Charte Ambassadeur de l'emploi du transport et la logistique
- Développer un club des ambassadeurs
- Engager de nouvelles entreprises dans la démarche

PLAN D' ACTIONS

Actions	Résultats attendus	Livrables et indicateurs	Calendrier
Organiser un événement régional annuel majeur de promotion des métiers du transport et la logistique	Un triptyque lors de cette journée Un jobdating ouvert à 20 entreprises, une focale particulière sera faite auprès des entreprises de transport scolaire étant donné la pénurie particulièrement aggravée dans ce secteur. Découverte des métiers pour 5 OF Un espace débat avec une ou deux tables rondes	Tenue de l'évènement Nombre de participants à l'évènement régional annuel de promotion des métiers du transport et la logistique Nombre de personnes contactées ou de contacts réseaux sociaux/ nb d'entreprises contactées et présentes pour l'organisation de l'évènement Satisfaction des entreprises ayant participé à l'évènement	Mars 2023
Mobiliser les acteurs et construire l'évènement	Engagement et positionnement des parties prenantes	Programme de la journée Identification des rôles des partenaires	Septembre/ novembre 2022
Organiser le Jobdating	Sourcing Job Dating public, Inscription des entreprises	Nombre de Demandeurs d'emploi sourcés et positionnés sur le jobdating Nombre d'entreprises associées pour le jobdating Nombre de recrutements à l'issue du jobdating	Novembre 2022/ janvier 2023

Ambition stratégique 3

PRIORITÉ SECTORIELLE N° S 3.7

Actions	Résultats attendus	Livrables et indicateurs	Calendrier
Organiser la Découverte des métiers	Identification des groupes pour la découverte des métiers	Nombre de bénéficiaires de l'opération Découverte des métiers	Novembre 2022 / janvier 2023
Organisation la conférence	Constructions des tables rondes, invitation des entreprises et des partenaires de l'emploi	Nombre de personnes assistant à la conférence	Novembre 2022 / janvier 2023
Déployer la démarche Charte Ambassadeur de l'emploi du transport et de la logistique			
Créer un Club ambassadeurs	Mis en place du club ambassadeur	Nombre d'ambassadeurs Nombre de réunions du club et nombre de participants aux réunions du club	Mars 2023
Obtenir l'engagement de nouvelles entreprises	Engagement d'une douzaine d'entreprises chaque année	Nombre de chartes ambassadeurs signées, suivi quantitatif et qualitatif des actions réalisées par chaque entreprise dans les bilans annuels. Analyse globale des actions réalisées	En cours bilan annuel

Ambition stratégique 3

PRIORITÉ SECTORIELLE N° S 3.8

Promouvoir les métiers du bâtiment auprès de différents publics



Publics cibles

Collégiens, demandeurs d'emploi



Territoires

Hauts-de-France



Secteurs concernés

Bâtiment et Travaux Publics



Mise en oeuvre de l'action

2023

2024

2025

2026

2027

2028

Pilote(s) : **CAPEB Hauts-de-France, FFB, FRTP, Constructys**

Partenaires associés (structures et services concernés) : Campus des Métiers BSEI 3.0, Éducation Nationale, Conseil Régional Hauts-de-France (Proch'Emploi), Pôle emploi, Missions Locales, et prescripteurs de l'emploi

SITUATION DE DÉPART / CONSTAT / PROBLÉMATIQUE (y compris nouveau texte législatif)

Les entreprises artisanales du bâtiment rencontrent aujourd'hui de grandes difficultés à recruter du personnel qualifié. On constate également que beaucoup de personnes formées dans le bâtiment sortent rapidement de ce secteur pour en rejoindre un autre (cf études prospectives Emploi Formation CERC HDF). Il subsiste un problème récurrent lié à l'orientation des jeunes qu'il convient de corriger en travaillant la promotion des métiers le plus tôt possible avec des outils adaptés.

La formation des demandeurs d'emploi est un enjeu crucial car elle participe à la formation tout au long de la vie. De nombreux dispositifs existent en la matière : PRF, POEC, POEI... Le sourcing des candidats reste un sujet difficile à appréhender pour les prescripteurs de l'emploi. Il est en effet indispensable de positionner dans les programmes de formation à destination des demandeurs d'emploi des personnes réellement intéressées par les métiers du bâtiment et pleinement conscientes des attendus/contraintes/pré-requis.



Ambition stratégique 3

PRIORITÉ SECTORIELLE N° S 3.8

OBJECTIFS OPÉRATIONNELS

- Promouvoir les métiers du bâtiment avec des outils adaptés
- Associer les artisans du bâtiment afin d'avoir une approche du métier la plus concrète possible
- Favoriser la mixité dans les métiers du bâtiment
- Lutter contre les préjugés s'agissant des métiers du bâtiment
- Mettre en avant les enjeux liés à la transition énergétique et développement durable
- Présenter les métiers du bâtiment auprès des demandeurs l'emploi
- Promouvoir les évolutions possibles dans les métiers du bâtiment

PLAN D' ACTIONS

Actions	Résultats attendus	Livrables et indicateurs	Calendrier
Promotion des métiers au travers d'un véhicule démonstrateur + maquettes montées par les collégiens	Faire découvrir les différents métiers du bâtiment et ses enjeux : donner envie	Bilan qualitatif et quantitatif des opérations de promotion réalisées chaque année au travers d'un véhicule démonstrateur + maquettes (objectif de 50 actions par an)	Action pérenne (pas de limite de temps)
Promouvoir les métiers du bâtiment auprès des demandeurs d'emploi	Améliorer le sourcing des candidats entrant en formation dans le bâtiment	Bilan quantitatif et qualitatif avec l'évolution annuelle du nombre d'entrants en formation dans le bâtiment et leurs caractéristiques	Action pérenne

Ambition stratégique 3

PRIORITÉ SECTORIELLE N° S 3.9

Numériqu'elles 2023 : continuité de l'essaimage territorial



Publics cibles

Scolaires : collégiennes de 3ème et lycéennes de seconde



Secteurs concernés

Numérique



Territoires

Boulogne-sur-Mer, Lens, Lille, Valenciennes, Amiens, Beauvais



Mise en oeuvre de l'action

2023

2024

2025

2026

2027

2028

Pilote(s) : **CORIF**

Partenaires associés (structures et services concernés) : Éducation Nationale, entreprises et centres de formation

SITUATION DE DÉPART / CONSTAT / PROBLÉMATIQUE (y compris nouveau texte législatif)

La Région conduit une feuille de route régionale sur le numérique qui inclut le suivi de la filière, le soutien à la digitalisation des entreprises et le développement du nombre et de la variété des personnes formées au numérique. Les métiers du numérique sont en forte tension et l'accélération de la digitalisation suite à la Covid-19 va renforcer cet enjeu.

Outre l'augmentation du nombre de places en formation, l'enjeu des métiers du numérique est dans leur faible attractivité : ces métiers sont perçus comme geek, réservés aux forts en mathématiques, aux urbains et pour des emplois en start-up, alors que 50% de ces métiers sont dans des entreprises non numériques, mais qui passent au numérique, au sein de tous les territoires, n'étant pas ouvertes qu'aux bac+5, mais aussi aux Bac+3 et aux voies de la formation continue comme de l'alternance. Une des pistes pour augmenter le nombre de personnes intégrées dans les formations aux métiers du numérique est leur féminisation : avec à ce jour 15% de femmes, ce secteur a de fortes marges de progrès.



Ambition stratégique 3

PRIORITÉ SECTORIELLE N° S 3.9

OBJECTIFS OPÉRATIONNELS

Amener des collégiennes de 3ème et lycéennes de seconde, encore en phase de détermination de leur orientation, à découvrir et à s'initier aux différents métiers du numérique et de l'informatique, en leur permettant de rencontrer des femmes travaillant dans ces milieux ainsi que des centres de formation dispensant des formations sur le territoire régional.

- Déconstruire les stéréotypes de genre
- Élargir les horizons de projection d'orientation
- Permettre aux filles d'accéder à des stages ou visites d'entreprise dans l'informatique et numérique

PLAN D' ACTIONS

Actions	Résultats attendus	Livrables et indicateurs	Calendrier
Numérik'elles Amiens Cible : 50 élèves	Meilleure connaissance des métiers Augmentation de la possibilité de décrocher un stage pour les élèves de 3ème, notamment celles de quartiers issus de politique de ville, et pour les lycéennes de décrocher une bourse pour poursuivre leurs études en informatique (Initiative portée par IBM), et des contrats en alternance.	Par action Numérik'elles : <ul style="list-style-type: none">• Nombre de participants effectifs, les profils (collégiens, lycéens, QPV si possible).• Nombre de bourses IBM décrochées• Nombre de contrats en alternance décrochés après chaque évènement numérik'elles	Novembre 2022
Numérik'elles Beauvais Cible : 50 élèves			Novembre 2022
Numérik'elles Lens Cible : 100 élèves			Décembre 2022
Numérik'elles Lille Cible : 100 élèves			Février 2023
Numérik'elles Valenciennes Cible : 100 élèves			Mars 2023
Numérik'elles Boulogne Cible : 70 élèves			Mars 2023

Ambition stratégique 3

PROPOSITIONS INSPIRANTES



Comment attirer les publics et les talents vers les filières, les métiers d'un territoire et les formations qui y conduisent ? (Lille)

- Créer un pass numérique découverte métiers avec l'engagement des entreprises volontaires (toutes tailles et secteurs) et promouvoir les métiers lors d'événements festifs annuels
- Initier un compte personnel d'orientation dès le collège en définissant un cadre opérationnel afin d'associer les parties prenantes entreprises et organismes de formation puis déployer à plus grand échelle
- Deployer la communication via TIK TOK et des réseaux d'influenceurs en co-construisant avec les jeunes afin de se rapprocher des influenceurs pertinents et créer le lien entre les entreprises et les centres de formation

Comment optimiser l'information et l'accompagnement à l'orientation des publics au niveau territorial ? (Béthune)

- Apprendre les publics à s'orienter en intégrant un module de formation des enseignants tout au long de leur carrière, en inscrivant des temps obligatoires dédiés à l'orientation et la connaissance de soi dès le plus jeune âge et en renforçant la synergie entre acteurs par la création de lieux d'échanges
- Disposer d'un espace collaboratif territorial pour lequel il conviendra de construire la méthodologie (boîte à outils, lab...) et d'organiser la 1ère réunion (pilote) de la diversité des acteurs privés-publics
- Développer une plateforme web unique régionale d'information et d'orientation pour TOUS les habitants de la région (de 6 ans jusqu'à la fin de vie) y compris les professionnels, les entreprises, les branches et les organismes de formation. Pour cela, un état des lieux des outils existants et qui fonctionnent sera réalisé, puis un compte personnel d'orientation sera créé pouvant être abondé (prévoir les moyens en conséquence) et un référentiel devra être défini ainsi qu'un cahier des charges.

Ambition stratégique 3

PROPOSITIONS INSPIRANTES

Comment développer des compétences pour savoir s'orienter et choisir son avenir professionnel ? (Saint-Quentin)

- Permettre dès la primaire l'information et la découverte métier par des actions ludiques et dynamisantes, par exemple la création d'outils virtuels, en équipant tous les établissements, en concevant de nouveaux modes d'animation tous intervenants et en créant le cadre de la faisabilité. Créer une carte personnelle de compétences s'inspirant du dossier médical en créant une méthodologie commune puis en engageant la mise en œuvre et le pilotage à la base.
- Impulser des bilans de compétences tout au long de la carrière avec obligation d'information et de mise en œuvre et la possibilité de faire deux bilans dans sa carrière

Ces propositions émanent des réunions territoriales organisées dans les villes d'Amiens, de Béthune, de Compiègne, de Lille et de Saint-Quentin impliquant 550 participants réunis en ateliers facilitant l'intelligence collective (partenaires institutionnels, partenaires économiques et acteurs de la formation et de l'orientation).

Conformément aux engagements pris, ces propositions sont intégrées afin de potentiellement irriguer les trois premières ambitions stratégiques par les expérimentations et les innovations souhaitées.

Ces éléments ne sont pas, à proprement parler, des engagements du CPRDFOP mais constituent des exemples d'initiatives expérimentales qui pourraient être portées par des acteurs territoriaux et/ou sectoriels et potentiellement accompagnés par les acteurs institutionnels dans le cadre de leurs champs d'intervention.