

LA STRATEGIE REGIONALE DE L'ORIENTATION

LES ASSISES DE L'ORIENTATION

➤ 6 rencontres thématiques

- o Le Havre – 28 février – Pour une orientation organisée au plus près des territoires
- o Rouen – 26 mars – Les gestes professionnels au service de l'orientation
- o Evreux – 24 avril – Compétences à s'orienter tout au long de la vie : de qui parle-t-on, ici et ailleurs ?
- o Alençon – 14 mai – Il était une fois le numérique au service de l'orientation
- o Cherbourg – 22 mai – Comment créer de l'ambition, un enjeu fort pour la Normandie ?
- o Caen – 20 juin – réunion conclusive

➤ 1 séminaire avec les acteurs économiques – 1er et 2 mars

➤ 1 questionnaire en ligne à destination du grand public

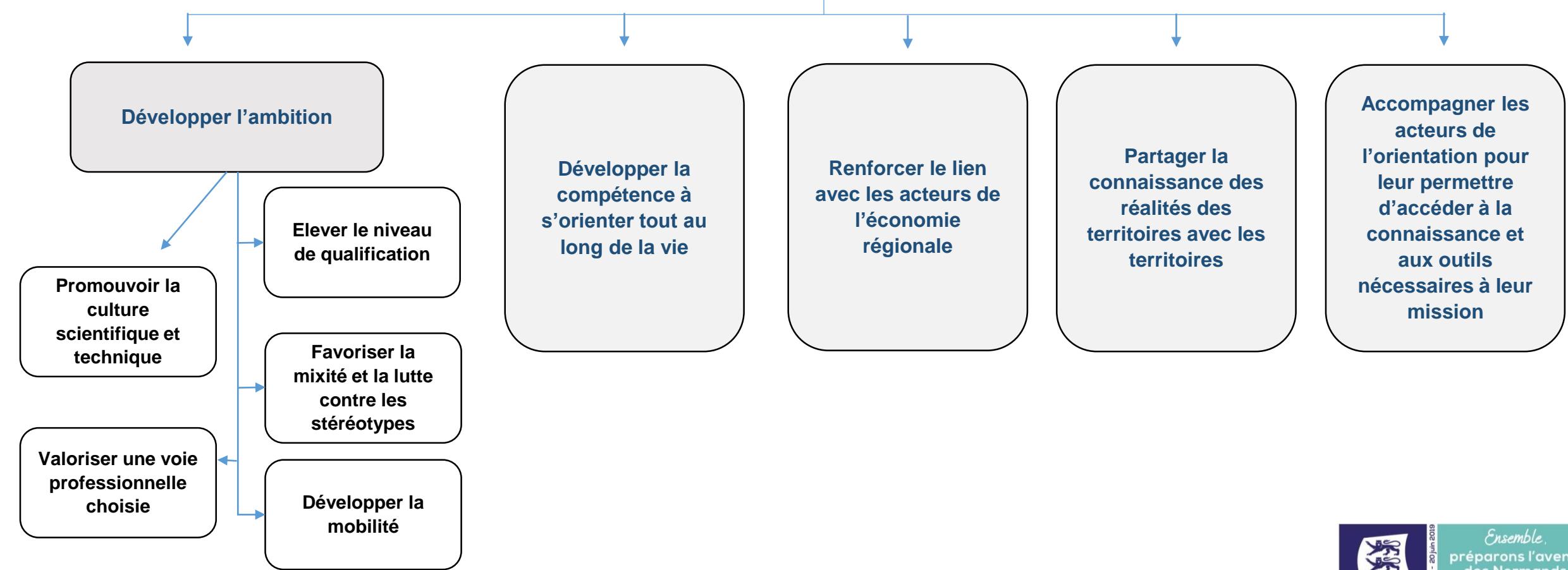
LA STRATEGIE REGIONALE DE L'ORIENTATION

ETAT DES LIEUX

- 400 000 jeunes âgés de 15 à 24 ans : 12% de la population régionale ; 5^{ème} rang national
- Une situation globalement plus défavorable que dans le reste de la France (réussite au bac, accès à l'enseignement supérieur...)
 - Taux de solarisation (56%) plus faible de 4 points
 - Espoir d'obtenir le bac pour un élève de 6ème : 72,9% (81,6% à Rennes)
 - Taux de passage dans l'enseignement supérieur < 2 points au taux national
 - Taux d'illettrisme de 4,1% (moyenne nationale : 3,6%)
 - Taux de chômage des jeunes : 34,9% (taux national : 32,7%)
- La voie professionnelle plébiscitée par les familles, mais sur un nombre de diplômes limité
- Un niveau de qualification global plus faible que dans le reste de la France
 - 34% de la population non scolarisée de plus de 15 ans a peu ou pas de diplôme (30,1% au niveau national)
 - 62% de la population normande a un niveau de formation CAP-BEP ou infra
 - 22% de la population normande est diplômée de l'enseignement supérieur, contre 28,5% de l'ensemble des français.

LA STRATEGIE REGIONALE DE L'ORIENTATION

LES 5 GRANDS PRINCIPES DE LA STRATEGIE





RÉGION
NORMANDIE

LA STRATEGIE REGIONALE DE L'ORIENTATION

LES AXES OPERATIONNELS

1

DEFINIR UNE OFFRE DE SERVICE POUR TOUS LES PUBLICS

- Développer et favoriser les expériences immersives pour tous les publics (stages, accès aux plateaux techniques)
- Proposer un conseil de premier niveau
- Développer le conseil en certifications et VAE
- Accompagner la mobilité

2

INFORMER COMMUNIQUER PROMOUVOIR VALORISER LES METIERS ET LES FORMATIONS

- Un évènement régional
- Des évènements thématiques
- Des évènements territoriaux
- Le salon virtuel « ma seconde orientation »
- Kits métiers
- Culture digitale
- Action mixité

3

ACCOMPAGNER LES ACTEURS DE L'ORIENTATION LES ENSEIGNANTS

- Actions en direction des familles
- Actions en direction des professionnels
- Animation des réseaux d'acteurs

4

RENFORCER LE LIEN ET LA RELATION AUX ACTEURS SOCIO-ECONOMIQUES ET AUX TERRITOIRES

- Créer une charte d'engagement
- Développer un réseau d'ambassadeurs

5

LUTTER CONTRE LE DECROCHAGE SCOLAIRE

- Développer l'animation régionale
- Élargir l'offre de service de remédiation

6

CRÉER UNE AGENCE DE L'ORIENTATION:

- Construire l'agence et organiser sa gouvernance
- Créer une coordination territoriale

LA STRATEGIE REGIONALE DE L'ORIENTATION

CALENDRIER DE REALISATION

- **20 juin** : clôture des assises de l'orientation : présentation de la stratégie
- **14 octobre** : adoption de la stratégie et de la création de l'agence par l'assemblée plénière du Conseil régional
- **1er janvier 2020** : ouverture prévisionnelle de l'agence