

# ÉTUDE SUR L'ORIENTATION JEUNES & PARENTS

MAI 2021

---

# Sommaire

|   |    |
|---|----|
| 1. Contexte et méthodologie                         | 3  |
| 2. Module quantitatif                               | 8  |
| 3. Analyse éditoriale des supports de communication | 37 |
| 4. Bilan de l'étude                                 | 43 |
| 5. Annexes – Exemples de bonnes pratiques           | 49 |

# CONTEXTE ET MÉTHODOLOGIE



# Contexte et objectifs de la mission

## Identifier les canaux de communication vers les jeunes et leurs parents

### Un double objectif :

- Connaître les pratiques des jeunes et de leurs parents en matière de recherche d'information pour l'orientation du projet professionnel.
- Identifier les canaux de communication appropriés selon le public à adresser, avec pour objectif d'améliorer la visibilité des métiers du commerce et leur attractivité auprès des jeunes.

### Des attentes :

- En termes d'âges des jeunes ciblés (15-17 & 18-25) qui répondent à des périodes « charnières » de leur parcours éducatif.
- En termes de canaux d'information mobilisés

### Des réponses de niveaux différents :

- De type qualitatif (mise à jour et compréhension des comportements en présence) & quantitatifs (hiérarchisation et inventaire des sources & canaux)
- D'analyse des dispositifs d'information identifiés & la manière d'y intégrer, de manière adaptée, la promotion des métiers du commerce et la visibilité des différentes branches
- De recommandations pour la promotion des métiers du commerce tant en matière de dispositifs / canaux, que de contenus, d'éléments de langage, etc..



# Methodologie : 3 modules complémentaires



## 1. Module qualitatif

6 entretiens auprès de professionnels de l'orientation :

- Délégué Général de WALT
- Délégué Général de la Fédération de la Vente Directe
- Conseiller d'orientation – SCUIO IUT de Brest
- La responsable « carrière » du Groupe UniLassalle (enseignement supérieur de référence nationale et internationale dans les Sciences de la Terre, du Vivant et de l'Environnement)
- Un conseiller à la vie professionnelle à la Cité des Métiers des Côtes d'Armor
- Responsable pôle alternance au sein de la Direction Offres de Services et Innovations (DOSI) de l'Opcommerce

## 2. Module quantitatif

Etude online réalisée sur Facebook entre le 24 février et le 3 mars 2021 auprès de 400 jeunes (200 lycéens et collégiens + 200 étudiants dans le secteur « Commerce et vente ») et de 200 parents (150 parents de collégiens et lycéens et 50 parents d'étudiants dans le secteur « Commerce et vente »)

## 3. Analyse éditoriale

Liste de 20 supports proposés par Occurrence à l'Observatoire et validé par celui-ci

Grille d'analyse comprenant des indicateurs quantitatifs et qualitatifs permettant de hiérarchiser et analyser les supports étudiés

## Analyse éditoriale : liste des supports analysés

1. ONISEP
2. Studyrama
3. CIDJ
4. SPRO
5. CCI
6. Cité des métiers
7. L'Étudiant
8. Welcome to the Jungle
9. Ton avenir
10. Choisis ton orientation
11. My Job Glasses
12. Job Teaser
13. My Parcours Sup
14. Diplomeo
15. Orientation pour tous
16. Parcours métiers
17. Maintenant j'aime le lundi
18. Les bons profs parents
19. JobIrl
20. Pitango



## \ Analyse éditoriale : méthodologie

Cette analyse documentaire est basée sur l'analyse (objective et subjective) des critères suivants :

\ **Note globale** : synthèse des 4 notes attribuées aux sous-critères (cohérence, pertinence, fluidité, spécificité) permettant de classer les supports par ordre de pertinence vis-à-vis de la problématique de l'étude.

\ **Cohérence des supports** : articulation entre les formats et types de contenus au sein de la sources analysée (renvois, complémentarité...)

\ **Profondeur de l'information** : types de contenus, niveau de détails des divers sujets traités, mise à jour régulière

\ **Fluidité navigation** : accessibilité au contenu sur le site (nombre de clics, visibilité des contenus, arborescence...)

\ **Valorisation commerce, alternance** : mise en avant des contenus taggués alternance et commerce

+ intégration de KPIs quantitatifs : nombre de visites, nombre de pages consultées par visite et durée de la visite.



# MODULE QUANTITATIF

2

**PERCEPTIONS DE LA RECHERCHE  
SUR L'ORIENTATION  
PROFESSIONNELLE**

# Qu'ils soient parents ou enfants, 1 tiers des recherches n'ont pas abouti

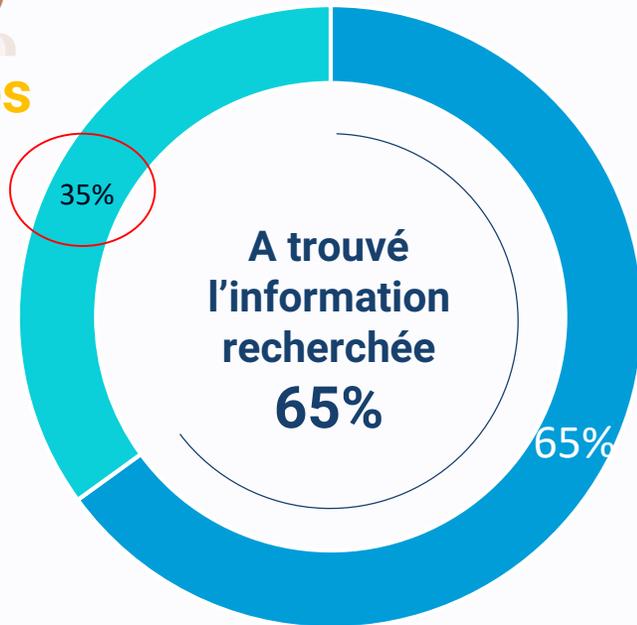
Q8. Aujourd'hui où en êtes-vous concernant votre orientation professionnelle ?

Q10. Aujourd'hui, où en est votre enfant concernant son orientation professionnelle ?

Base répondants : 400 jeunes et 200 parents



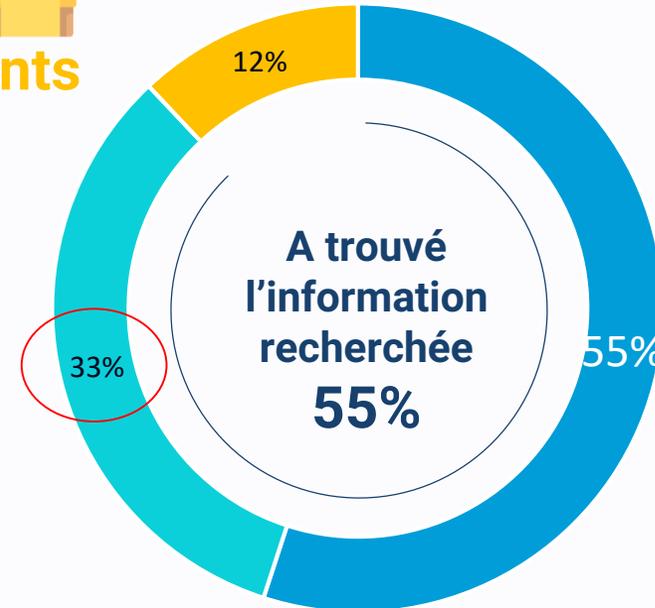
Jeunes



- Je me suis déjà informé(e) sur mon orientation et j'ai obtenu les informations que je souhaitais
- Je me suis déjà informé(e) sur mon orientation mais je n'ai pas encore obtenu les informations que je souhaitais



Parents



Artisan, commerçant, cadre, prof. libérale : 65%

- Il est déjà informé et a obtenu les informations qu'il souhaitait
- Il est déjà informé mais n'a pas encore obtenu les informations qu'il souhaitait
- Il n'a pas encore effectué de recherches sur le sujet

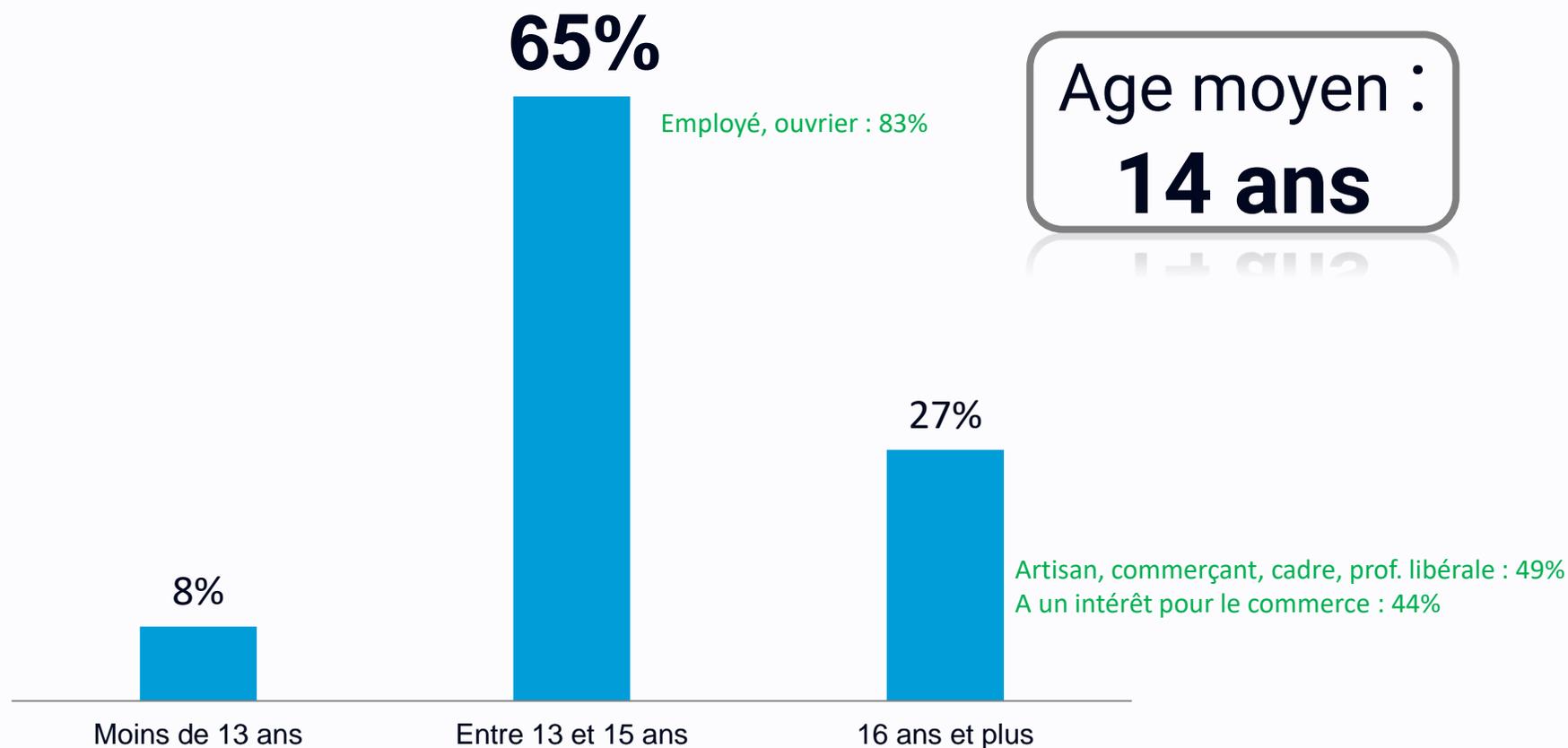
# D'après les parents, les recherches sur l'orientation commencent généralement entre 13 et 15 ans pour la majorité des jeunes



Parents

Q11. A partir de quel âge votre enfant a-t-il commencé à se renseigner sur son orientation professionnelle ?

Base répondants : 200 parents



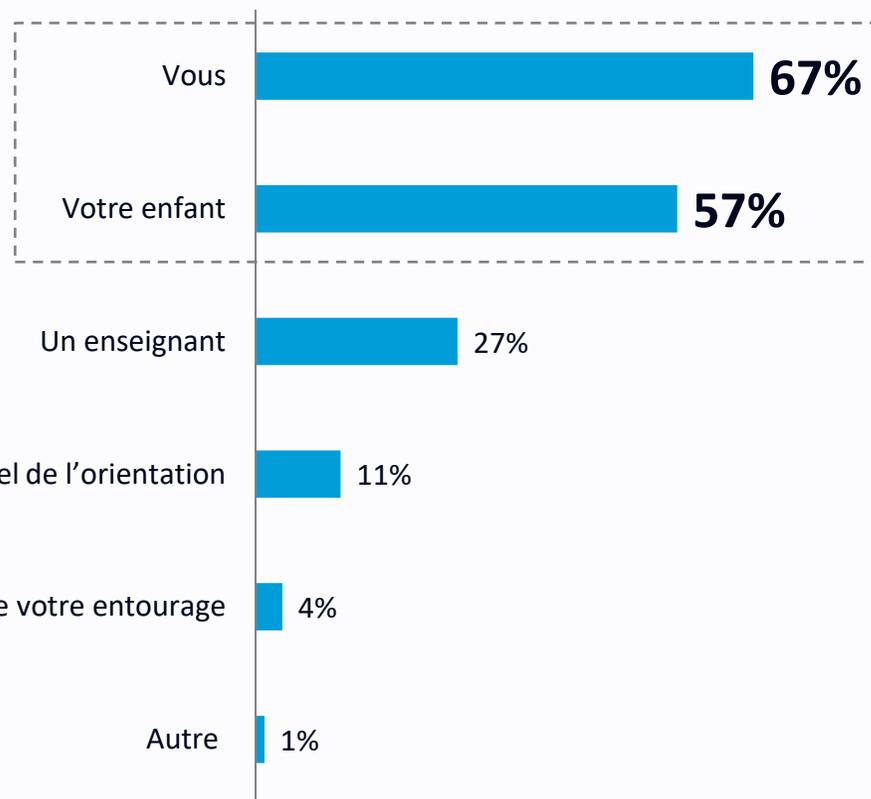
# Démarches d'orientation : une affaire de famille et des parents très impliqués !



Parents

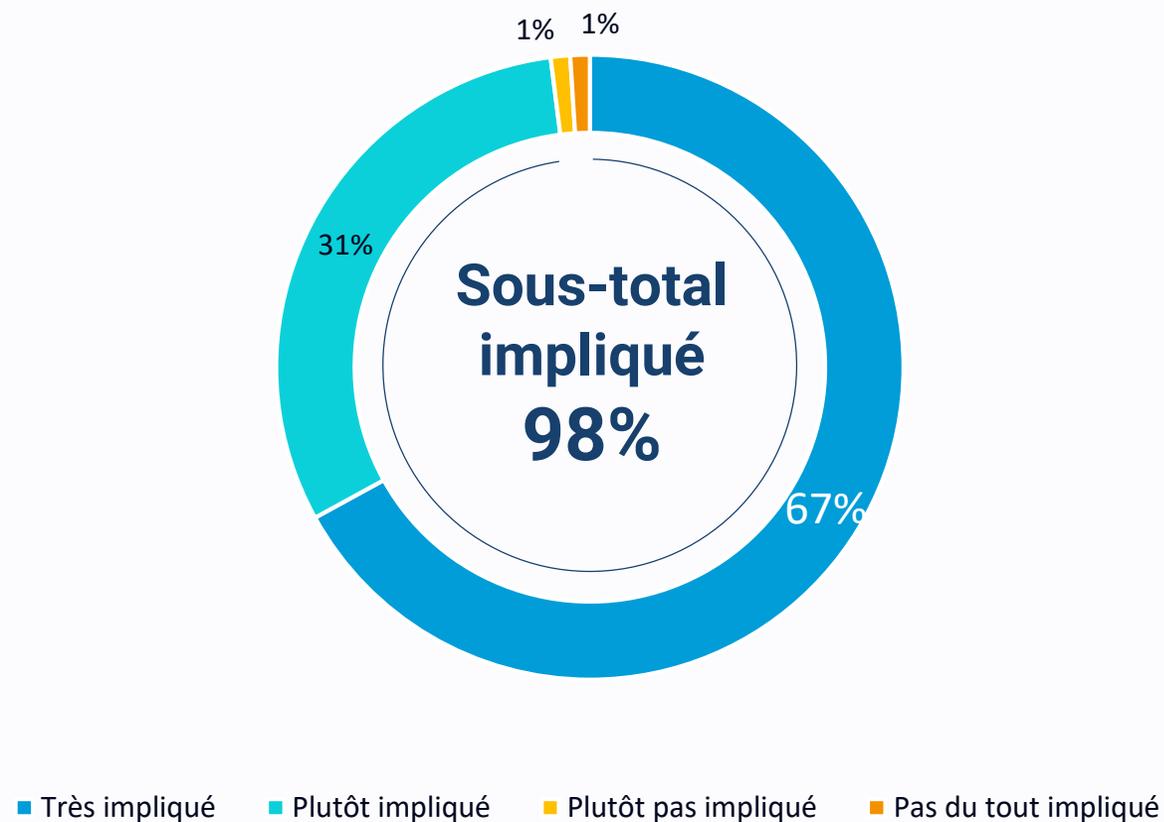
Q12. Qui a incité votre enfant à entamer des démarches ?

Base répondants : 166 répondants



Q13. Dans quelle mesure vous sentez-vous impliqué dans le choix d'orientation professionnelle de votre enfant ?

Base répondants : 200 répondants

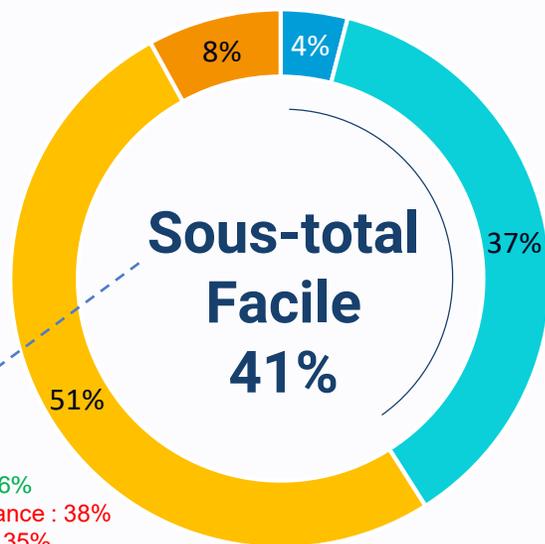


# Se renseigner sur l'orientation professionnelle est jugé difficile pour 60% des répondants qu'ils soient parents ou jeunes

Q9. De manière générale, diriez-vous que se renseigner sur son orientation professionnelle, c'est :

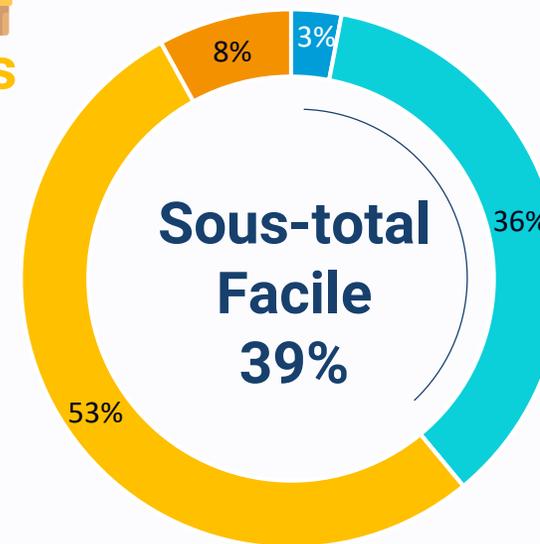
Q14. De manière générale, diriez-vous que se renseigner sur l'orientation professionnelle de votre enfant est :

Base répondants : 400 jeunes et 200 parents



Collégiens : 56%  
 Lycéens : 49%  
 Confiance dans les supports : 46%  
 A une bonne opinion de l'alternance : 38%  
 A un intérêt pour le commerce : 35%  
 Hors Collèges et Lycées : 31%

■ Très facile      ■ Plutôt facile  
 ■ Plutôt difficile      ■ Très difficile

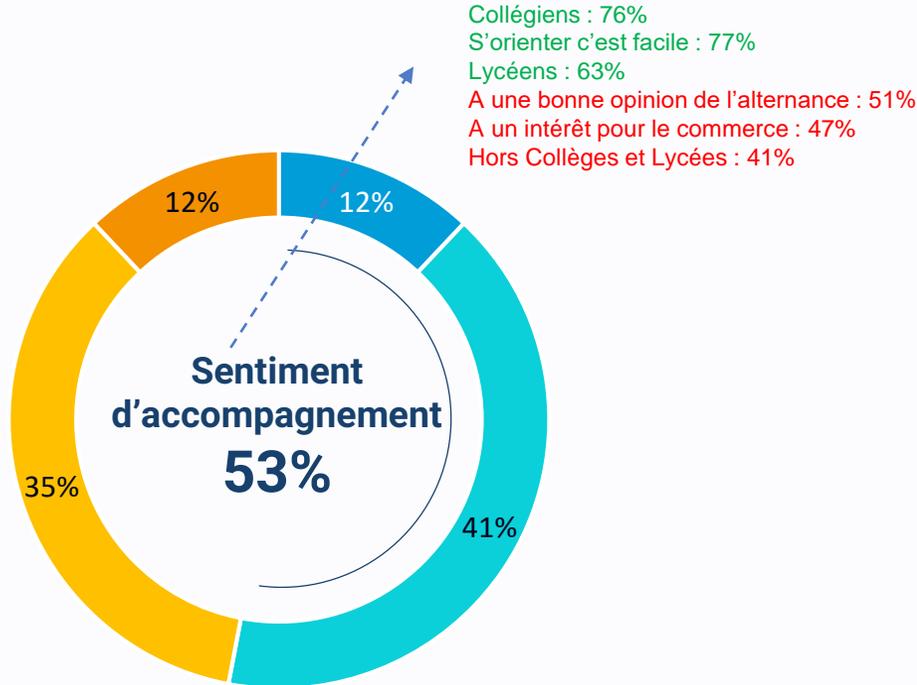


■ Très facile      ■ Plutôt facile      ■ Plutôt difficile      ■ Très difficile

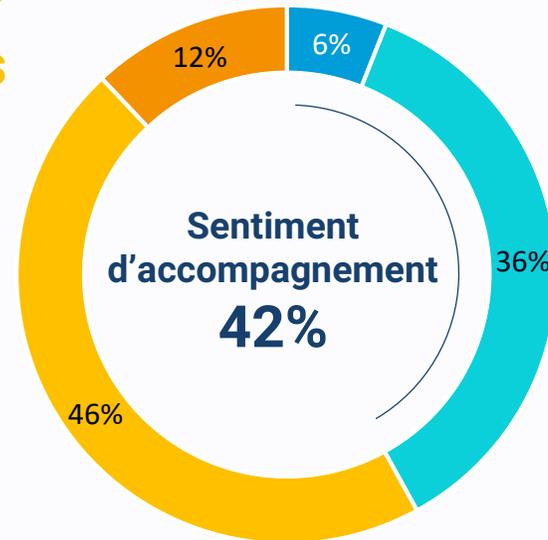
# Si globalement 1 jeune sur 2 se sent bien accompagné dans ses recherches, des grandes différences existent entre les étudiants pré et post-bac. Des parents plus en difficulté.

Q10. Diriez-vous que vous êtes (avez été) suffisamment aidé ou accompagné dans vos recherches sur votre orientation professionnelle ?  
 Q15. Diriez-vous que vous êtes (avez été) suffisamment aidé ou accompagné dans les recherches sur l'orientation professionnelle de votre enfant ?

Base répondants : 400 jeunes et 189 parents



■ Oui tout à fait ■ Oui plutôt ■ Non plutôt pas ■ Non pas du tout

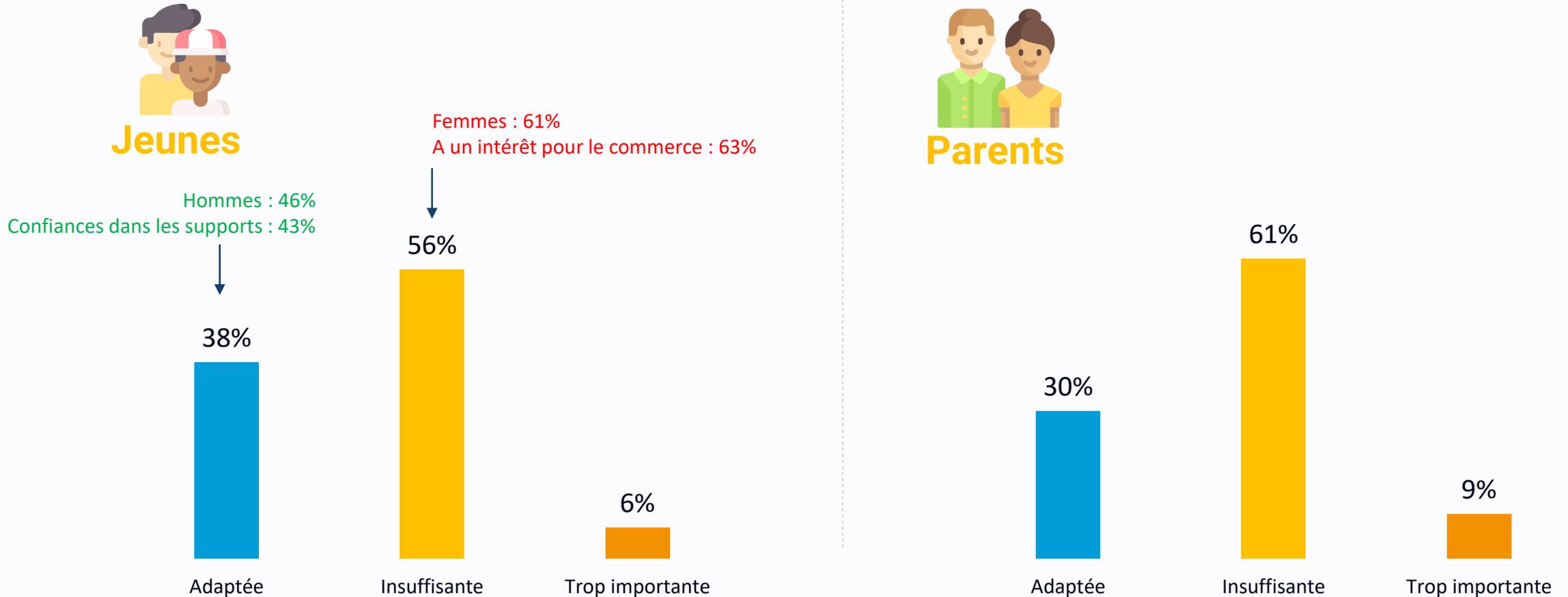


■ Oui tout à fait ■ Oui plutôt ■ Non plutôt pas ■ Non pas du tout

# Un sentiment de manque d'information sur les 2 cibles (jeunes intéressés par le Commerce++). Seul 1 répondant sur 3 estime avoir une quantité d'information adaptée.

Q11&16. Globalement, la quantité d'information disponible sur l'orientation professionnelle vous semble :

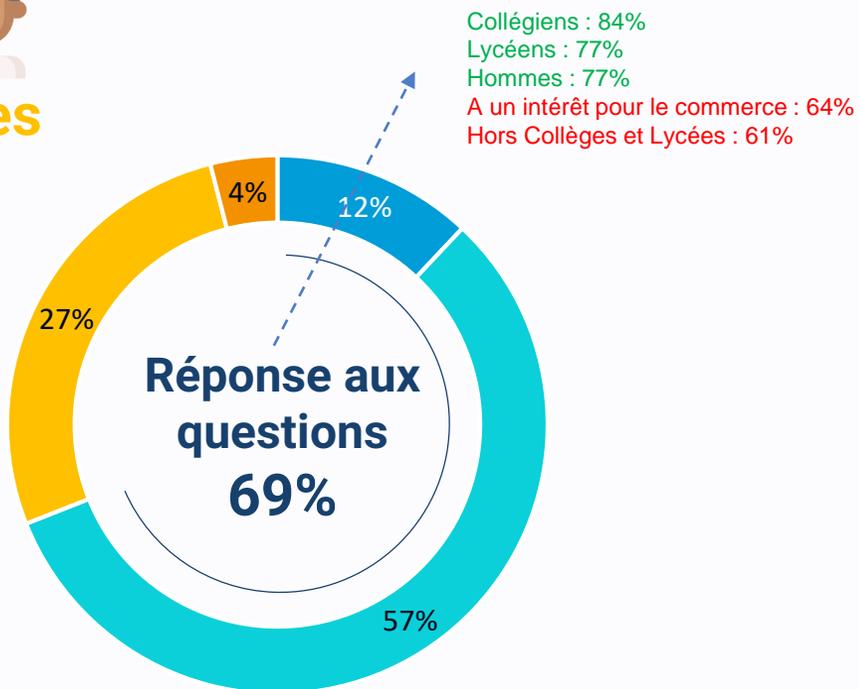
Base répondants : 400 jeunes et 200 parents



# Des supports qui répondent aux questions de 7 jeunes sur 10 (++) Collèges et Lycées). Côté parents, 6 sur 10 obtiennent les réponses à leurs questions

Q12 ou Q17. Globalement, diriez-vous que les supports d'information que vous consultez (avez consulté) répondent (ont répondu) aux questions que vous vous posez sur votre orientation/ l'orientation de votre enfant ?

Base répondants : 400 jeunes et 200 parents



■ Oui tout à fait ■ Oui plutôt ■ Non plutôt pas ■ Non pas du tout

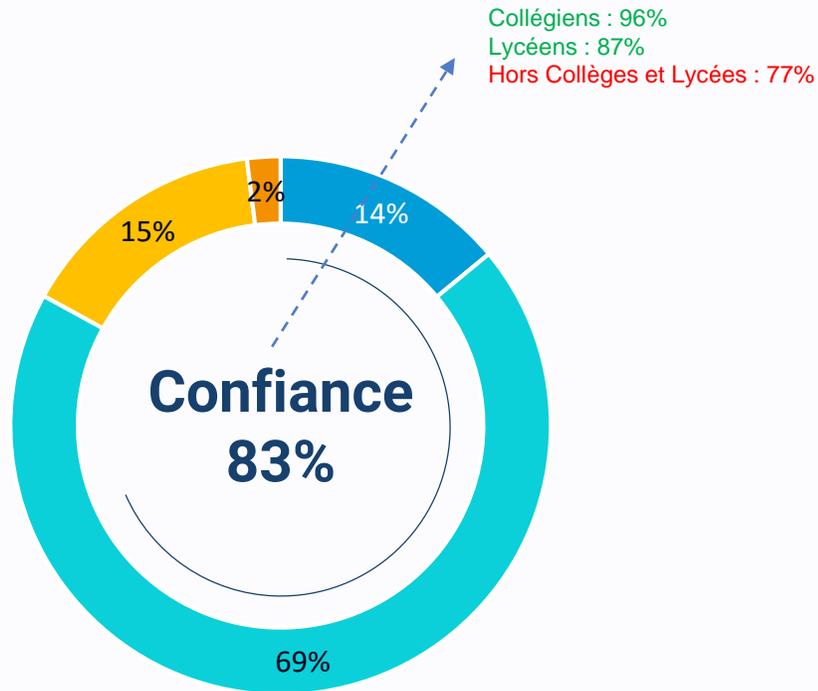


■ Oui tout à fait ■ Oui plutôt ■ Non plutôt pas ■ Non pas du tout

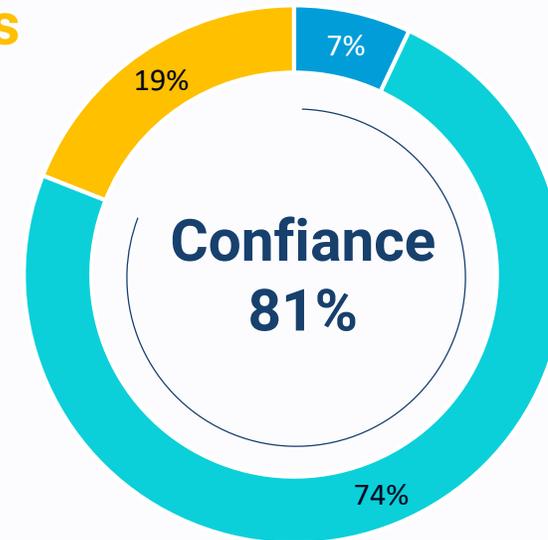
# Une grande confiance accordée aux contenus des supports consultés

Q13&18. Dans quelle mesure avez-vous confiance dans les contenus des supports d'orientation que vous consultez ou avez consulté ?

Base répondants : 400 jeunes et 200 parents



- Total confiance
- Plutôt confiance
- Plutôt pas confiance
- Pas du tout confiance



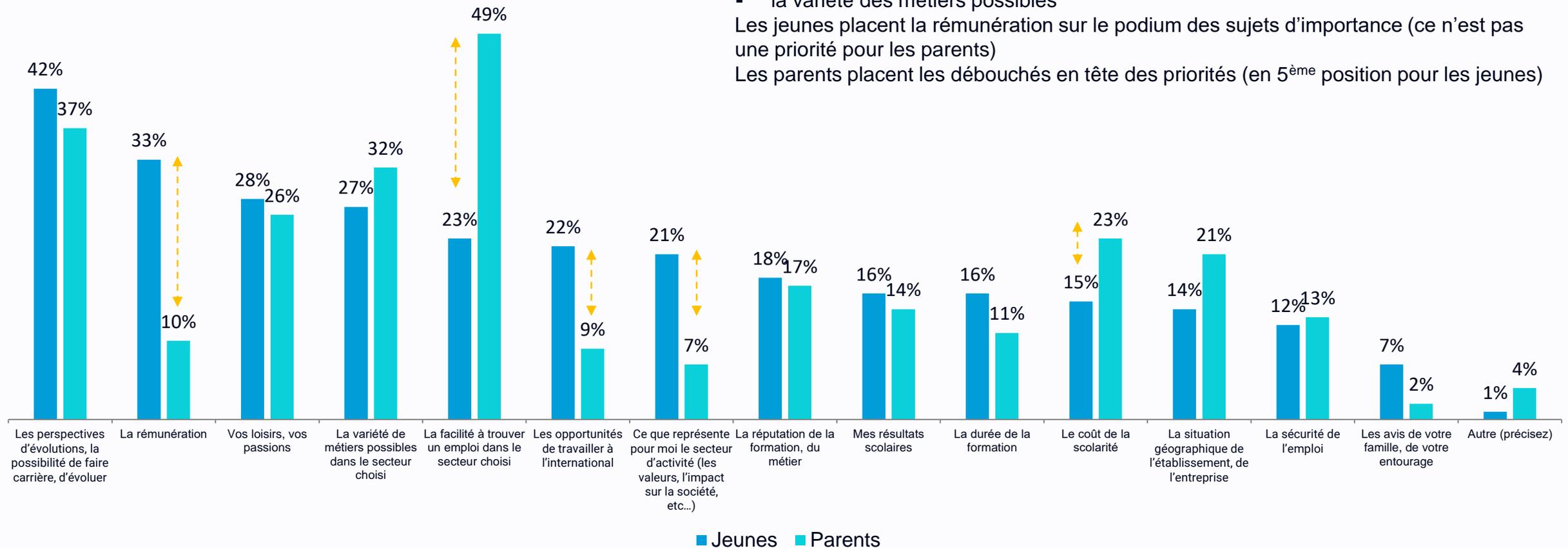
- Total confiance
- Plutôt confiance
- Plutôt pas confiance
- Pas du tout confiance

**LA RECHERCHE  
D'INFORMATIONS DANS LE  
DÉTAIL**

# Des divergences de priorisation et d'ambitions dans le choix d'une orientation

Q15.Q20. Parmi les différents sujets ci-dessous, lesquels sont pour vous les plus intéressants pour vous guider/guider votre enfant dans le choix de l'orientation professionnelle ? (3 modalités maximum)

Base répondants : 400 jeunes et 200 parents



Parents et enfants se retrouvent sur:

- l'importance des perspectives d'évolution
- des loisirs et passions comme vecteurs de choix
- la variété des métiers possibles

Les jeunes placent la rémunération sur le podium des sujets d'importance (ce n'est pas une priorité pour les parents)

Les parents placent les débouchés en tête des priorités (en 5<sup>ème</sup> position pour les jeunes)

# Le top 5 des sujets d'intérêts des jeunes vs les parents



| Classement | Sujets d'intérêt   | %   |
|------------|--|-----|
| 1          | Les perspectives d'évolutions, la possibilité de faire carrière, d'évoluer | 42% |
| 2          | La rémunération  | 33% |
| 3          | Vos loisirs, vos passions  | 28% |
| 4          | La variété de métiers possibles dans le secteur choisi                     | 27% |
| 5          | La facilité à trouver un emploi dans le secteur choisi                     | 23% |

| Classement | Sujets d'intérêt   | %   | Ecart/jeunes |
|------------|--|-----|--------------|
| 1          | La facilité à trouver un emploi dans le secteur choisi                     | 49% | +25pts<br>↗  |
| 2          | Les perspectives d'évolutions, la possibilité de faire carrière, d'évoluer | 37% | -5pts<br>=   |
| 3          | La variété de métiers possibles dans le secteur choisi                     | 32% | +5pts<br>=   |
| 4          | Les loisirs, les passions de votre enfant                                  | 26% | -2pts<br>=   |
| 5          | Le coût de la scolarité  | 23% | +8pts<br>=   |

6<sup>ème</sup> position → Perspectives d'évolutions à l'international : 22%

6<sup>ème</sup> position → Situation géographique : 21%

# Les sujets d'intérêts des jeunes intéressés par le Commerce sont globalement identiques mais plus prégnants. A noter que l'international fait partie des sujets importants dans le choix de l'orientation des jeunes intéressés par le Commerce. Les loisirs et passions sortent du Top 5 des sujets.

Base répondants : 400 jeunes et 290 intéressés par le Commerce

## Echantillon « Jeunes »

## VS Jeunes intéressés par le Commerce

| Classement | Sujets d'intérêt   | %   |
|------------|--|-----|
| 1          | Les perspectives d'évolutions, la possibilité de faire carrière, d'évoluer | 42% |
| 2          | La rémunération  | 33% |
| 3          | Vos loisirs, vos passions  | 28% |
| 4          | La variété de métiers possibles dans le secteur choisi                     | 27% |
| 5          | La facilité à trouver un emploi dans le secteur choisi                     | 23% |

| Classement | Sujets d'intérêt   | %   | Ecart/ « Jeunes » |
|------------|--|-----|-------------------|
| 1          | Les perspectives d'évolutions, la possibilité de faire carrière, d'évoluer | 46% | +4pts<br>↑        |
| 2          | La rémunération  | 36% | +3pts<br>↑        |
| 3          | La variété de métiers possibles dans le secteur choisi                     | 29% | +2pts<br>=        |
| 4          | Les opportunités de travailler à l'international                           | 26% | +4pts<br>↑        |
| 5          | La facilité à trouver un emploi dans le secteur choisi                     | 26% | +3pts<br>↑        |

# Les informations recherchées par les jeunes et les parents

Q14. Quand vous recherchez du contenu sur votre orientation, quelles informations recherchez-vous en priorité ?

Q19. Quand vous recherchez du contenu sur l'orientation professionnelle de votre enfant, quelles informations recherchez-vous en priorité ?

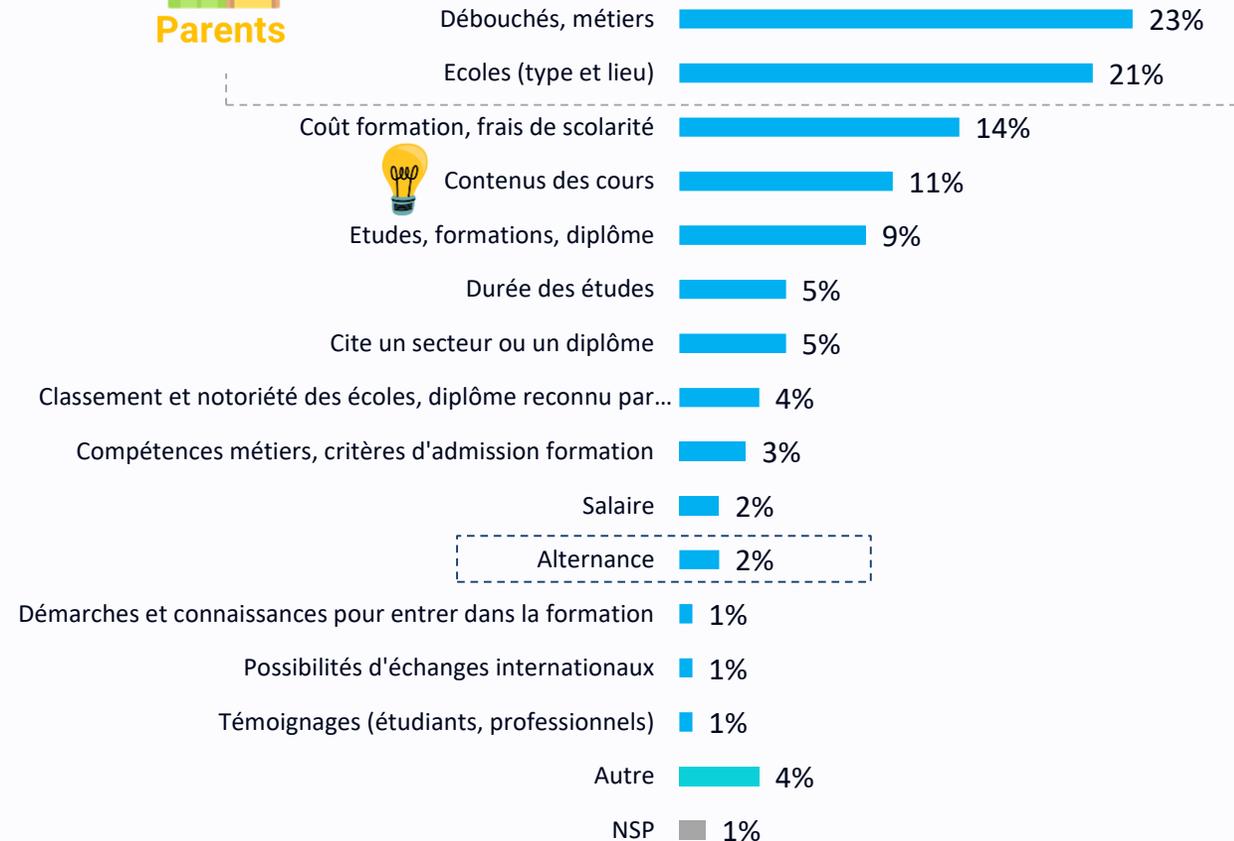
Base répondants : 400 jeunes et 200 parents



Jeunes



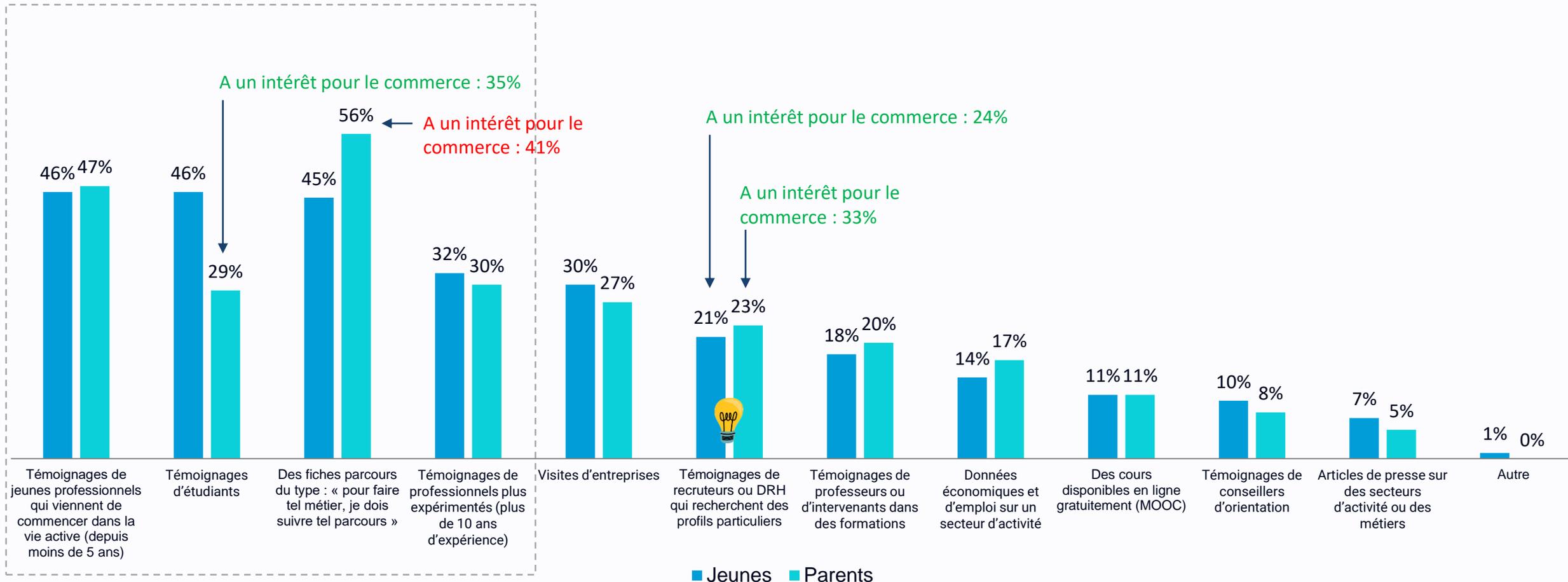
Parents



# Contenus recherchés en priorité : les témoignages « de proximité » (en termes d'âge) pour près de 50% des répondants et les fiches parcours

Q16.Q21. Parmi les propositions suivantes, quels sont les 3 contenus qui vous paraissent les plus intéressants dans le cadre de recherches sur l'orientation professionnelles ? Lesquels consulteriez-vous en priorité ?

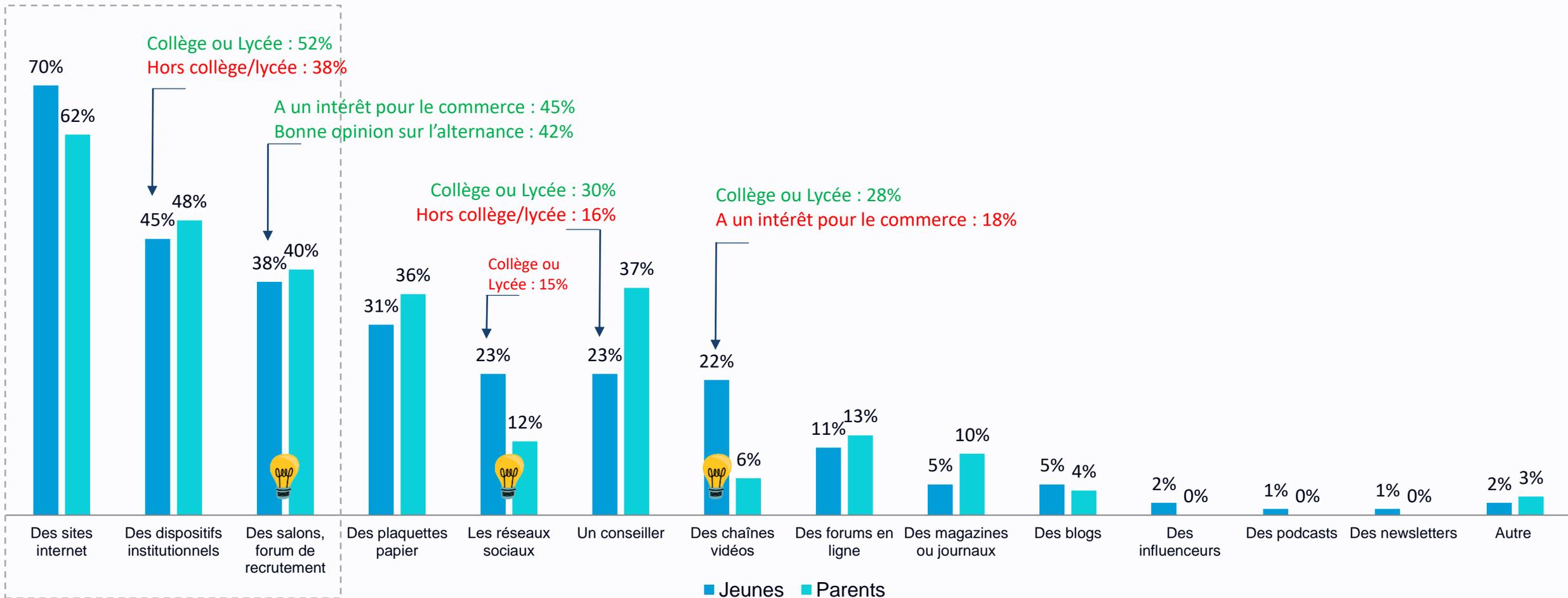
Base répondants : 400 jeunes et 200 parents



# Les sites internet sont les supports le plus utilisés. A noter que les jeunes qui sont intéressés par le Commerce sont plus enclins à visiter des salons

Q18.Q23. Quand vous vous renseignez sur votre orientation professionnelle/celle de votre enfant quelles sont les principales sources d'informations que vous utilisez ?

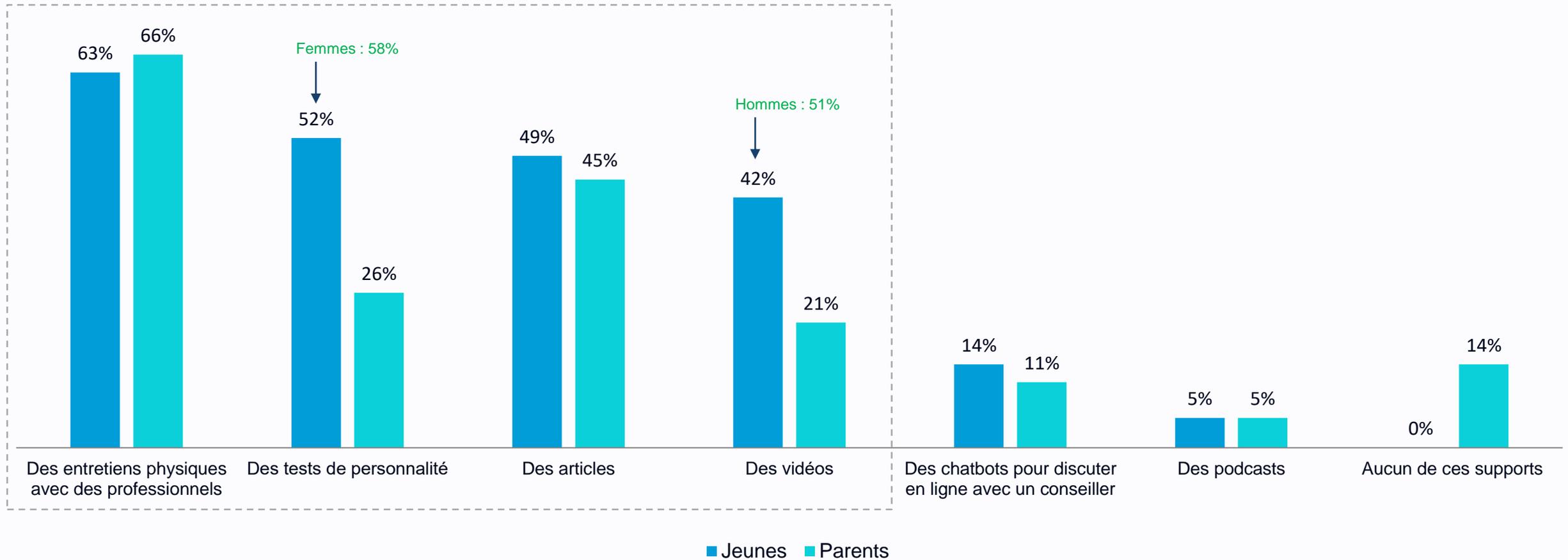
Base répondants : 400 jeunes et 200 parents



# 4 supports phares pour les jeunes, seulement 2 pour les parents. Pour les 2 cibles, les entretiens en face à face restent le format privilégié

Q20.Q25. Quels types de formats privilégiez-vous pour vous informer sur les questions d'orientation professionnelle / de votre enfant ?

Base répondants : 400 jeunes et 200 parents



# FOCUS SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

# 1 jeune sur 2 utilise les réseaux sociaux dans ses recherches. Les parents sont moins utilisateurs sur ce sujet.

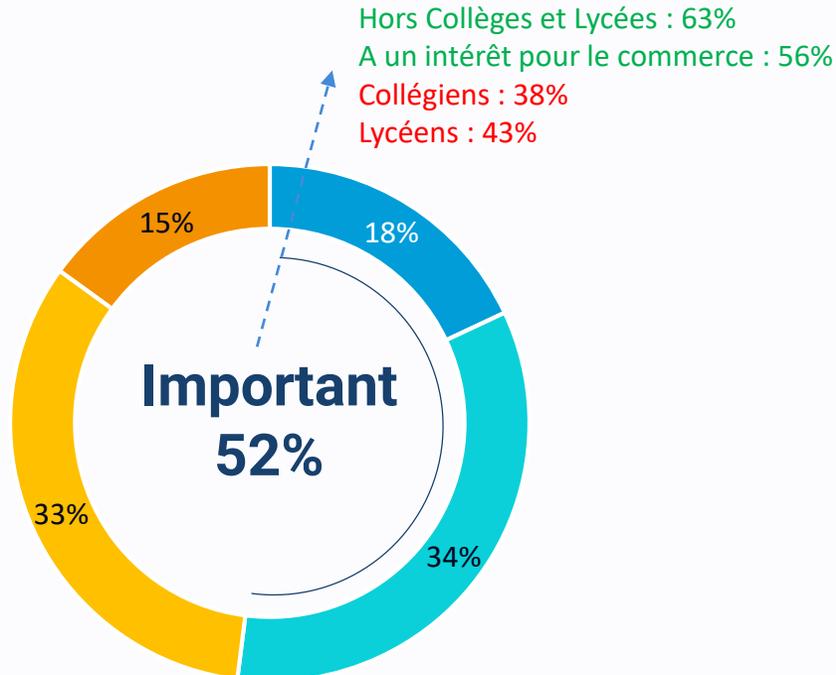
Les répondants (parents ou jeunes) ayant une appétence pour le Commerce consultent davantage les réseaux sociaux que les autres pour s'informer sur l'orientation

Q21.Q26. Quelle place accordez-vous aux réseaux sociaux dans vos recherches sur l'orientation professionnelle / de votre enfant ?

Base répondants : 400 jeunes et 200 parents



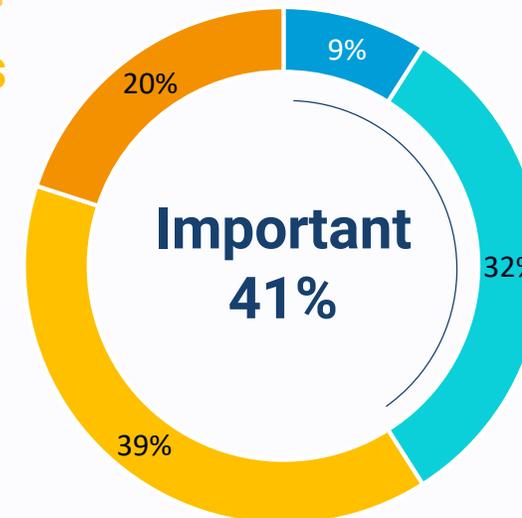
**Jeunes**



- C'est très important, vous les utilisez très souvent
- C'est assez important, vous les utilisez régulièrement
- Ce n'est pas très important, vous les utilisez rarement
- Ce n'est pas du tout important, vous ne les utilisez pas du tout pour cela



**Parents**

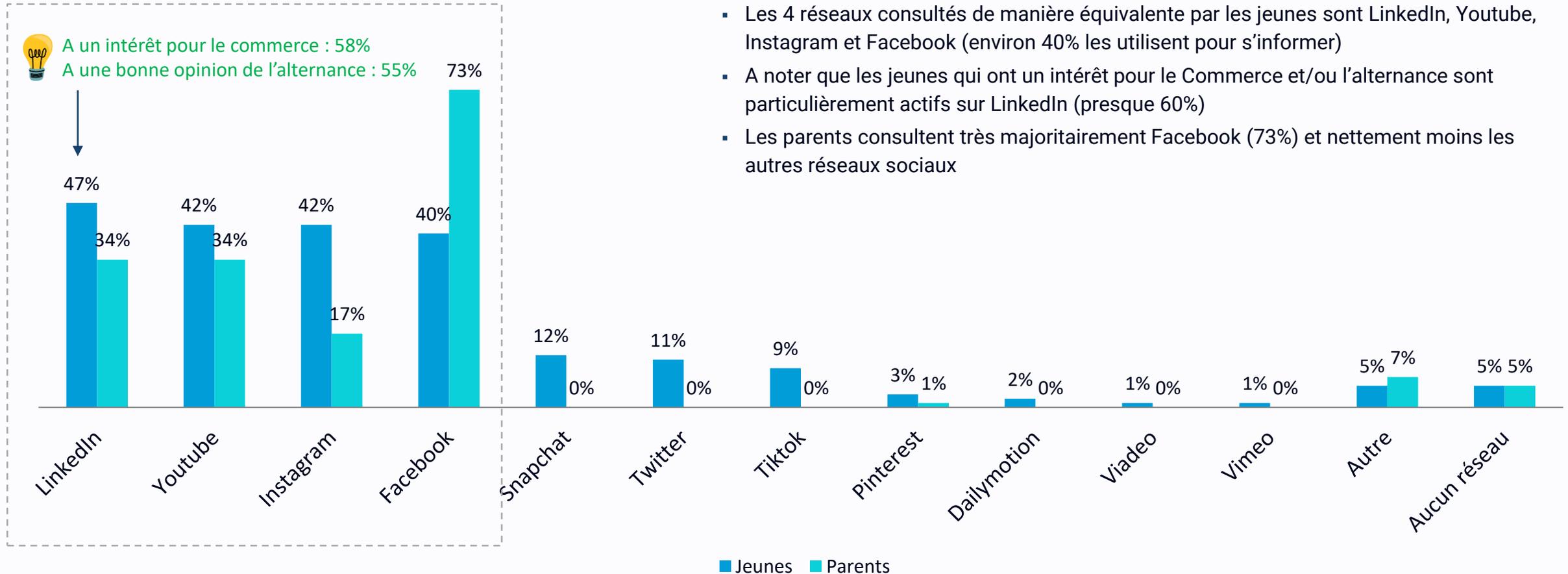


- C'est très important, vous les utilisez très souvent
- C'est assez important, vous les utilisez régulièrement
- Ce n'est pas très important, vous les utilisez rarement
- Ce n'est pas du tout important, vous ne les utilisez pas du tout pour cela

# Un réseau principal (Facebook) pour les parents, 4 réseaux concurrents pour les jeunes

Q22.Q27 Sur quels réseaux sociaux vous rendez-vous le plus régulièrement pour trouver de l'information sur votre orientation professionnelle / de votre enfant ?

Base répondants : 209 jeunes et 82 parents



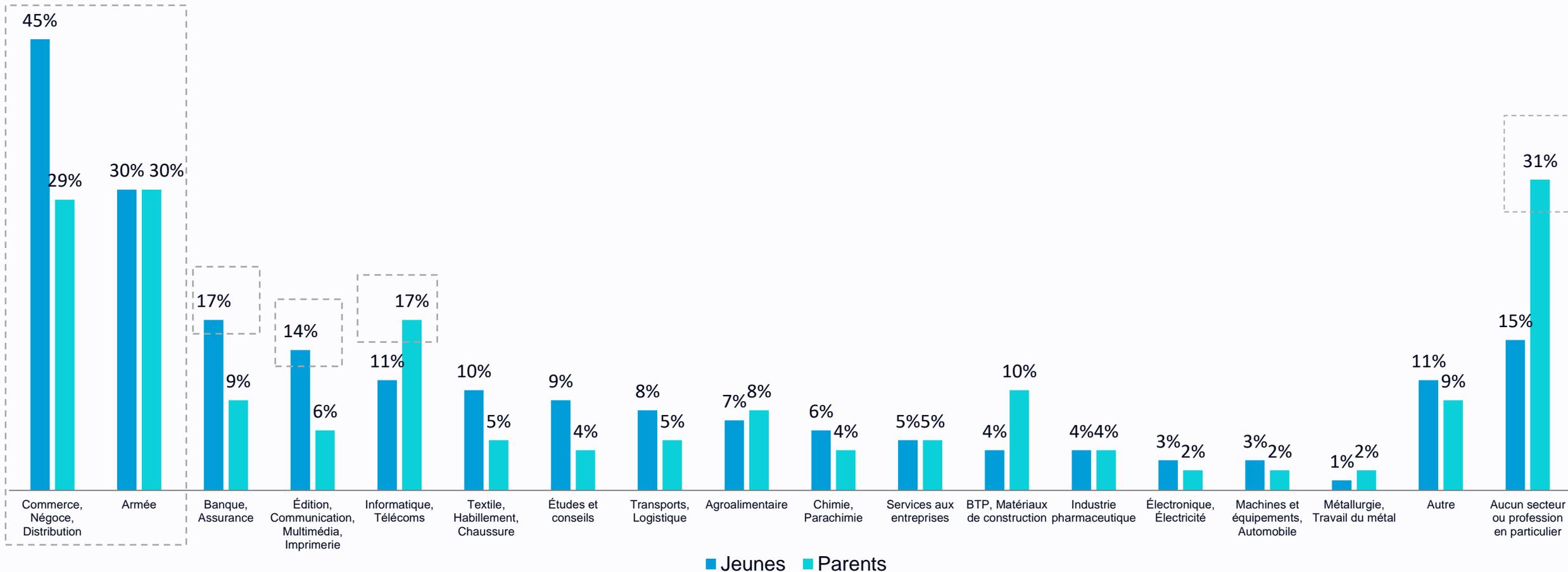
- Les 4 réseaux consultés de manière équivalente par les jeunes sont LinkedIn, Youtube, Instagram et Facebook (environ 40% les utilisent pour s'informer)
- A noter que les jeunes qui ont un intérêt pour le Commerce et/ou l'alternance sont particulièrement actifs sur LinkedIn (presque 60%)
- Les parents consultent très majoritairement Facebook (73%) et nettement moins les autres réseaux sociaux

# **FOCUS SUR LES SECTEURS ET LE COMMERCE**

# Le commerce et l'armée comme meilleurs benchmarks. Les métiers des TIC sont aussi à surveiller (surtout selon la cible « jeunes »). Les parents assez sceptiques sur la communication « orientation »?

Q23&28. En vous basant sur vos recherches personnelles concernant votre orientation, quels sont les secteurs ou professions qui selon vous communiquent le mieux sur leurs métiers et les perspectives qu'ils offrent ?

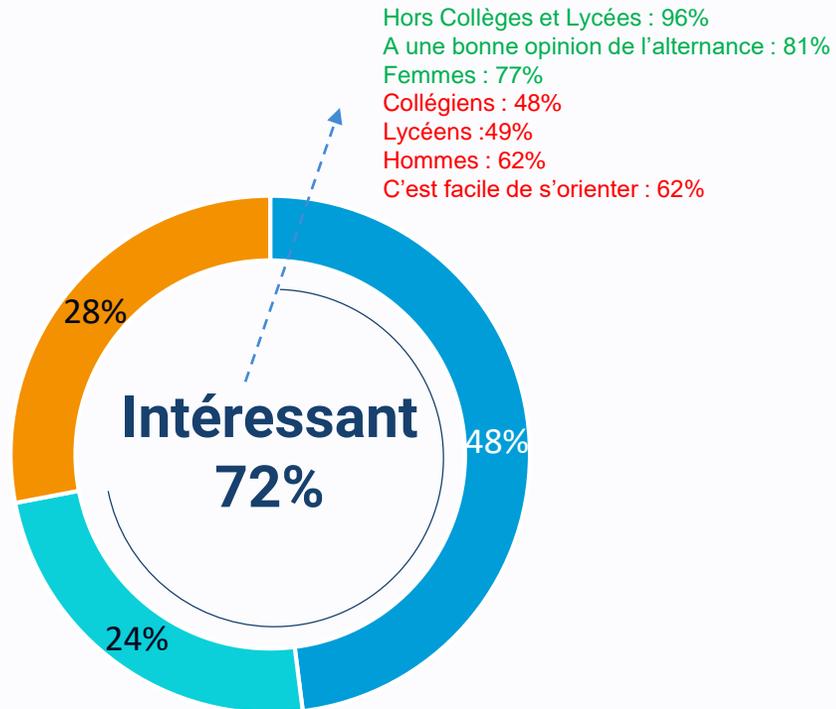
Base répondants : 400 jeunes (dont 50 répondants déjà orientés vers le commerce = léger biais dans les réponses) et 200 parents



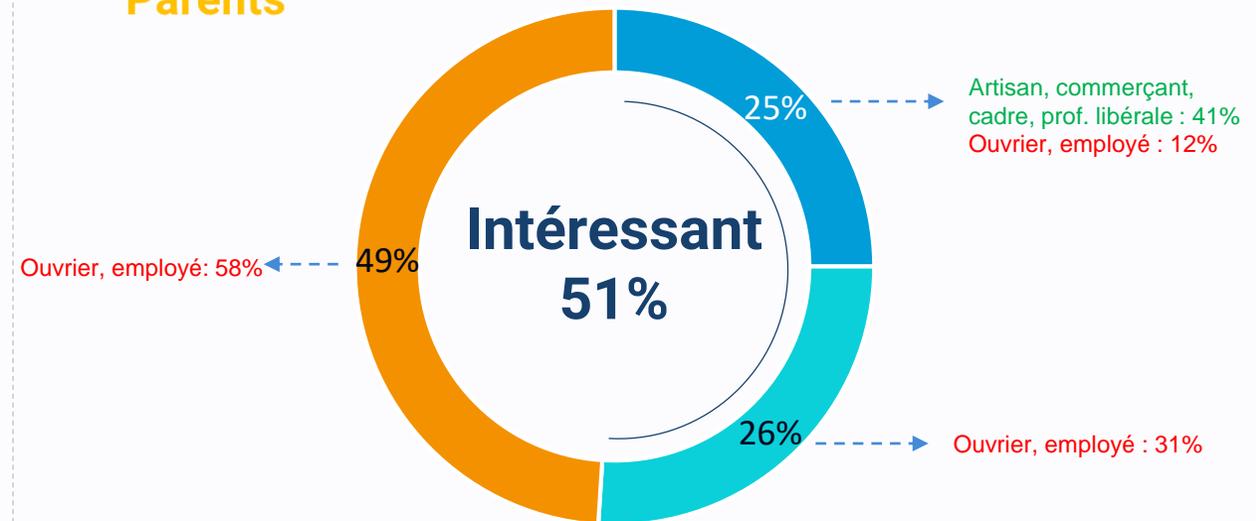
# Un bon *a priori* des jeunes sur le secteur du commerce ! Les parents semblent moins convaincus...

Q24&29. Est-ce que le commerce est un secteur d'activité qui vous paraît intéressant pour l'avenir professionnel de votre enfant ?

Base répondants : 400 jeunes (dont 50 répondants déjà orientés vers le commerce = léger biais dans les réponses) et 200 parents



- Oui, ce secteur m'intéresse
- Oui, ce secteur pourrait éventuellement m'intéresser
- Non, ce secteur ne m'intéresse pas du tout

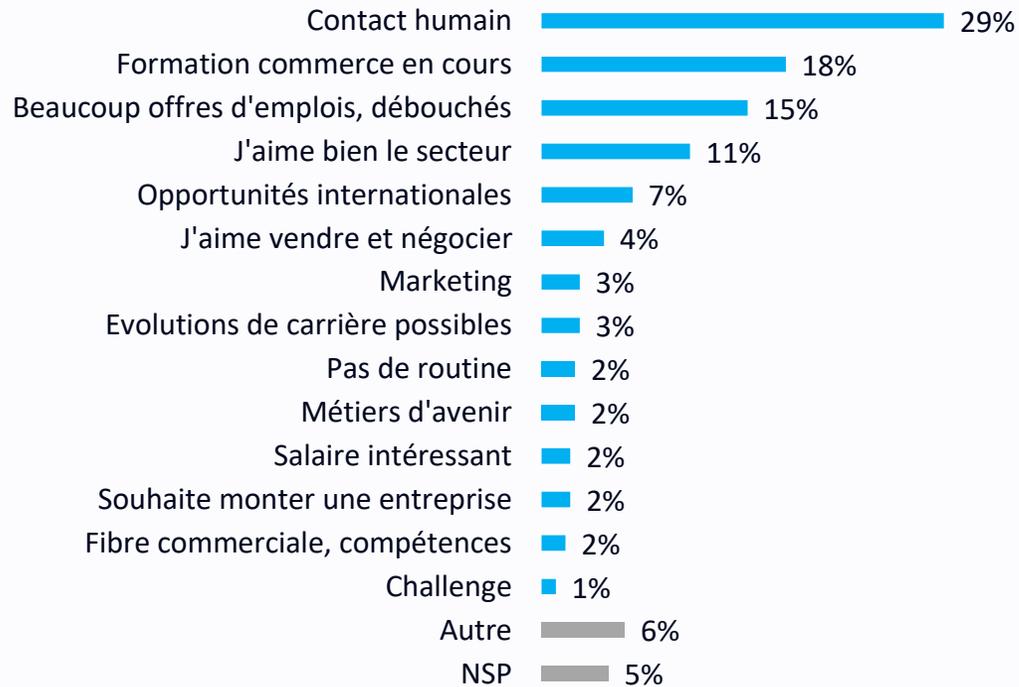


- Oui, ce secteur me paraît intéressant
- Ce secteur pourrait éventuellement être intéressant
- Non, ce secteur ne me paraît pas intéressant

# Les jeunes avancent le contact humain, les parents valorisent l'employabilité

Q25&30. Si Oui, pourquoi ?

Base répondants : 290 répondants



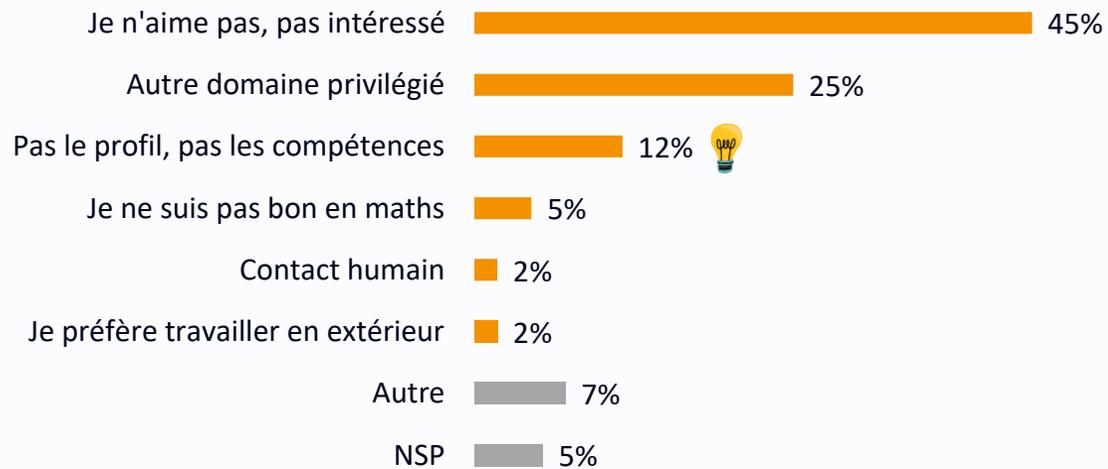
Base répondants : 100 répondants



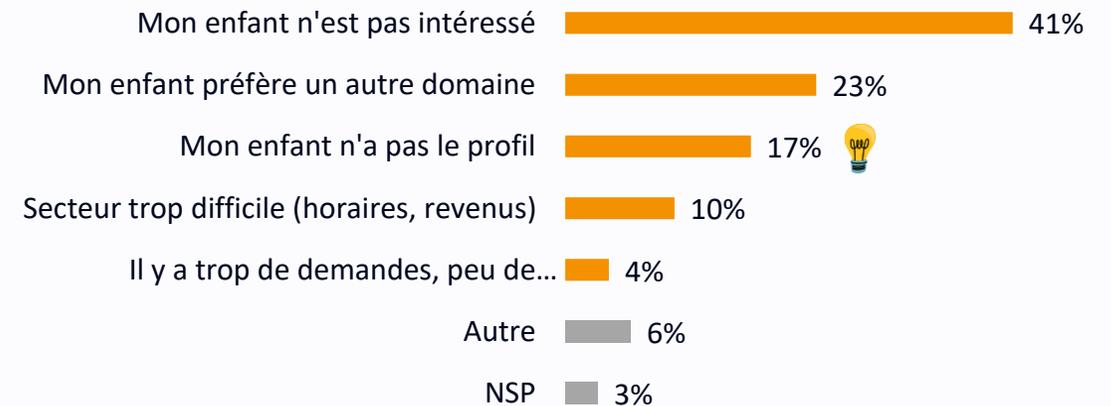
# Les cibles évoquent leur manque d'intérêt pour le secteur et un autre domaine de prédilection

Q25&30. Si Non, pourquoi ?

Base répondants : 110 répondants



Base répondants : 100 répondants

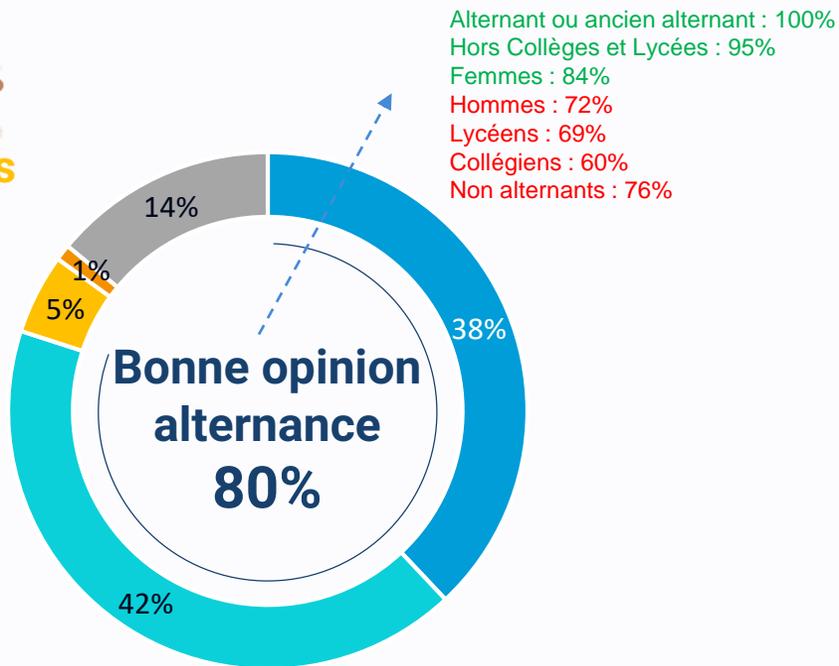


**FOCUS SUR L'ALTERNANCE**

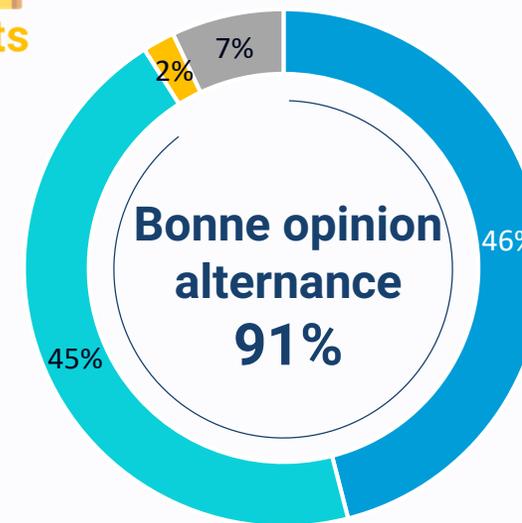
# Une très bonne image de l'alternance. Les plus jeunes (collégiens et lycéens) sont moins convaincus. Des parents prescripteurs de l'alternance ?

Q7&Q9. Quelle image avez-vous de l'alternance ?

Base répondants : 400 jeunes et 200 parents



- Très bonne opinion
- Plutôt bonne opinion
- Plutôt mauvaise opinion
- Très mauvaise opinion
- Je ne sais pas

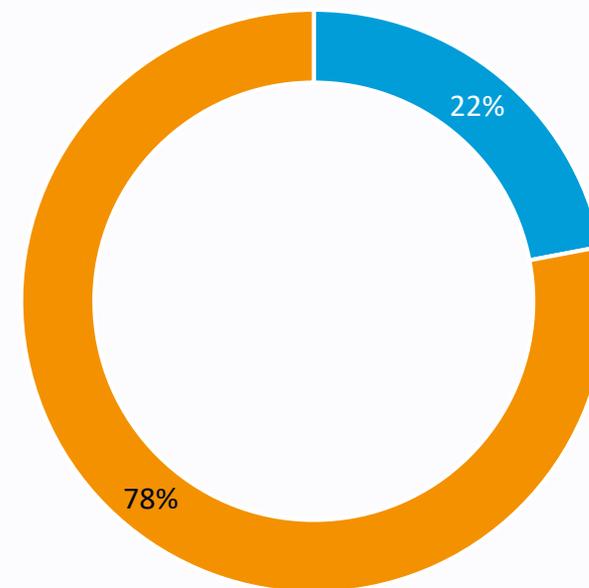
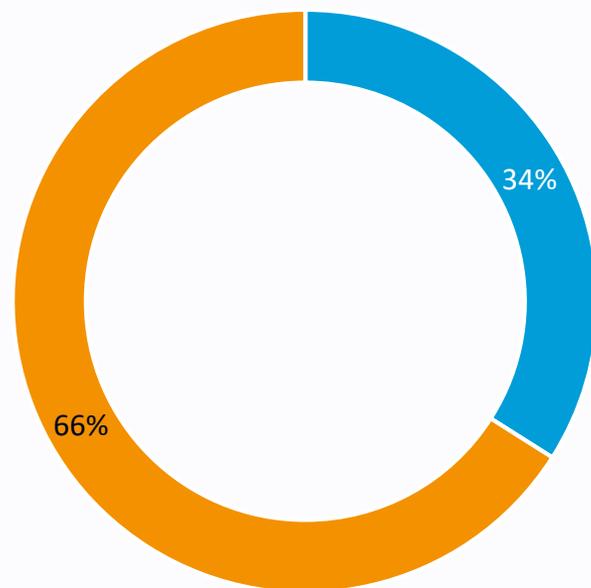


- Très bonne opinion
- Plutôt bonne opinion
- Plutôt mauvaise opinion
- Je ne sais pas

# Assez peu d'expérience en alternance dans l'échantillon

Q6.Q8 Suivez-vous/votre enfant ou avez-vous déjà suivi une formation en alternance ?

Base répondants : 200 jeunes et 50 parents



■ Oui  
■ Non

**MODULE ANALYSE DES  
SUPPORTS DE  
COMMUNICATION**

**3**

## Liste des supports analysés

1. ONISEP
2. Studyrama
3. CIDJ
4. SPRO
5. CCI
6. Cité des métiers
7. L'Etudiant
8. Welcome to the Jungle
9. Ton avenir
10. Choisis ton orientation
11. My Job Glasses
12. Job Teaser
13. My Parcours Sup
14. Diplomeo
15. Orientation pour tous
16. Parcours métiers
17. Maintenant j'aime le lundi
18. Les bons profs parents
19. JobIrl
20. Pitangoo



# Sites web : Indicateurs de performance par acteur étudié

(données basées sur janvier 2021)

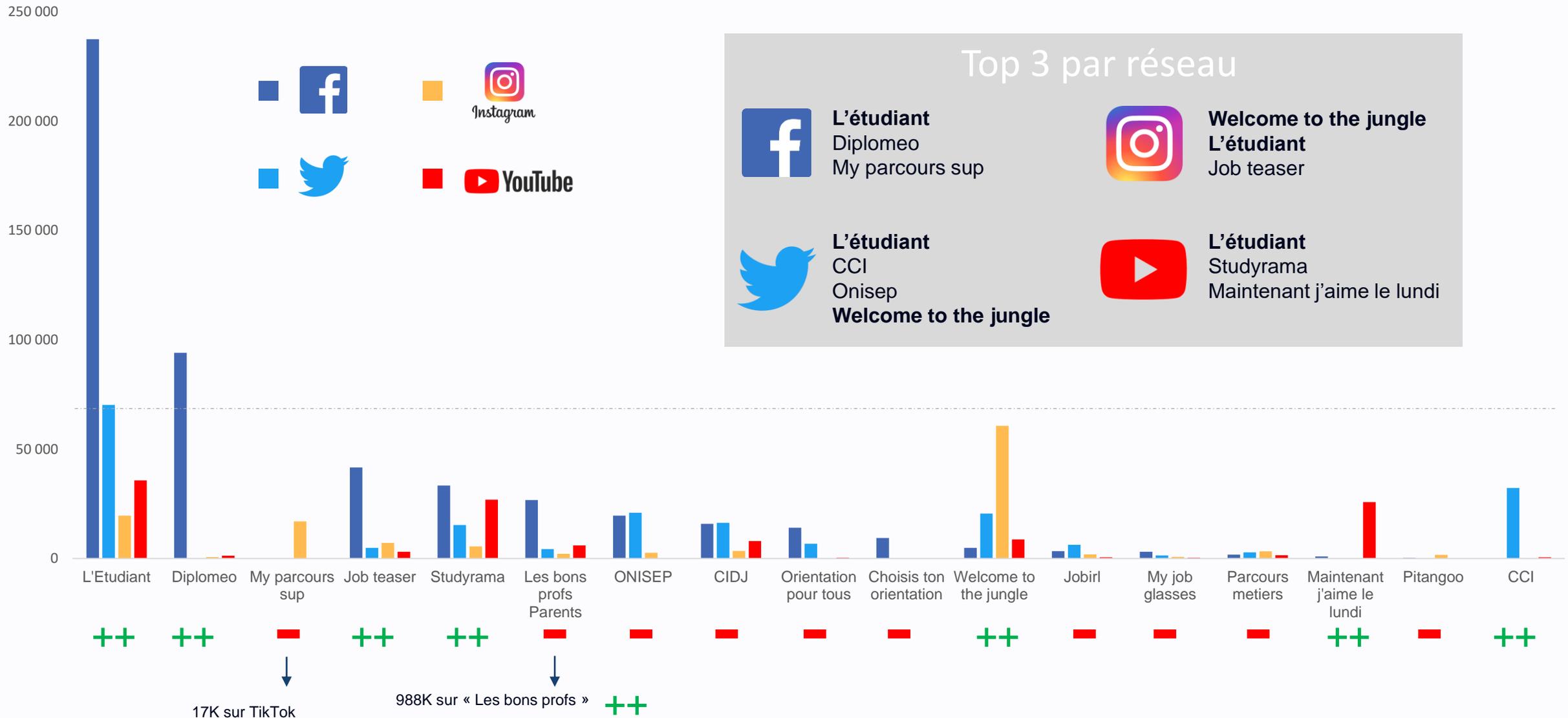
\*Le **taux de rebond** est défini comme le **pourcentage de visiteurs qui ne consultent qu'une seule page lors de leur passage sur votre site**. C'est un indicateur de qualité du site qui est utile pour mesurer la satisfaction des visiteurs.



Sources : similarweb  
(données indisponibles sur certains supports)

# Réseaux sociaux : Présence des acteurs de l'orientation sur les réseaux sociaux

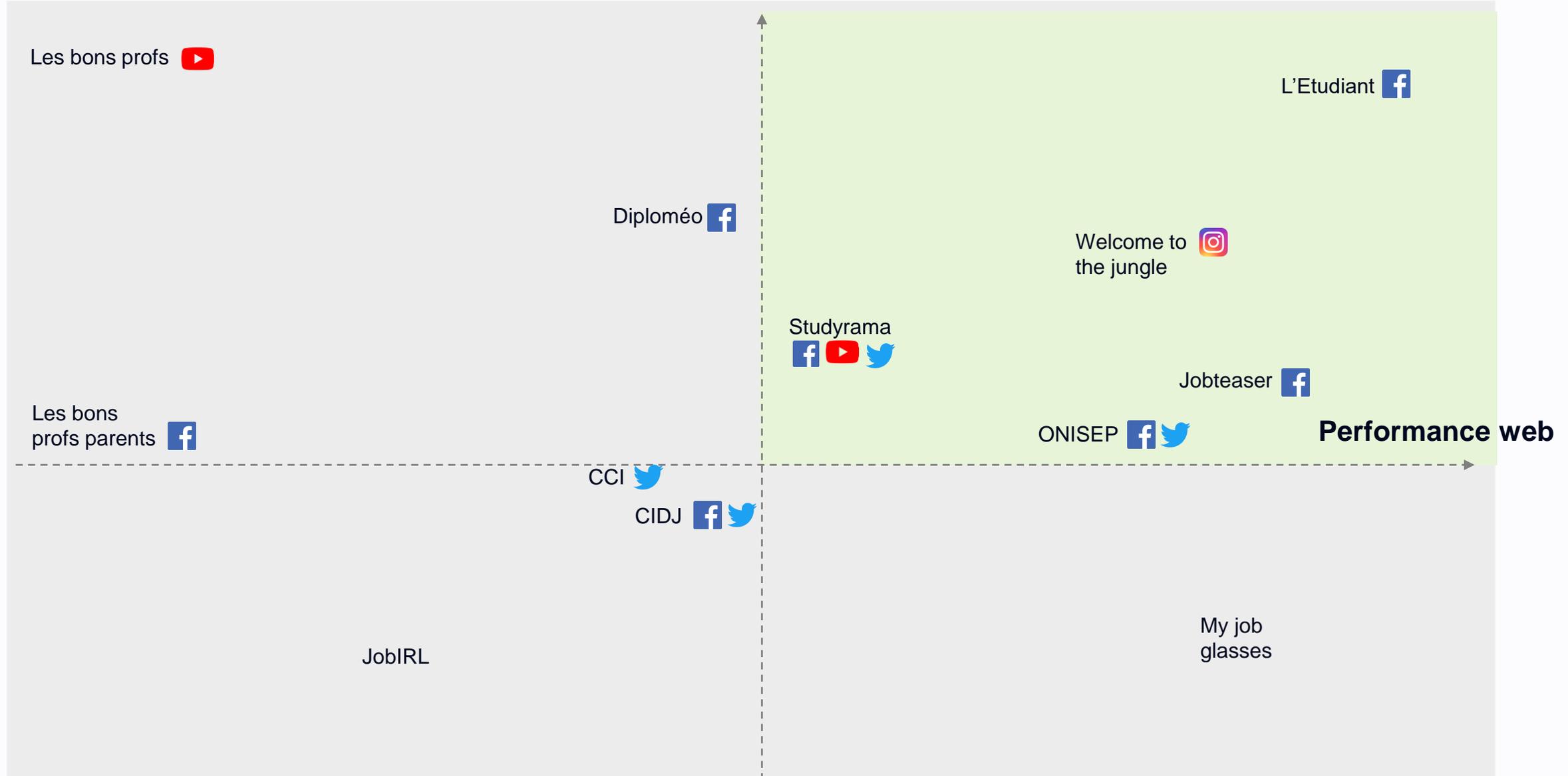
(nombre d'abonnés) - Analyse partielle car basée sur les seules données publiques disponibles



# Cartographie / Mapping

Performance sur les réseaux sociaux

Acteurs à surveiller, à investir compte tenu de leur performances sur les dispositifs numériques (sites web, réseaux sociaux)



# Classement des émetteurs par notes attribuées (détail analyse et notes en annexe)

|   | Note globale | Cohérence supports | Profondeur information | Fluidité navigation | Valorisation commerce, alternance |  | Note globale | Cohérence supports | Profondeur information | Fluidité navigation | Valorisation commerce, alternance |
|---|--------------|--------------------|------------------------|---------------------|-----------------------------------|--|--------------|--------------------|------------------------|---------------------|-----------------------------------|
|     | 16/20        | 5/5                | 5/5                    | 4/5                 | 2/5                               |     | 13/20        | 4/5                | 4/5                    | 3/5                 | 2/5                               |
|     | 16/20        | 4/5                | 4/5                    | 4/5                 | 4/5                               |     | 12/20        | 3/5                | 4/5                    | 3/5                 | 2/5                               |
|    | 16/20        | 4/5                | 4/5                    | 4/5                 | 4/5                               | **  | 11/20        | 3/5                | 4/5                    | 1/5                 | 3/5                               |
|    | 15/20        | 4/5                | 4/5                    | 4/5                 | 3/5                               |     | 11/20        | 3/5                | 4/5                    | 2/5                 | 2/5                               |
| **  | 15/20        | 4/5                | 4/5                    | 4/5                 | 3/5                               |     | 11/20        | 4/5                | 3/5                    | 4/5                 | 0/5                               |
| **  | 15/20        | 4/5                | 4/5                    | 5/5                 | 2/5                               |     | 10/20        | 3/5                | 2/5                    | 4/5                 | 1/5                               |
| **  | 14/20        | 4/5                | 4/5                    | 3/5                 | 3/5                               |     | 10/20        | 2/5                | 3/5                    | 4/5                 | 1/5                               |
|   | 14/20        | 3/5                | 3/5                    | 3/5                 | 5/5                               |   | 9/20         | 3/5                | 5/5                    | 1/5                 | 0/5                               |
|  | 14/20        | 3/5                | 3/5                    | 5/5                 | 3/5                               |   | 8/20         | 2/5                | 3/5                    | 3/5                 | 0/5                               |
|   | 13/20        | 3/5                | 5/5                    | 3/5                 | 2/5                               |   | 7/20         | 2/5                | 3/5                    | 2/5                 | 0/5                               |

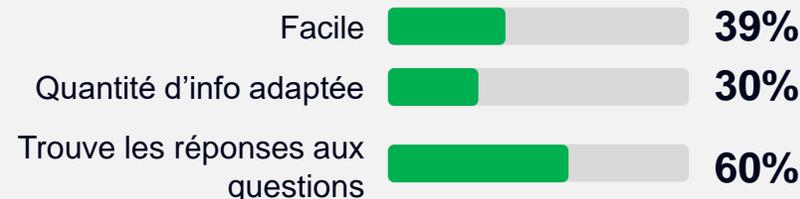
# BILAN DE L'ÉTUDE

4

# Le bilan : comment jeunes et parents s'informent ? Que cherchent-ils ? (1/2)



## La recherche sur l'orientation



## Top 5 des sujets les plus intéressants

1. **Perspectives d'évolutions, carrières** ..... 42%
2. La rémunération ..... 33%
3. Les loisirs, les passions de l'étudiant ..... 28%
4. La variété des métiers possibles ..... 27%
5. La facilité à trouver un emploi ..... 23%

1. **La facilité à trouver un emploi** ..... 49%
2. Les perspectives d'évolutions ..... 37%
3. La variété de métiers possibles ..... 32%
4. Les loisirs, les passions de votre enfant ..... 26%
5. Le coût de la scolarité ..... 23%

**98%**  
Impliqués dans les démarches d'orientation de leur enfant

## Top 5 des contenus sur l'orientation

1. **Témoignages de jeunes professionnels** ..... 46%
2. **Témoignages d'étudiants** ..... 46%
3. **Fiches parcours** ..... 45%
4. Témoignages de professionnels expérimentés ..... 32%
5. Visites d'entreprises ..... 30%

1. **Fiches parcours** ..... 56%
2. **Témoignages de jeunes professionnels** ..... 47%
3. Témoignages de professionnels expérimentés ..... 30%
4. Témoignages d'étudiants ..... 29%
5. Visites d'entreprises ..... 27%

**67%**  
Des parents initiateurs des démarches de l'enfant

# Le bilan : comment jeunes et parents s'informent ? Que cherchent-ils ? (2/2)



## Top 4 des formats qui suscitent l'intérêt

1. **Des entretiens physiques avec des pros** ..... 63%
2. Tests de personnalité ..... 52%
3. Articles ..... 49%
4. **Vidéos** ..... 42%

## Top 5 des sources utilisées pour s'informer

1. **Sites internet** ..... 70%
2. **Dispositifs institutionnels** ..... 45%
3. Salons et forums de recrutement ..... 38%
4. Plaquettes papier ..... 31%
5. Réseaux sociaux ..... 23%

## La place des réseaux sociaux

Utilise pour s'informer sur l'orientation  **52%**

### Top 4 des réseaux sociaux

- |                        |                  |
|------------------------|------------------|
| 1. <b>LinkedIn 47%</b> | 3. Instagram 42% |
| 2. Youtube 42%         | 4. Facebook 40%  |



## Top 4 des formats qui suscitent l'intérêt

1. **Des entretiens physiques avec des pros** ..... 66%
2. Articles ..... 45%
3. Tests de personnalité ..... 26%
4. **Vidéos** ..... 21%

## Top 5 des sources utilisées pour s'informer

1. **Sites internet** ..... 62%
2. **Dispositifs institutionnels** ..... 48%
3. Salons et forums de recrutement ..... 40%
4. Un conseiller ..... 37%
5. Plaquettes papier ..... 36%

## La place des réseaux sociaux

Utilise pour s'informer sur l'orientation  **41%**

### Top 4 des réseaux sociaux

- |                        |                  |
|------------------------|------------------|
| 1. <b>Facebook 73%</b> | 3. Youtube 34%   |
| 2. LinkedIn 34%        | 4. Instagram 17% |

**98%**

Impliqués dans les démarches d'orientation de leur enfant

**67%**

Des parents initiateurs des démarches de l'enfant

# Les 10 grands enseignements de l'étude

01

**Les métiers du Commerce (et leur diversité) semblent assez peu appréhendés par les cibles (jeunes ou parents). Un axe de progrès pour attirer des profils variés d'autant que le Commerce intéresse 7 jeunes sur 10 !**

Jeunes et parents partent du postulat que pour faire du commerce, il faut forcément être avenant et aimer le contact humain (méconnaissance des métiers annexes et parfois « mauvaise » image du vendeur). A noter : les parents semblent cependant moins intéressés par ce secteur pour leur enfant (51%)

02

**Les recherches sur l'orientation ne sont pas aisées !**

Seuls 4 répondants sur 10 (parents ou jeunes) estiment que rechercher des informations sur l'orientation est « facile » et pour 1 tiers des répondants, les recherches n'aboutissent pas !

Environ 6 répondants sur 10 (parents ou jeunes) estiment qu'il n'y a pas assez d'information sur l'orientation.

Pour les jeunes intéressés par le Commerce, la recherche est jugée encore plus difficile

03

**Une digitalisation de la recherche d'informations sur l'orientation : être présent sur le web et les réseaux sociaux est donc un prérequis**

A noter : plus on avance en âge plus on consulte les réseaux sociaux (on digitalise sa recherche) et moins on fait appel à des conseillers.

Le format vidéo est un format qui semble de plus en plus consulté.

04

**Il faut cependant noter que les rencontres en physiques sont encore plébiscitées par les jeunes ET les parents.**

Particulièrement pour les cibles ayant une appétence pour les métiers du Commerce, les rencontres physiques et les salons ont encore une belle carte à jouer !

## Les 10 grands enseignements de l'étude

05

En termes de contenus, les jeunes recherchent avant tout les perspectives d'évolutions/carières possibles tandis que les parents recherchent principalement la sécurité et la facilité à trouver un emploi.

06

**Jeunes et parents sont très friands de témoignages...et de fiches parcours !**

Les jeunes et les parents sont en recherches d'exemples, de « vécu », notamment de la part de professionnels (et aussi d'étudiants pour ce qui est des jeunes). A noter que les fiches (parcours et métier) sont très recherchées (notamment par les parents)

07

**Les réseaux sociaux sont jugés « importants » par 1 jeune sur 2 pour rechercher des informations sur l'orientation**

Il est à noter que la propension à utiliser les réseaux sociaux semble corrélée à l'avancée dans le parcours de formation pour atteindre un niveau d'importance de plus de 60% (les collégiens et lycéens les utilisent moins que les étudiants plus « avancés »)

08

**Un réseau principal (Facebook) pour les parents, 4 réseaux concurrents pour les jeunes (LinkedIn, Youtube, Instagram, Facebook)**

A noter : les jeunes qui ont une appétence pour le Commerce sont significativement plus nombreux à utiliser LinkedIn !

## Les 10 grands enseignements de l'étude

09

Une segmentation par objectif est possible afin d'affiner une stratégie de communication. Certains supports ont un positionnement « générique » et se prêtent d'avantage à la notoriété sectorielle (semble plutôt correspondre aux jeunes « pré-bac ») quand d'autres sont plus spécialisés dans le « recrutement » et la mise en situation par l'exemple (cible plutôt post-bac). Deux angles d'approches et de contenus très différents !

10

L'orientation professionnelle semble bel et bien être un secteur porteur car de nouveaux entrants bousculent les codes de la recherche sur l'orientation professionnelle : formats vidéos, tests de personnalité, « speed dating » professionnel, tonalité plus proche, gamification... certains contenus changent la donne et répondent aux codes des nouvelles générations.

Point de vigilance : certains contenus sont en accès payant (abonnement) ou nécessitent de s'inscrire (nom, adresse email) pour pouvoir y accéder.

**ANNEXES**

**6**

# EXEMPLES DE BONNES PRATIQUES

## Sources à privilégier par objectif identifié

1

**Valoriser le commerce et la diversité de ses métiers**

Notoriété du secteur dans son ensemble.  
Informations sectorielles génériques → la première approche du secteur du Commerce

**Exemples d'émetteurs**

- ONISEP
- Studyrana
- L'Etudiant

2

**Informier sur les métiers et les formations**

Donner à voir le panel des métiers du commerce →  
Communiquer sur la diversité des métiers du Commerce au sens large  
Valoriser les métiers d'une branche.  
Valoriser les compétences requises pour les métiers du Commerce

- Parcours Métiers (TV)
- Jobteaser

3

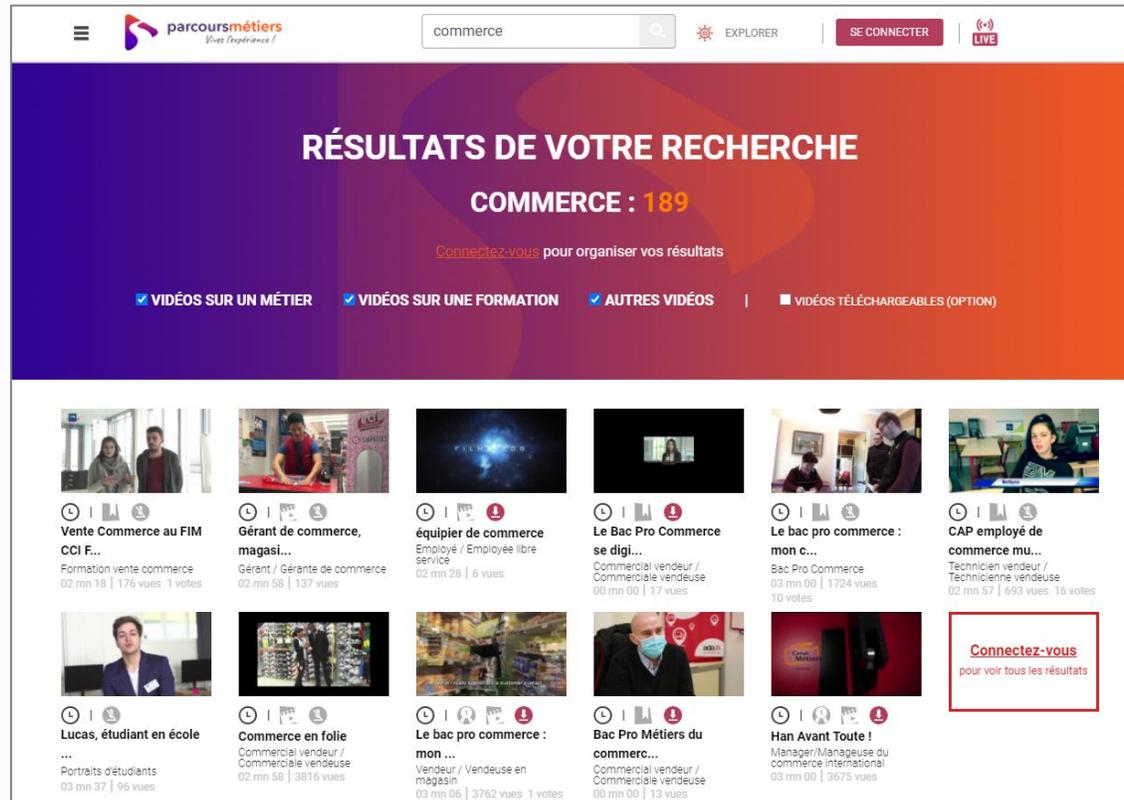
**Accompagner, convaincre, recruter (alternance)**

Informier sur les formations (écoles, alternance...) et sur les entreprises de la branche qui recrutent.  
Valoriser la formation « alternance », ses points forts.  
Rencontrer des professionnels.  
Trouver un job/stage/alternance.

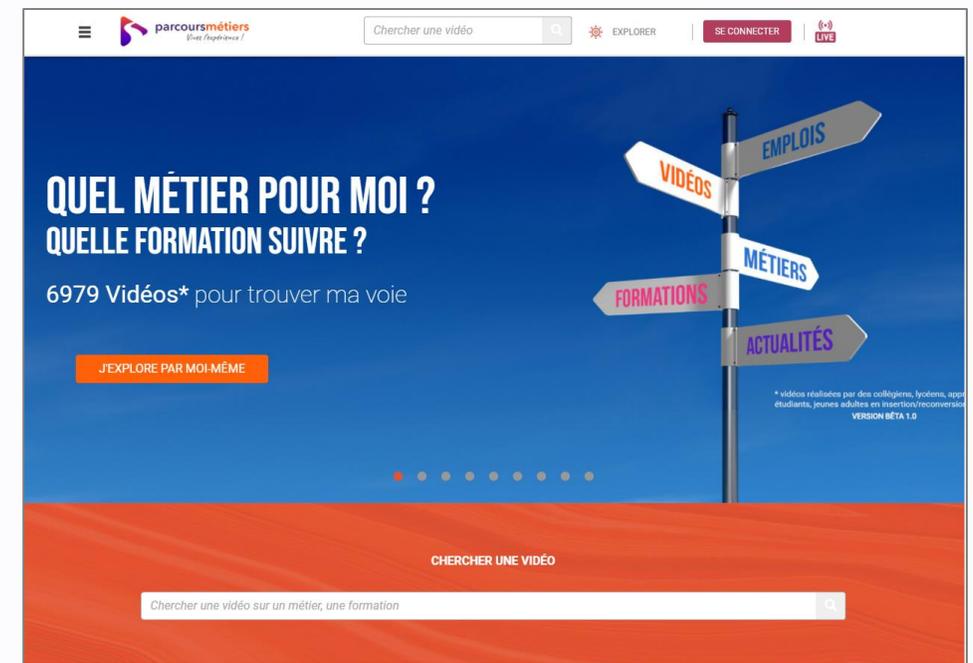
- Cité des métiers (événements et salons locaux)
- My job glasses
- Welcome to the jungle

# Parcours métiers.tv : une base vidéo « commerce » riche

## Objectif 1 2



Des vidéos par les jeunes et pour les jeunes  
 Contenus : vidéos, fiches métiers, compétences, formations, contacts de professionnels



### Rappel

**1**

Valoriser le commerce et la diversité de ses métiers

**2**

Informier sur les métiers et les formations

**3**

Accompagner, convaincre, recruter

# L'étudiant et jobirl ou comment s'immerger dans la vie d'un professionnel

Objectif **2** **3**

## L'ETUDIANT

Vis ma vie...

**Vis ma vie de sage-femme : "J'ai toujours voulu faire ce métier"**



Portrait Vis ma vie de sage-femme : "J'ai toujours voulu faire ce métier" Ce lundi 8 mars est placé sous le signe des...

publié le 08/03/21 à 11:06 | Journaux | France | [www.letudiant.fr](http://www.letudiant.fr)

**Vis ma vie de data scientist**



a posté une publication

Interview Vis ma vie de data scientist Le traitement du big data a ouvert de nouvelles perspectives dans de nombreux...

publié le 28/01/21 à 03:43 | Journaux | France | [www.letudiant.fr](http://www.letudiant.fr)

## JOBIRL

Un format 24h avec... : des vidéos en immersion, une possibilité de contacter des professionnels pour leur poser des questions

**Métier de journaliste web : 24h avec Guillaume Métier de journaliste ...**



Immersion dans les coulisses du métier de journaliste web avec Guillaume Ouattara Journaliste web spécialisé dans les médias, Guillaume Ouattara ne se prédestinait pas forcément à ce métier-là. Il a suivi auparavant des études d'ingénieur en...

publié le 05/03/21 à 19:06 | Blogs | France | [www.jobirl.com](http://www.jobirl.com)



24H avec Guillaume Ouattara, journaliste web

avec **GUILLAUME OUATTARA** par **jobirl.com**

Regarder sur YouTube

Le métier de journaliste web t'intéresse ? Pose toutes tes questions sur les **études**, les **opportunités de stage** et d'**emploi** aux pros journalistes web inscrits sur JobIRL :

**Je contacte des journalistes**

Rappel

**1**

Valoriser le commerce et la diversité de ses métiers

**2**

Informier sur les métiers et les formations

**3**

Accompagner, convaincre, recruter



### Café des parents "Parents de lycéens face aux étapes de l'orientation"



cidj 2021 a posté une publication

Un café à distance, un live convivial et des professionnels de l'orientation pour : Aider vos enfants à anticiper l'année de...

### Le Café des parents du CIDJ



Échangez avec des professionnels et d'autres parents pour accompagner vos enfants dans leur orientation.

Le Café des parents est animé par des conseillers du CIDJ, des coaches et des consultants experts du monde de l'éducation et de l'entreprise.

Tout au long de l'année le CIDJ, vous propose des rencontres et ateliers gratuits, pour accompagner les familles dans leurs réflexions et choix d'orientation.

Quand ? Le samedi après-midi, de 14h à 16h30

Où ? Au CIDJ, 101 Quai Branly Paris 15ème

Inscription : Gratuite, en complétant le formulaire en lien sur chaque événement

### Rappel

# 1

Valoriser le commerce et la diversité de ses métiers

# 2

Informers sur les métiers et les formations

# 3

Accompagner, convaincre, recruter

# Une opération RP : l'exemple du secteur de la boulangerie

## Objectif 1 3

Sur Facebook, le chef de l'État a écrit à un jeune couple qui vient de reprendre une boulangerie dans un petit village des Deux-Sèvres, pointe BFM TV.

Par LePoint.fr



Publié le 26/01/2021 à 08h00

Beugnon-Thireuil, 730 habitants et, depuis le mois de décembre 2020, une boulangerie. Ce petit village des Deux-Sèvres, situé à 30 kilomètres au nord de Niort, accueille en effet Aux p'tits bonheurs de Max, depuis plusieurs semaines. Chloé et Maxime, un couple âgé de 18 et 20 ans, a choisi de reprendre qui était fermé depuis presque un an. Ce lundi, ils racontent avoir reçu de soutien de la part d'Emmanuel Macron, qui les remercie de participer de la nation. Au sens propre », souligne BFM TV.

## La boulangerie, nouvel eldorado de l'emploi ?

Le secteur de la boulangerie cherche à recruter 9 000 personnes, rapporte « Le Figaro ». Des alternances sont possibles pour les 16-30 ans.

Par LePoint.fr



Publié le 22/01/2021 à 20h30

alors que le besoin se fait ressentir. Neuf mille candidats seraient nécessaires, a détaillé Dominique Anract, président de la Confédération nationale de la boulangerie, au micro de RTL ce vendredi 22 janvier. « L'avantage de l'apprentissage en alternance, c'est que vous pouvez trouver une boulangerie près de chez vous dans laquelle vous allez pouvoir vous former, il y en a 33 000 en France », argumente ainsi le représentant du secteur. Les Français de 16 à 30 ans peuvent bénéficier d'un apprentissage en alternance.



### Rappel

1

Valoriser le commerce et la diversité de ses métiers

2

Informers sur les métiers et les formations

3

Accompagner, convaincre, recruter

[https://www.lepoint.fr/societe/un-couple-de-boulangers-recoit-les-encouragements-d-emmanuel-macron-26-01-2021-2411162\\_23.php](https://www.lepoint.fr/societe/un-couple-de-boulangers-recoit-les-encouragements-d-emmanuel-macron-26-01-2021-2411162_23.php)

[https://www.lepoint.fr/economie/la-boulangerie-nouvel-eldorado-de-l-emploi-22-01-2021-2410801\\_28.php#xtmc=boulangerie&xtnp=1&xtr=1](https://www.lepoint.fr/economie/la-boulangerie-nouvel-eldorado-de-l-emploi-22-01-2021-2410801_28.php#xtmc=boulangerie&xtnp=1&xtr=1)

## 2 autres bonnes pratiques et pistes de réflexion issues des entretiens

### Objectif

1

**La promotion de l'alternance par une communication très axée « terrain »**

*« L'avantage des métiers du commerce du moins pour beaucoup d'entre eux, c'est que les jeunes côtoient régulièrement certaines enseignes dans lesquelles il pourrait y avoir une communication dédiée sur l'alternance et les opportunités proposées »*

2

**Montrer concrètement les contenus de cours :**

*« Les cours en ligne via la plateforme « Fun Mooc » par exemple est une piste, elle permet aux jeunes d'avoir un aperçu des cours dispensés par matière »  
(nb : la chaine les bons profs est aussi une piste de réflexion!)*

#### Rappel

1

Valoriser le commerce et la diversité de ses métiers

2

Informier sur les métiers et les formations

3

Accompagner, convaincre, recruter

# L'armée de terre : une campagne immersive

Objectif **3**



Rappel

**1**

Valoriser le commerce et la diversité de ses métiers

**2**

Informers sur les métiers et les formations

**3**

Accompagner, convaincre, recruter

# PROFIL DES RÉPONDANTS

## Les questions « filtres » pour accéder au questionnaire



### Critères à remplir

Que les étudiants qui sont au-delà du collège soient étudiants dans une formation « Commerce, Vente »



### Critères à remplir

Que le répondant ait au minimum 1 enfant

Que le parent se soit déjà renseigné sur l'orientation professionnelle de son/ses enfant(s)

Que les parents d'enfants qui sont au-delà du collège soient étudiants dans une formation « Commerce, Vente »

# Description de l'échantillon de la phase quantitative



## SEXE



## ÂGE



## CSP\*



## Région

  
**Jeunes**  
x400

Femme : **69%**  
Homme : **31%**

15 à 17 ans : **47%**  
18 à 20 ans : **36%**  
Plus de 20 ans : **17%**

## CSP\*

Région parisienne : **14%**  
Ouest ou Nord-Ouest : **26%**  
Nord & Est : **33%**  
Sud-Ouest : **7%**  
Sud-Est : **20%**

  
**Parents**  
x200

Femme : **96%**  
Homme : **4%**

Moins de 30 ans : **0%**  
30 à 40 ans : **15%**  
41 à 50 ans : **67%**  
Plus de 50 ans : **18%**

Artisan, commerçant,  
cadre, prof. libérale : **40%**  
Ouvrier, employé : **42%**  
Inactifs : **12%**  
NSPP : **6%**

Région parisienne : **7%**  
Ouest ou Nord-Ouest : **24%**  
Nord & Est : **32%**  
Sud-Ouest : **12%**  
Sud-Est : **25%**

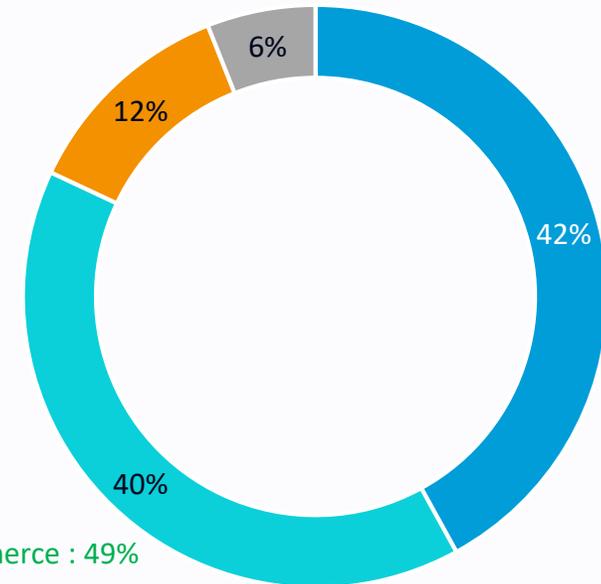
# Professions et catégories socioprofessionnelles des parents



## Q5. Etes-vous ?

Base répondants : 200 parents

| Profession                                    | %   |
|---|-----|
| Employé                                       | 40% |
| Cadre ou profession intellectuelle supérieure | 23% |
| Sans activité professionnelle                 | 11% |
| Profession intermédiaire                      | 10% |
| Artisan, commerçant ou chef d'entreprise      | 6%  |
| Ouvrier                                       | 2%  |
| Agriculteur, exploitant                       | 1%  |
| Retraité                                      | 1%  |
| Je préfère ne pas répondre                    | 6%  |



A un intérêt pour le commerce : 49%

- Ouvrier, employé
- Artisan, commerçant, cadre, prof. libérale
- Inactifs
- Ne se prononce pas

## Niveau d'étude des jeunes

Q4. Actuellement, où en êtes-vous dans votre scolarité ? Vous êtes....

Q7. Actuellement, où en est votre enfant dans sa scolarité ? Il est...

Base répondants : 400 jeunes et 200 parents

| Etablissement   | Niveau de l'échantillon « Jeunes » | Niveau des enfants de l'échantillon « Parents » |
|---|------------------------------------|---|
| Au collège  | 13%                                | 33%   |
| Au lycée  | 37%                                | 41%   |
| En BTS, IUT   | 24%                                | 9%  |
| En école spécialisée (commerce, ingénierie, art, social et paramédical, communication...) | 20%                                | 14%   |
| En classe préparatoire aux grandes écoles   | 1%                                 | 1%  |
| A l'université  | 5%                                 | 2%  |

# ANALYSE ÉDITORIALE



### Canaux utilisés :

Site internet, salons, magazines, TV online, Conseillers d'orientation, réseaux sociaux



### Emetteur / Sources relais :

Ministère de l'Education Nationale  
Partenariat avec secteurs et sociétés (ex : partenariat avec la société du Grand Paris – BTP)



### Cibles :

Collégiens, lycéens, étudiants, parents, professeurs (onglets par profils)



### Audience (Janvier 2021) :

3,15 M de visites  
3,3 pages par visite  
3,37 min en moyenne par visite



### Tonalité :

Institutionnelle, pédagogique  
Vouvoiement utilisé



### Contenus :

Plaquette, fiches métiers, test, articles, quizz, RDV, vidéo, FAQ, Q&A, témoignages, guide, magazines, Mooc



### Temporalité / Récurrence :

Mise à jour des contenus régulière

## SYNTHÈSE

### Cohérence des supports : 3/5

De nombreux supports, différents sites dédiés aux supports (OnisepTV, Librairie Onisep). Plusieurs formats pour une seule information

### Profondeur de l'information : 4/5

Les informations sont détaillées, approfondies et régulièrement mises à jour. Seul bémol, il y a tellement d'information qu'on peut s'y perdre

### Qualité de la navigation : 1/5

Beaucoup de pages et rubriques, un taux de rebond important (55%). La navigation n'est pas fluide

### Valorisation commerce, alternance: 3/5

Commerce : il y en a quand on les recherche (témoignages, fiches métier, présentation du secteur)

Alternance : des dossiers d'articles et quizz mais ne sont pas mis en avant

Note globale :

**11/20**

VOUS  
PRÉPAREZ  
UN BAC  
GÉNÉRAL

VOUS  
PRÉPAREZ  
UN BAC  
TECHNO

COLLÈGE

LYCÉE, CFA

APRÈS LE BAC

ÉQUIPES ÉDUCATIVES

PARENTS

HANDICAP

MÉTIER

CAP VERS L'EMPLOI

PRÈS DE CHEZ VOUS



RECHERCHE LIBRE



RECHERCHE THÉMATIQUE

UN MÉTIER

UNE FORMATION

UN ÉTABLISSEMENT

UN LIEU D'INFORMATION

DEVENEZ  
INGÉNIEUR.E

DEVENEZ  
INGÉNIEUR.E



TÉLÉCHARGEZ NOS GUIDES

VIENT DE PARAÎTRE



LIBRAIRIE

ONISEP TV

MON ORIENTATION EN LIGNE

NOUVELLES CHANCES

**PARCOURSUP :  
CONSULTEZ LES  
FICHES ÉLÈVES**



1  
CONCOURS

1  
CONCOURS

34  
ÉCOLES

16  
ÉCOLES

# Welcome to the Jungle



## Canaux utilisés :

Site internet, Newsletter, Réseaux sociaux, Appli mobile  
Contenus gratuits et payants (Welcome Originals, 3,90€/mois)



## Sources relais :

Entreprises inscrites sur la plateforme  
Experts et pro interrogés dans les contenus



## Cibles :

Etudiants et actifs en recherche d'emploi  
Entreprises et professionnels



## Audience (Janvier 2021) :

2,54 M de visites  
5,2 pages par visite  
4,26min en moyenne par visite



## Tonalité :

Tutoiement utilisé  
Innovation, créativité, familial



## Contenus :

Fiches présentations entreprises, offres d'emploi, articles, podcast, séries, Ebook, challenges



## Temporalité / Récurrence :

1 à 2 articles gratuits par jour  
Contenus mensuels et challenges quotidiens payants

## SYNTHÈSE

**Cohérence des supports : 5/5**

Des fiches de présentation d'entreprises et offres. Des articles gratuits et des séries, podcasts de qualité payant. On trouve son entreprise/job avec en plus des tips

**Profondeur de l'information : 5/5**

Entreprises et offres : fiches détaillées (RH, valeurs, témoignages)  
Contenus payants : des témoignages de pros reconnus et internationaux

**Qualité de la navigation : 4/5**

Des recherches par entreprise/offres  
Un site fluide, visuel et innovant  
Un site dédié aux contenus payants

**Valorisation commerce, alternance: 2/5**

Commerce : Des offres d'emploi  
Alternance : Des offres d'alternance et stage  
Une rubrique d'articles « Comment réussir son stage/alternance »

Note globale :

**16/20**



# WORK FOR MORE

**Construisons ensemble la nouvelle expérience au travail**

Découvrez de nouvelles façons de travailler si, comme nous, vous pensez que le travail peut et doit être différent

[Découvrez les offres d'emploi](#)



[Trouvez la tribu qui vous correspond](#)



[Découvrez tout sur la vie au travail](#)



**Apprenez des meilleurs. Boostez votre carrière.**



### Canaux utilisés :

Site internet, réseaux sociaux, newsletter, événements, rendez-vous avec des conseillers physiques, par tchat et par téléphone



### Financeurs / Partenaires :

Ministère de l'Education Nationale, Régions, Mairies, Commission Européenne  
Pôle Emploi, Onisep, Erasmus, Studyrama, Entreprises privées



### Cibles :

Jeunes de 15 à 25 ans  
Parents



### Audience (Janvier 2021) :

2,14 M de visites  
1,7 pages par visite  
1,41 min en moyenne par visite



### Tonalité :

Institutionnelle  
Vouvoiement utilisé



### Contenus :

Fiches métiers et diplômes, présentation des écoles, et secteurs, actualités et témoignages en articles, vidéos et podcasts, offres de stage, alternances



### Temporalité / Récurrence :

Contenus mis à jour régulièrement

## SYNTHÈSE

### Cohérence des supports : 4/5

De nombreux formats comme les articles, fiches synthétiques, websérie, vidéos, podcasts et rendez-vous pour découvrir les métiers, secteurs et diplômes.

### Profondeur de l'information : 4/5

Les informations sont détaillées et régulièrement mises à jour. Les informations sont bien classées pour les trouver facilement.

### Qualité de la navigation : 4/5

Recherche par mots clés, informations classées par thématiques. Site visuel et épuré. La navigation est fluide

### Valorisation commerce, alternance: 3/5

Commerce : On trouve des présentations des métiers, du secteur et des diplômes quand on les recherche

Alternance : Un onglet « Alternance » qui rassemble des articles et des offres

Note globale :

**15/20**

JOURNÉE  
PORTES  
OUVERTES



L'école des métiers créatifs

PARIS BORDEAUX LILLE NANTES RENNES STRASBOURG TOULOUSE

JOURNÉE  
PORTES  
OUVERTES

LIVE

Handijeunes

A+ A-



cidj.com  
#InfoJeunesse



Rechercher des études, métiers, emplois, stages, loisirs

Rechercher



Agenda



Newsletter



Connexion

ORIENTATION  
& MÉTIERS

ÉTUDES,  
FORMATIONS &  
ALTERNANCE

EMPLOI, JOBS &  
STAGES

PARTIR À  
L'ÉTRANGER

VIE  
QUOTIDIENNE

ESPACE PRO

NOUS  
RENCONTRER

Publicité

Sup de Vente<sup>SM</sup>  
Le sens des affaires

Vente et Ingénierie d'Affaires - Achats, Supply Chain  
Marketing, Digital - Relation Client  
Commerce, Retail - International

ARTICLE

## J'ai osé... participer à Incroyable Talent

Avec son nouveau spectacle 100% digital "Connexions", Éric Antoine ose. Il ose se renouveler, s'adapter et rester proche de son public dans une période où les distanciations sociales sont pourtant la règle. Oser, il a dû le faire plus d'une fois au cours de sa carrière. Dans ce nouvel épisode de notre websérie "J'ai osé", le magicien-humoriste revient sur son parcours, des...

Lire l'article

LIVE

Réserver  
votre place

Réserver  
votre place

06  
Mars  
Paris  
Bordeaux

13  
Mars  
Lille  
Toulouse



MODE



DIGITAL



3D



VIDEO



DESIGN



GRAPHISME



### Canaux utilisés :

Lieux d'accueil physiques, rendez-vous avec des conseillers, pages d'informations sur les sites des régions



### Emetteur / Sources relais :

Régions, Pôle Emploi



### Cibles :

Des jeunes en formation aux adultes en reconversion professionnelle en passant par les parents



### Audience (Janvier 2021) :

Pas d'information



### Tonalité :

Institutionnelle  
Vouvoiement utilisé



### Contenus :

Plaquette d'informations sur les métiers, formations, certifications, débouchés, niveaux de rémunération sur place  
Accompagnement par des conseillers



### Temporalité / Récurrence :

Pas d'information

## SYNTHÈSE

### Cohérence des supports : 3/5

Des supports papiers à disposition dans les lieux physiques pour compléter les rendez-vous avec des conseillers.

### Profondeur de l'information : 5/5

Les rendez-vous physiques permettent un accompagnement personnalisé et des informations ciblées.

### Qualité de la navigation : 1/5

Les informations sur les SPRO disponibles sur internet sont très faibles, il n'y a que les infos de contacts et leur mission. Sans se rendre sur place, pas d'informations.

### Valorisation commerce, alternance: 0/5

Commerce : Pas d'information sur les sites internet

Alternance : Pas d'information sur les sites internet

Note globale :

**9/20**

# Le Service Public Régional de l'Orientation (SPRO), qu'est-ce que c'est ?

par Gip Alfa Centre-Val de Loire (PaD-CD) - Mise à jour 19 février 2021. Le 17/10/16 10:05.



**Le SPRO est un service d'information de proximité qui répond à vos questions concernant les formations et les métiers. Le SPRO est organisé par la Région Centre-Val de Loire depuis 2015.**



## POUR EN SAVOIR PLUS

[Guide lieux d'information du SPRO en Centre-Val de Loire](#)

[Liste des structures du SPRO en Centre-Val de Loire](#)

[Le n° Etoile info](#)

[Zoom sur le CEP sur Etoile](#)

[Plaquette SPRO en Centre-Val de Loire](#)

[Le SPRO sur l'espace pro d'Etoile](#)

## ETOILE INFO





### Canaux utilisés :

Site internet, réseaux sociaux, rendez-vous physiques, événements, option scolaire pour les 3ème (3h/semaine pour découvrir des métiers)



### Emetteur / Sources relais :

Les Chambre de commerce et d'Industrie locales



### Cibles :

Jeunes de 13 à 25 ans  
Collégiens, lycéens et étudiants du supérieur



### Audience (Janvier 2021) :

2,14 M de visites  
1,7 pages par visite  
1,41 min en moyenne par visite



### Tonalité :

Institutionnelle  
Vouvoiement utilisé



### Contenus :

Des événements régionaux (Nuits de l'orientation) et mini-stage de découverte. Des rendez-vous avec des conseillers, une option scolaire « DP3 » de découverte des métiers



### Temporalité / Récurrence :

Des contenus régulièrement mis à jour

## SYNTHÈSE

### Cohérence des supports : 3/5

Des rendez-vous physiques avec des conseillers concrétisés avec des événements, mini-stage et une option scolaire. Peu de contenus disponible en ligne

### Profondeur de l'information : 5/5

Le suivi par un conseiller permet de personnaliser les informations et les événements comme les mini-stages offrent la possibilité de « tester » les métiers envisagés par le jeune.

### Qualité de la navigation : 3/5

Dépend des sites régionaux mais globalement les différentes actions sont mises en avant et facilement identifiables. La navigation est fluide.

### Valorisation commerce, alternance: 2/5

Commerce : Pas de contenus mis en avant

Alternance : Une page dédiée à l'apprentissage sur le site avec des vidéos, guides, articles et conseils.

Note globale :

**13/20**



# DÉFINIR SON ORIENTATION PROFESSIONNELLE

L'orientation, c'est permettre à tout individu, tout au long de sa vie, de faire des choix éducatifs ou professionnels et de gérer son évolution professionnelle.

< Formation

## L'Orienta-tion profes-sionnelle

Les nuits de l'orientation

Le mini-stage de décou-verte professionnelle

La découverte profes-sionnelle au collège

Le réseau Point A



**Canaux utilisés :**

Sites internet régionaux, rendez-vous physiques ou téléphoniques avec des conseillers, événements, réseaux sociaux et newsletter



**Emetteur / Sources relais :**

Régions, Départements, Union Européenne, Préfectures régionales et villes



**Cibles :**

Des jeunes en questionnement sur leur orientation aux adultes en reconversion professionnelle



**Audience (Janvier 2021) :**

Pas d'information



**Tonalité :**

Institutionnelle  
Vouvoiement utilisé



**Contenus :**

Fiches métiers par secteurs ou centres d'intérêts, événements de présentation de métiers, ateliers gratuits et vidéos de témoignages de professionnels et interviews



**Temporalité / Récurrence :**

Des contenus mis à jour régulièrement

## SYNTHÈSE

**Cohérence des supports : 4/5**

Des rendez-vous physiques et des événements complétés par des contenus en ligne visuels et pratiques.

**Profondeur de l'information : 4/5**

Les rendez-vous physiques offrent une information ciblée qui peut-être complétée par des informations détaillées en ligne.

**Qualité de la navigation : 3/5**

Dépend des sites régionaux mais globalement les informations sont facilement accessibles et les contenus sont visuels. La navigation est fluide.

**Valorisation commerce, alternance: 2/5**

Commerce : Des fiches métiers et présentation du secteur quand on les recherche

Alternance : Pas de contenus

Note globale :

**13/20**

la cité  
des Métiers

de Marseille  
et de Provence  
Alpes Côte d'Azur

# LA CITÉ DES MÉTIERS

LA CITÉ DES MÉTIERS DE MARSEILLE ET DE PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR

DÉCOUVRIR

ÊTRE ACCUEILLI

AGENDA

FICHES MÉTIERS

OUTILS

SUIVEZ LE GUIDE

NOS VIDÉOS

À Marseille, la Cité des métiers est fermée ! Horaires : 10:00 - 17:00 du lundi au vendredi.

[Venir à la Cité des métiers >](#)

Des conseiller.ère.s sont à votre écoute pour vous orienter dans vos choix professionnels.

Des ordinateurs sont disponibles en libre accès pour faciliter vos recherches.

NOS SERVICES SONT ÉGALEMENT ACCESSIBLES EN **VISIO-CONFÉRENCE** OU **PAR TELEPHONE** !

[Conseil à distance >](#)

[Info-métiers >](#)

[Ateliers >](#)

Pour découvrir tout le programme cliquez **ici** !



## Canaux utilisés :

Sites internet, salons, réseaux sociaux, rendez-vous de coaching



## Sources relais :

MyRoad : plateforme orientation  
L'Étudiant trendy : articles lifestyle étudiant

L'Étudiant EducPro : pour les professeurs du supérieur

Myfuturness : test orientation en ligne



## Cibles :

Collégiens, lycéens, étudiants post bac, jeunes actifs et parents



## Audience (Janvier 2021) :

5,07 M de visites

2,9 pages par visite

3,18 min en moyenne par visite



## Tonalité :

Institutionnelle

Vouvoiement employé

Plus marketing qu'académique



## Contenus :

Test et quizz sur les métiers, études, personnalité, etc. Des articles avec interview, reportage, etc. Des offres de stages, alternances, job étudiants. Des présentations des écoles et formations



## Temporalité / Récurrence :

Des contenus mis à jour régulièrement

Des articles postés quotidiennement

## SYNTHÈSE

### Cohérence des supports : 4/5

Des événements physiques et des contenus en ligne sous différents formats, classiques comme les fiches métiers et interactifs avec les quizz et tests.

### Profondeur de l'information : 4/5

Beaucoup d'information, de l'orientation à la recherche d'emploi en passant par les actualités du monde du travail.

### Qualité de la navigation : 3/5

Le site est bien organisé et les informations sont regroupées par thématiques. Les recherches sont faciles et la navigation est fluide.

### Valorisation commerce, alternance: 3/5

Commerce : En recherchant on trouve des fiches métiers, présentations du secteur, des formations et écoles, des offres.

Alternance : Offres, salons, articles

Note globale :

**14/20**



## DEVIENS INGÉNIEUR(E) DU NUMÉRIQUE



PORTES  
OUVERTES

SAMEDI  
6 MARS  
2021

JE M'INSCRIS

Cti



**SALONS VIRTUELS**

Trouvez votre formation



**TESTS MÉTIERS**

Quel métier vous convient ?



**PARCOURSUP**

Attendus, dates, inscriptio...



**ORIENTATION**

Nouvelle solution interactive





## Canaux utilisés :

Site internet, salons, newsletters, réseaux sociaux, forum de discussions, librairie en ligne



## Sources relais :

Ton avenir : conseiller d'orientation  
Studyrama parents : site internet dédié aux parents



## Cibles :

Collégiens, lycéens, étudiants, jeunes actifs, parents, professeurs, recruteurs



## Audience (Janvier 2021) :

2,18 M de visites  
3,4 pages par visite  
2,41 min en moyenne par visite



## Tonalité :

Institutionnelle / Professionnelle  
Vouvoiement utilisé



## Contenus :

Tests d'orientation (par profil, centre d'intérêt, etc.), articles avec interviews ou décryptages, fiches de révisions et sujets corrigés, fiches métiers, formations. Des offres de stages et alternances. Des documents types (CV), des vidéos de FAQ, interviews, salons.



## Temporalité / Récurrence :

Contenus mis à jour régulièrement

## SYNTHÈSE

### Cohérence des supports : 4/5

De multiples supports disponibles en ligne, classiques comme les fiches métiers et interactifs comme le forum, les tests et les FAQ.

### Profondeur de l'information : 4/5

Des informations sur l'orientation, les métiers et les formations et des contenus pour préparer l'insertion (modèle de CV, tips, offres) et réussir ses études (fiches révisions)

### Qualité de la navigation : 4/5

Entrées par profils et besoins d'information. Des contenus visuels et interactifs pour navigation fluide malgré le nombre de pages.

### Valorisation commerce, alternance: 4/5

Commerce : En recherchant on trouve des fiches métiers/ formations et des offres. Il existe une playlist Youtube « Ecole de commerce »

Alternance : En recherchant on trouve des offres, articles, etc. et une playlist « L'alternance » sur Youtube

Note globale :

# 16/20



# FORMATION BAC+5 INGÉNIERIE & COMMERCE

[>> En savoir plus](#)



**LES PROCHAINS  
SALONS THÉMATIQUES  
DU MOIS DE MARS**

**SALONS VIRTUELS  
DES FORMATIONS & MASTERS EN  
JOURNALISME & COMMUNICATION**  
jeudi 4 mars

**SALON VIRTUEL  
DES FORMATIONS ET MÉTIERS  
DE LA MODE**  
jeudi 4 mars



Spécialités, programme,  
épreuves, fiches de révisions :  
**DOSSIER SPÉCIAL BAC !**



D'AFFAIRES INDUSTRIELLES



### Canaux utilisés :

Rendez-vous avec des conseillers locaux, site internet et réseaux sociaux



### Emetteur / Sources relais :

Studyrama



### Cibles :

Jeunes de 14 à 25 ans  
Parents



### Audience (Janvier 2021) :

Pas d'informations



### Tonalité :

Institutionnelle  
Vouvoiement utilisé



### Contenus :

Articles sur l'orientation, fiches de présentation des conseillers et de la méthodologie utilisée



### Temporalité / Récurrence :

Pas d'information sur la fréquence de publication des articles

## SYNTHÈSE

**Cohérence des supports : 3/5**

Des informations sur le site pour connaître les conseillers et leur manière de travailler.

**Profondeur de l'information : 2/5**

Des articles longs et détaillés et des fiches de présentation des conseillers et de leur manière de travailler.

**Qualité de la navigation : 4/5**

Navigation fluide, on recherche facilement un conseiller et c'est visuel car on voit sa photo sur sa fiche de présentation.

**Valorisation commerce, alternance: 1/5**

Commerce : Des articles quand on les recherche

Alternance : Des articles quand on les recherche

Note globale :  
**10/20**



Rechercher... [search icon]

Accueil

Orientation scolaire ▾

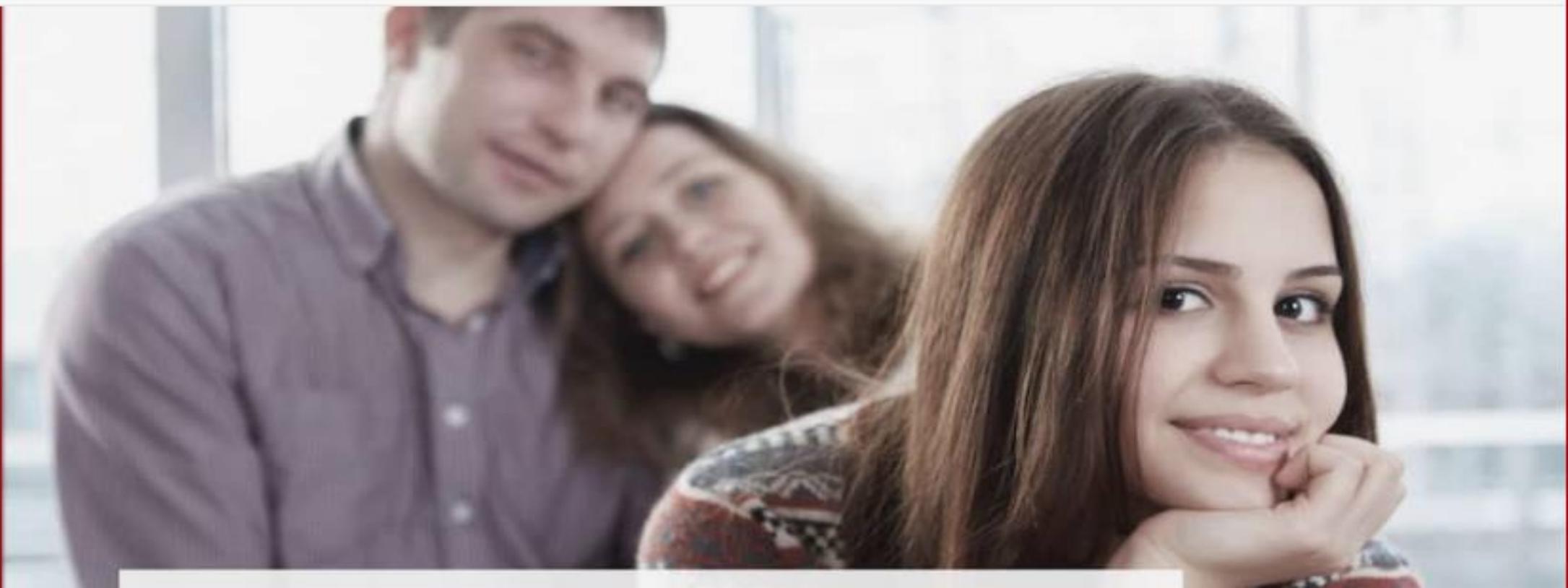
Inscriptions post-bac ▾

Méthodes de travail

Préparation entretien

Préparation concours ▾

VID-19





### Canaux utilisés :

Site internet, **salons** régionaux et réseaux sociaux



### Emetteur / Sources relais :

Le Figaro Etudiant  
Partenaire : Le Gouvernement



### Cibles :

Jeunes de 18 à 25 ans



### Audience (Janvier 2021) :

Pas d'information



### Tonalité :

Institutionnelle  
Vouvoiement utilisé



### Contenus :

Rencontre avec des représentants d'écoles et formations, coachings sur l'orientation, conférences, tutos, schémas des parcours possibles pour un métier, vidéos et lives des événements, interviews vidéos



### Temporalité / Récurrence :

Des événements régionaux tout au long de l'année

## SYNTHÈSE

### Cohérence des supports : 3/5

Toutes les informations sont dans les événements. Le site sert seulement d'agenda. Sur les réseaux sociaux on peut trouver les informations en regardant les lives ou replay des salons.

### Profondeur de l'information : 4/5

Des événements avec différents contenus : rencontres, ateliers, conférences et coachings.

### Qualité de la navigation : 2/5

Sur le site internet on trouve seulement les informations sur les événements, les présentations sont visuelles. Les autres contenus sont majoritairement sur les réseaux sociaux.

### Valorisation commerce, alternance: 2/5

Commerce : Pas de contenu

Alternance : En recherchant on trouve un événement digital dédié à l'alternance

Note globale :  
**11/20**

Évènement terminé. Découvrez les prochaines dates dès maintenant en cliquant ici !

CHOISIS TON  
**ORIENTATION**  
LE FIGARO étudiant

[ACCUEIL](#) [COMMENT ÇA MARCHE ?](#)

étudier à

**PARIS CRÉTEIL VERSAILLES**

- **TON RDV ORIENTATION** -

DU 07 NOV. AU 13 NOV. PROLONGATION JUSQU'AU 31 DÉC.





### Canaux utilisés :

Site internet (plateforme de rencontres), Réseaux sociaux, Webinar et Observatoire du premier emploi



### Emetteur / Sources relais :

Start-up de la station F  
Partenariat avec Ipsos pour l'Observatoire du premier emploi  
Professionnels et entreprises inscrits sur la plateforme



### Cibles :

Etudiants post bac  
Jeunes actifs  
Professionnels  
Entreprises



### Audience (Janvier 2021) :

71,4 K de visites  
7,7 pages par visite  
5,28 min en moyenne par visite



### Tonalité :

Professionnelle / Réseaux  
Vouvoiement utilisé



### Contenus :

Fiches de présentation des pro (poste, expériences, disponibilités, taux de réponses, etc.)  
Fiches de présentations des étudiants (formation, infos de contacts)



### Temporalité / Récurrence :

Les informations sont régulièrement mises à jour

## SYNTHÈSE

**Cohérence des supports : 4/5**

Une plateforme de rencontres enrichie par des informations et événements sur le marché du travail

**Profondeur de l'information : 4/5**

Des fiches de contacts détaillées pour bien cibler le professionnel avec qui prendre contact. Les rencontres en direct permettent une information ciblée

**Qualité de la navigation : 5/5**

Entrées par profil (étudiants, pro, entreprises), recherche par secteurs, métiers, entreprises. Les fiches sont visuelles et bien organisée. On navigue de profil en profil avec fluidité (7,7 pages / visite)

**Valorisation commerce, alternance: 2/5**

Commerce : des professionnels du commerce inscrits sur la plateforme  
Alternance : pas de contenus

Note globale :

**15/20**

# Le révélateur de vocations



**My Job Glasses** révolutionne l'orientation et le recrutement des jeunes en connectant étudiants et professionnels.

## VOUS ÊTES

- ÉTUDIANT
- ENTREPRISE
- PROFESSIONNEL



### Canaux utilisés :

Site internet (plateforme de recrutement), événements et réseaux sociaux



### Sources relais :

Entreprises inscrites sur la plateforme  
Organismes de formation et écoles inscrites sur la plateforme



### Cibles :

Jeunes de 18 à 30 ans  
Entreprises en recrutement  
Ecole et organismes de formation



### Audience (Janvier 2021) :

2,2 M de visites  
8 pages par visite  
5,41 min en moyenne par visite



### Tonalité :

Professionnelle / Proximité  
Vouvoiement utilisé  
-> #WeveGotYourBack



### Contenus :

Offres de job, stages, alternances.  
Fiches métiers, formation et présentation des écoles. Des conseils et tips sous forme de vidéos et articles, des forums de recrutement ou coaching.



### Temporalité / Récurrence :

Des contenus régulièrement mis à jour

## SYNTHÈSE

### Cohérence des supports : 4/5

Des contenus disponibles en ligne pour mieux connaître les métiers et formations et trouver des offres. Des articles et vidéos pour plus d'informations et enfin des événements pour aller plus loin.

### Profondeur de l'information : 4/5

Les informations sont détaillées et multiples. On peut être accompagné de l'orientation à la recherche d'un job.

### Qualité de la navigation : 4/5

Création de profil qui facilite les recherches. Les informations sont bien regroupées, quand on recherche un métier on trouvera les offres et formations pour celui-ci

### Valorisation commerce, alternance: 3/5

Commerce : Fiches métiers et vidéos de professionnels quand on les recherche

Alternance : Des offres d'alternance quand on les recherche

Note globale :

**15/20**



# Hello. Vous êtes sur JobTeaser.

Conseils, stage, alternance, emploi.  
Sans prise de tête.

[Créer mon profil](#)





**Canaux utilisés :**

Comptes TikTok et Instagram



**Emetteur / Sources relais :**

Pas de partenaires ou émetteur  
Compte géré par 3 lycéennes



**Cibles :**

Lycéens



**Audience (Janvier 2021) :**

Pas d'information sur l'audience



**Tonalité :**

Humoristique  
Tutoiement utilisé



**Contenus :**

Vidéos de tips pour le bac,  
présentation des spécialités,  
challenges, présentation des filières  
post bac et métiers, informations  
sur Parcoursup, quotidien des  
lycéens



**Temporalité / Récurrence :**

1 vidéo tous les 2/3 jours sur Tiktok  
2 posts instagram par jour

## SYNTHÈSE

**Cohérence des supports : 2/5**

Deux supports utilisés, les vidéos au format Tiktok et les visuels Instagram avec des infos rédigées

**Profondeur de l'information : 3/5**

Les informations ne sont pas détaillées, présentations rapides dues au format des vidéos Tiktok et des posts Instagram  
Différents sujets abordés

**Qualité de la navigation : 2/5**

Navigation fluide liée aux applications Tiktok et Instagram

**Valorisation commerce, alternance: 0/5**

Commerce : Aucun contenu

Alternance : Aucun contenu

Note globale :

**7/20**

< My\_parcoursup ...



@my\_parcoursup

42 Abonné(e) | 16,9K Abonnés | 371,2K J'aime

S'abonner

Le média d'orientation post-bac 🎓 ⚡  
 Insta : @my\_parcoursup  
 Pose-moi une question

Grid of video thumbnails:

- Thumbnail 1: Laptop with a US map and a whiteboard. 1397 views.
- Thumbnail 2: Green background with text 'KAPPEL pour SECONDES'. 1051 views.
- Thumbnail 3: A woman speaking. Text 'choisir pour...'. 4362 views.
- Thumbnail 4: A woman speaking. 1051 views.
- Thumbnail 5: A woman speaking. 4362 views.
- Thumbnail 6: Pink background with text 'mes de SUJET pour LE GRAND ORAL'. 1815 views.
- Thumbnail 7: A woman speaking. Text 'spécialités...'. 14.3K views.

< My\_parcoursup ...

Grid of video thumbnails:

- Thumbnail 1: A wooden building. 1026 views.
- Thumbnail 2: Pink background with text 'mes de SUJET pour LE GRAND ORAL'. 1815 views.
- Thumbnail 3: A woman speaking. Text 'spécialités...'. 14.3K views.
- Thumbnail 4: A woman speaking. Text 'Ne choisissez jamais un métier en fonction de l'argent'. 7529 views.
- Thumbnail 5: Text 'La Licence Administration Économique et sociale'. 3911 views.
- Thumbnail 6: Text '5 applis à utiliser au quotidien ! (et qui sauvent la vie!)'. 5241 views.
- Thumbnail 7: A woman speaking. 2907 views.
- Thumbnail 8: A laptop screen showing a website. 10,3K views.
- Thumbnail 9: A woman with arms raised. Text 'on doit mettre notre galerie ces dernières semaines...'. 4068 views.
- Thumbnail 10: A woman speaking. Text 'Si mes matières à l'école pouvaient marcher'. 10,3K views.



**Canaux utilisés :**

Site internet et réseaux sociaux



**Sources relais :**

Ecoles et organismes de formations inscrits sur la plateforme



**Cibles :**

14-18 ans en CAP et Bac Pro  
18-25 ans en recherche d'école et formations  
Adultes en recherche de formation



**Audience (Janvier 2021) :**

1,6 M de visites  
3,9 pages par visite  
2,41 min en moyenne par visite



**Tonalité :**

Institutionnelle  
Vouvoiement utilisé



**Contenus :**

Présentation des écoles, avis sur l'école, informations sur les formations et journée portes ouvertes. Articles sur l'actu de l'enseignement supérieur et des écoles.



**Temporalité / Récurrence :**

Contenus mis à jour régulièrement

## SYNTHÈSE

**Cohérence des supports : 2/5**

Pas de diversités des supports : fiches de présentation des formations et école et articles sur l'actualité de l'enseignements supérieur

**Profondeur de l'information : 3/5**

Les formations sont détaillées, on apprend comment y postuler, les avis sur cette formation et les dates des journées portes ouvertes.

**Qualité de la navigation : 4/5**

Recherche d'école par diplôme, domaine, ville  
Fiches bien organisées et navigation fluide.

**Valorisation commerce, alternance: 1/5**

Commerce : Formation et école en recherchant

Alternance : Aucun contenu

Note globale :

**10/20**

# TROUVEZ LA BONNE ÉCOLE

EN FONCTION :

du **diplôme**  
que vous visez



du **domaine**  
qui vous intéresse



de la **ville**  
où vous voulez étudier



## 1. Orientation

Trouvez les formations qui correspondent à votre profil

## 2. Information

Consultez les fiches des formations et celles des établissements

## 3. Décision

Parlez directement aux responsables des formations qui vous intéressent pour choisir la bonne formation

### Diplomeo en chiffres

 + de 2 500 000 étudiants orientés

 + de 46 000 formations

 + de 20 000 avis

 + de 9 000 établissements

 + de 260 villes

 + de 240 filières

## Orientation - Réorientation : trouver son école en quelques clics

L'orientation. Une préoccupation majeure pour chacun d'entre nous, que l'on soit collégien, lycéen, étudiant ou même actif.

Quel sens ai-je envie de donner à ma vie ? Quelle formation dois-je suivre pour exercer un jour le métier qui me correspond, et m'épanouir ?

Diplomeo, partenaire de votre orientation, vous accompagne pas à pas dans la construction de votre projet professionnel.

**Canaux utilisés :**

Site internet, lettre d'information, numéro d'appel, réseaux sociaux, flux RSS

**Emetteur / Sources relais :**

Etat, Régions et partenaires sociaux  
Partenaires institutionnels : Erasmus, Onisep, Pôle Emploi, CIDJ, etc.  
Carif régionaux

**Cibles :**

Jeunes et adultes en reconversion professionnelle

**Audience (Janvier 2021) :**

554,46 K de visites  
1,56 pages par visite  
1,33 min en moyenne par visite

**Tonalité :**

Institutionnelle  
Vouvoiement utilisé

**Contenus :**

Etudes chiffrées sur les métiers qui recrutent, vidéos, articles, témoignages, informations sur les formations, fiches métiers, se former à l'étranger

**Temporalité / Récurrence :**

Mise à jour régulière des contenus

# SYNTHÈSE

**Cohérence des supports : 3/5**

Des supports diversifiés : vidéos, articles et études chiffrées.  
Plusieurs supports pour une même information.

**Profondeur de l'information : 4/5**

Des informations détaillées et approfondies : fiches métiers, études chiffrées sur les métiers, présentations des formations pour celui-ci et témoignages de professionnels.

**Qualité de la navigation : 3/5**

Recherche par profils (niveau, secteur, thématiques, etc.) et diversité des contenus pour une navigation fluide.

**Valorisation commerce, alternance: 2/5**

Commerce : Présentations des métiers, formations, écoles et secteurs en les recherchant

Alternance : Renvoi vers « Portail de l'alternance »

Note globale :

# 12/20

## 🔍 RECHERCHER

[Offres de formation](#)[Métiers](#)[Établissements](#)[Actualités](#)[Agenda](#)[Certifications](#)[Vidéos métiers](#)

RECHERCHER UNE OFFRE DE FORMATION



**DONNEZ VOTRE AVIS SUR LE SITE**

Publicité



Dans l'audiovisuel et les médias numériques, mes compétences sont toujours en évolution.  
Les formations professionnelles de l'INA sont là pour me faire progresser.

[Retrouvez notre catalogue 2021](#)



### Canaux utilisés :

Site internet, réseaux sociaux et événements, Observatoire Parcours Métiers, Concours



### Sources relais :

Concours vidéo : Ministère du Travail, Ministère de l'Education Nationale, Ministère de l'Enseignement supérieur

Partenaires : entreprises privées



### Cibles :

Jeunes de 15 à 25 ans  
Professeurs



### Audience (Janvier 2021) :

Pas d'information sur l'audience



### Tonalité :

Institutionnelle / distante  
Créativité



### Contenus :

Articles et vidéos sur l'actualité du monde professionnel, vidéos réalisées par des jeunes, Rencontre avec personnalités, remises de prix du concours



### Temporalité / Récurrence :

Pas d'information

## SYNTHÈSE

### Cohérence des supports : 3/5

Des support innovants et engageants : des vidéos réalisées par les jeunes et remises de prix pour ces vidéos. Des articles également disponibles.

### Profondeur de l'information : 3/5

Un regard intéressant car les contenus sont sous le prisme des jeunes qui ont réalisé les vidéos. Il y a aussi des informations sur le marché du travail actuel.

### Qualité de la navigation : 3/5

On peut se créer un compte et la navigation est fluide et visuelle. On peut rechercher des vidéos par envies, niveau, domaine, filière.

### Valorisation commerce, alternance: 5/5

Commerce : 487 vidéos (commerce & distribution)

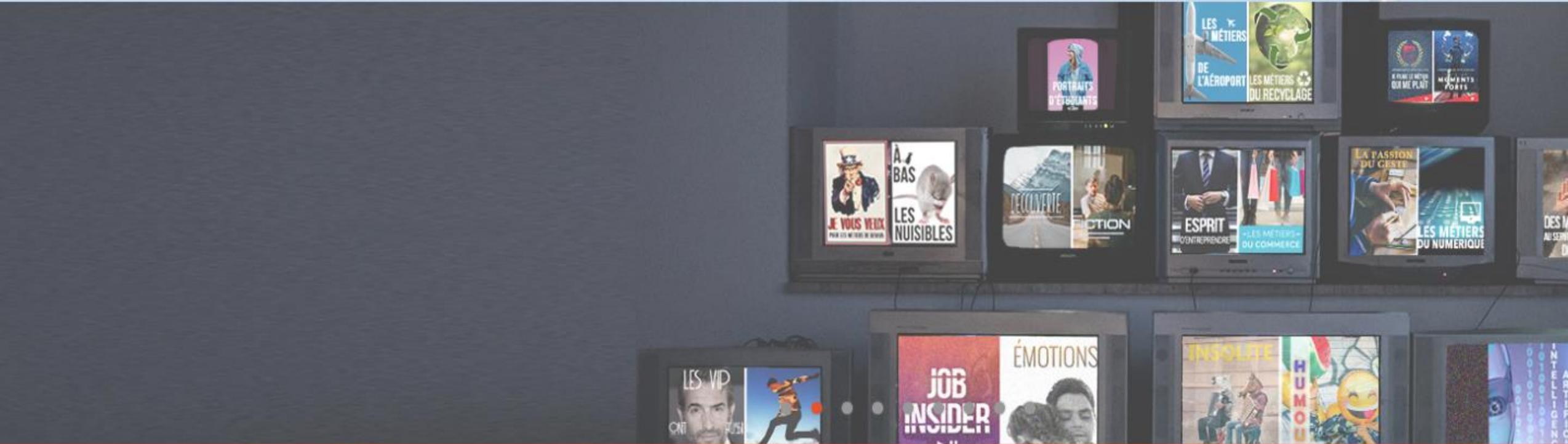
Alternance : une chaîne de vidéo 'Vive l'apprentissage » en partenariat avec Walt

Note globale :

**14/20**



\* vidéos réalisées par des étudiants, jeunes professionnels...



CHERCHER UNE VIDÉO





### Canaux utilisés :

Site internet, newsletter, chaîne Youtube, réseaux sociaux



### Sources relais :

Professionnels interviewés  
Partenaires : Air France, Proman, Mollat, Centre Hospitalier Charles Perrens (Bordeaux)



### Cibles :

Jeunes de 14-25 ans  
Adultes en reconversion professionnelle



### Audience (Janvier 2021) :

Pas d'information



### Tonalité :

Professionnelle / proximité  
Reportage journalistique



### Contenus :

Vidéos de présentation des métiers, articles et tips, exercices, retour d'expériences.



### Temporalité / Récurrence :

1 vidéo tous les lundis

## SYNTHÈSE

### Cohérence des supports : 3/5

Des vidéos pour présenter les métiers et le site internet pour proposer des métiers et voter. Des articles dans la rubrique « Je suis perdu » pour aller plus loin.

### Profondeur de l'information : 3/5

Les vidéos sont longues et détaillées, on suit une journée type d'un professionnel. Les articles sont sur divers sujets.

### Qualité de la navigation : 5/5

La navigation est fluide et le site est organisé en 3 parties : proposer et voter pour un métier, les métiers testés et je suis perdu. On s'y retrouve facilement et le site est moderne.

### Valorisation commerce, alternance: 3/5

Commerce : Une vidéo sur le métier de commercial.

Alternance : Aucun contenu

Note globale :

**14/20**

- Maintenant -  
**J'AIME**  
le **LUNDI**

[Le métier de mes rêves ↓](#) [Je suis perdu\(e\) ↓](#)

[Cherche ton métier](#)

**35 heures x (52 semaines – 5 semaines de congés payés) x 43 années =  
70 735 heures.**

On n'a pas du tout envie de gâcher ce temps à faire un job qui ne nous comble pas.

**Et vous ?**

[Propose-nous un métier](#)



### Canaux utilisés :

Site internet, 2 chaînes Youtube (Les bons profs et Les bons profs Parents) + autres réseaux sociaux



### Emetteur / Sources relais :

Professeurs parents d'ado  
Partenaires : Le Figaro Etudiant, Hatier et FranceTV Education



### Cibles :

Parents de collégiens et lycéens



### Audience (Janvier 2021) :

126,8 K de visites  
2,4 pages par visite  
1,27 min en moyenne par visite



### Tonalité :

Institutionnelle / Pédagogique  
Vouvoiement utilisé



### Contenus :

Vidéos pour accompagner la scolarité de son ado, aider aux révisions, comprendre Parcoursup, témoignages de parents, gérer le temps d'écran de son ado.  
Quelques vidéos sur l'orientation « les métiers du ... » (le commerce n'y est pas !)



### Temporalité / Récurrence :

Les Bons profs : Vidéos très fréquentes (minimum 1 par semaine)  
Les bons profs Parents : plus de vidéo depuis 2 ans

## SYNTHÈSE

**Cohérence des supports : 2/5**

Un seul support dédié → vidéos des chaînes Youtube

**Profondeur de l'information : 3/5**

Des vidéos détaillées avec des témoignages d'experts (conseiller d'orientation, professeurs de l'Education nationale)

**Qualité de la navigation : 3/5**

3 playlists de vidéos pour faciliter les recherches : Objectifs bonnes notes / Bien vivre sa scolarité / Orientation

**Valorisation commerce, alternance: 0/5**

Commerce : 1 vidéo sur les écoles de commerce + quelques cours sur d'économie/commerce

Alternance : Aucun contenu

Note globale :

**8/20**

Chaîne Youtube  
Les bons profs





# Les Bons Profs Parents



Suivre facilement la scolarité de votre ado

comprendre



accompagner

encourager



Site Les Bons Profs



Les Bons Profs Parents

5,92 k abonnés

S'ABONNER

ACCUEIL

VIDÉOS

PLAYLISTS

COMMUNAUTÉ

CHAÎNES

À PROPOS



En savoir plus sur la chaîne Les Bons Prof...



En savoir plus sur la chaîne Les Bons Profs Parents !

22 826 vues · il y a 3 ans

Enfin une chaîne dédiée aux parents d'élèves de la 3e à la terminale ! Retrouvez chaque semaine, en vidéo, les conseils de nos profs, coaches et experts en pédagogie qui vous aideront à bien suivre la scolarité de votre ado. Il sera question de révision, d'examen, d'orientation, de motivation... Bref des astuces et conseils faciles à mettre en oeuvre pour vous faciliter la vie au quotidien.

LIRE LA SUITE

Bien vivre sa scolarité

TOUT REGARDER



### Canaux utilisés :

Site internet, réseaux sociaux et événements



### Tonalité :

Professionnelle / Communauté  
Tutoiement utilisé

### Sources relais :

Partenaires : Ministère de l'Education Nationale  
L'Etudiant



### Contenus :

Articles, fiches de présentation des écoles, fiches de contact de professionnels, test d'orientation, vidéos, offres de stages et alternance

### Cibles :

Jeunes de 14-25 ans  
Entreprises en recherche d'alternance / stage  
Ecole  
Professionnels



### Temporalité / Récurrence :

Contenus mis à jour régulièrement

### Audience (Janvier 2021) :

100,4 K de visites  
2,5 pages par visite  
1,43 min en moyenne par visite



## SYNTHÈSE

**Cohérence des supports : 4/5**

Une grande diversité de supports : rencontres, articles, vidéo, fiches, offres qui sont complémentaires

**Profondeur de l'information : 4/5**

Des informations de l'étape de l'orientation à la recherche d'une formation et d'un stage. Des contenus détaillés.

**Qualité de la navigation : 4/5**

Entrées par profils : entreprises, étudiants, professionnels et enseignants. Beaucoup de pages et onglets, la navigation est fluide et on s'y retrouve facilement.

**Valorisation commerce, alternance: 4/5**

Commerce : Profils de professionnels, articles sur le secteurs, interviews, présentation des métiers en cherchant  
Alternance : Un onglet spécifique « Alternance et stages » avec des offres

Note globale :

**16/20**



TROUVER UN MEMBRE



METIERS



ECOLES



ENTREPRISES



STAGES-ALTERNANCE



GROUPES



BLOG-CONSEILS



# JobIRL, le 1er réseau d'orientation qui connecte les jeunes et les pros

Echange gratuitement avec des pros et des étudiants pour trouver ta voie

Je rejoins la communauté

Parcoursup  
2021



## Besoin d'aide sur Parcoursup ?

Echange avec des étudiants qui sont passés par là !

Rejoindre le groupe !



### Canaux utilisés :

**Appli mobile**, site internet, événements et blog



### Emetteur / Sources relais :

Partenaires : BPI France - Pays de la Loire, Initiative Nantes, Creative Factory, Fondes, Territoire d'Innovation - Pays de la Loire  
Mash Up Nantes, Banques Populaire Grand Ouest, Airbus développement, ADN Ouest, Le plus important



### Cibles :

Jeunes de 13-25 ans  
Parents, Professeurs, Entreprises



### Audience (Janvier 2021) :

Pas d'information



### Tonalité :

Proximité  
Tutoiement utilisé



### Contenus :

Tests, articles, podcasts, ateliers, le carnet papier pour aller plus loin



### Temporalité / Récurrence :

Pas d'information

## SYNTHÈSE

### Cohérence des supports : 4/5

L'appli est dédiée aux tests et à la communauté. Sur le site on trouve des supports complémentaires comme des articles et podcasts et enfin des événements permettent la mise en pratique avec des ateliers

### Profondeur de l'information : 3/5

Des tests bien réalisés avec une présentation détaillée des résultats. Les articles et podcasts sont approfondis et sur différentes thématiques.

### Qualité de la navigation : 4/5

L'application est très bien développée, on s'y retrouve facilement. La navigation sur le site est fluide.

### Valorisation commerce, alternance: 0/5

Commerce : Aucun contenus  
Alternance : Aucun contenus

Note globale :

**11/20**

