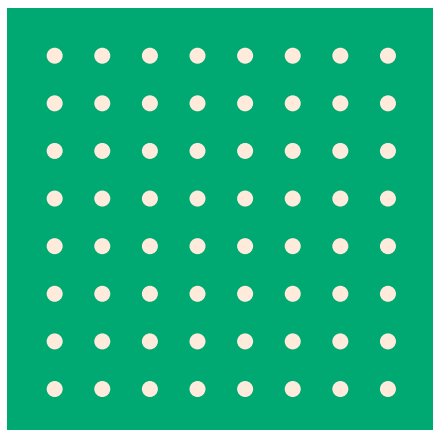


# Le programme d'activité 2024-2025



## Les datas

Le programme Data vise à développer un socle de données fiable et interconnecté, pour optimiser l'exploitation de nos données à des fins d'éditorialisation, d'aide aux réponses aux usagers, de mise à disposition de jeux de données aux partenaires.

## Intelligence artificielle et Innovation

Nous considérons l'intelligence artificielle comme une opportunité. Nous définirons une stratégie IA, adossée à la doctrine de l'État en la matière. Nous continuerons aussi à innover pour améliorer la qualité des services d'accompagnement à l'orientation.

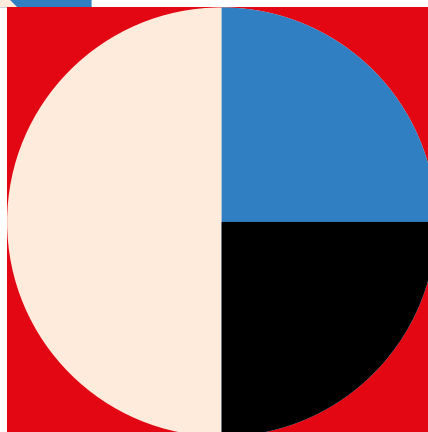


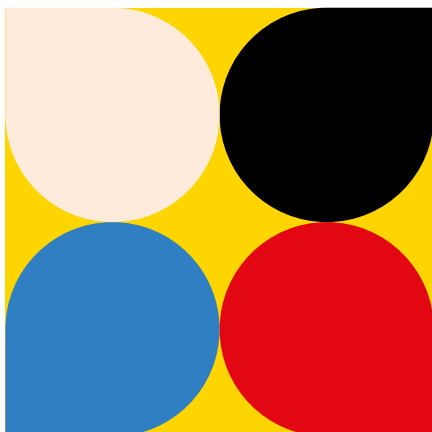
## Partenariats / Modèle économique

Ce domaine nous conduit à repenser notre modèle économique et à faire évoluer notre offre de produits et de services. Il s'attache à définir une nouvelle stratégie commerciale et à établir une nouvelle politique tarifaire.

## Le pilotage de l'établissement

La mise en œuvre d'un schéma de comptabilité analytique appuiera les nouvelles politiques éditoriale et commerciale, et contribuera à la performance de l'Office. La qualité du pilotage mettra aussi l'accent sur une gestion prévisionnelle des emplois



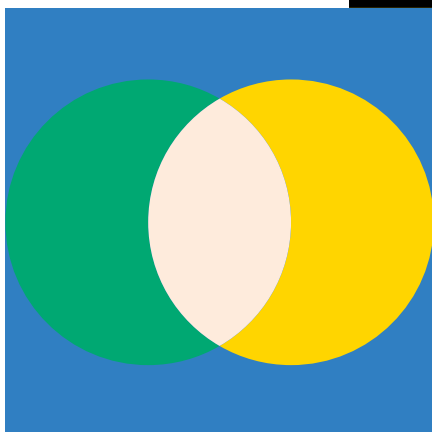
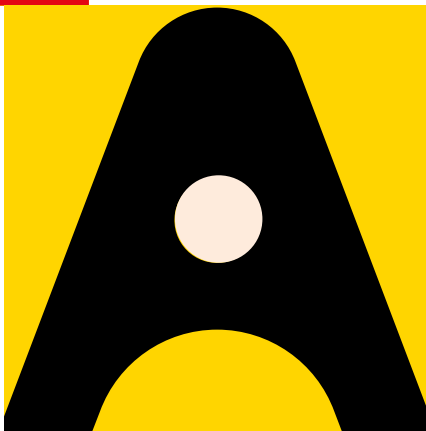


## La production transmédia

La démarche transmédia englobe l'ensemble de notre production. Elle implique l'amélioration du processus de production pour concevoir et diffuser des contenus, pensés pour différents médias. Une offre éditoriale renouvelée est ainsi escomptée.

## Le programme AVENIR(S)

Avenir(s) est un programme complet dont le but est d'accompagner le développement des compétences et la construction des projets d'avenir des jeunes. Un programme qui met en œuvre la mission d'accompagnement à l'orientation de l'Office.

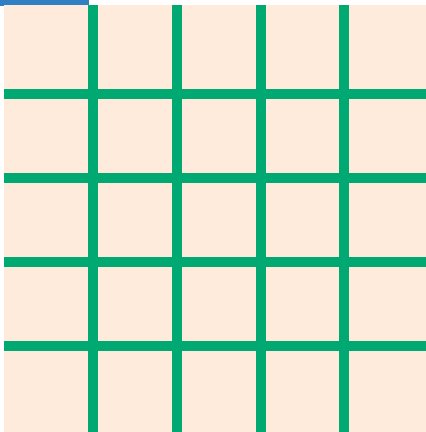


## La relation aux usagers

Il s'agit de positionner l'utilisateur au cœur de nos dispositifs. Notre démarche passe par un recueil des besoins, une meilleure exploitation de nos données et une nouvelle stratégie relationnelle, de façon à améliorer la qualité des services proposés.

## Les relations dans les territoires

Les Directions territoriales portent la stratégie de l'Office en région. Elles ont un rôle d'interface auprès des acteurs de l'information et de l'orientation, constituent le réseau Onisep qui participe aux politiques nationales et académiques sur l'orientation.





Cette année sera d'abord celle de l'entrée en fonction d'un nouveau système de pilotage de l'activité, fondé sur le plein fonctionnement de la MRP (matrice des référentiels projets), qui sera enfin associée à une comptabilité analytique. Celle-ci couvrira l'ensemble de l'activité en décembre 2024. Elle permettra notamment d'améliorer la gestion des processus de production et de mieux déterminer les quantités d'imprimés à produire et les prix à leur associer. Cela permettra à chaque membre du personnel de savoir quelles décisions prendre, en ayant une vision de l'ensemble de la maison.

Par ailleurs, l'acquisition d'un progiciel de gestion de clientèle (CRM) nous permettra également de piloter plus finement nos actions commerciales, d'autant plus qu'un poste de responsable commercial est en cours de définition pour un recrutement prévu à l'automne 2024.

Les efforts réalisés lors de la venue de la Cour des comptes pour mieux comptabiliser nos ventes seront ainsi concrétisés dans la réalisation d'un plan marketing d'autant plus riche qu'il sera nourri par la conclusion des trois groupes de travail sur la politique éditoriale, menés au printemps 2024, et qui aboutiront à la création de nouvelles collections, à un *reengineering* des processus de production éditoriale et à la refonte complète du site Onisep.fr et de l'ensemble de la politique numérique de l'Office, avec un volet de réflexion avancé sur l'intelligence artificielle, en lien fort avec le département des Ressources documentaires.

Ensuite, cette année scolaire est bien entendu celle de l'entrée en fonction de la plateforme Avenir(s) et de son portfolio, pour les classes de 5<sup>e</sup>, de 4<sup>e</sup>, de 3<sup>e</sup>, de 2<sup>de</sup>, de 1<sup>re</sup> et de terminale. À la rentrée des vacances de la Toussaint, 6 millions de comptes pourront être activés et, tout au long de l'année, les équipes des Directions territoriales seront à l'écoute de leur territoire pour faciliter leur bonne utilisation et pour aider

à la remontée d'informations permettant les améliorations du fonctionnement de l'existant. Les équipes techniques de l'Onisep piloteront, quant à elles, les développements de services complémentaires et l'extension à de nouveaux publics (apprentis, décrocheurs, étudiants en BTS, en classes prépa et en réorientation).

Gageons que cette plateforme pourra ainsi constituer le socle dont la politique nationale d'orientation a besoin pour que chaque élève puisse bénéficier de l'éducation à l'orientation et de l'accompagnement nécessaires à sa réussite. Associée à nos bases de données d'une part, à notre site amiral Onisep.fr d'autre part, et aux réponses directes aux usagers faites par nos conseillers et conseillères du département Apicu (Accompagnement personnalisé, information et conseil aux usagers), elle contribuera à faire de l'Onisep, le réseau public d'accompagnement à l'orientation.

**FRÉDÉRIQUE ALEXANDRE-BAILLY**  
**DIRECTRICE GÉNÉRALE DE L'ONISEP**

## sommaire

|                                                                              |    |
|------------------------------------------------------------------------------|----|
| Les grands programmes .....                                                  | 2  |
| L'édito .....                                                                | 4  |
| Le programme <b>AVENIR(S)</b> .....                                          | 5  |
| L'accompagnement des politiques publiques .....                              | 6  |
| Les relations dans les territoires .....                                     | 7  |
| Les datas .....                                                              | 8  |
| La production transmédia .....                                               | 9  |
| Intelligence artificielle et Innovation .....                                | 10 |
| La relation aux usagers .....                                                | 11 |
| Le pilotage de l'établissement .....                                         | 12 |
| Partenariats / Modèle économique .....                                       | 13 |
| Focus sur la continuité de quelques projets clés pour chaque direction ..... | 14 |



# Le programme **AVENIR(S)**

## ■ Renforcer l'accompagnement à l'orientation

Depuis la résolution européenne de 2008 sur la formation tout au long de la vie, les politiques publiques poursuivent **des objectifs d'éducation à l'orientation**. En lien avec nos ministères de tutelle, c'est sur la dimension éducative, scolaire et pédagogique que nous portons le programme Avenir(s). Cela se traduira par le déploiement d'un service public national, gratuit, et exhaustif. La plateforme Avenir(s), ouverte à l'automne 2024, permettra à chaque élève d'**apprendre à s'orienter**, de **préparer ses parcours scolaire et professionnel** et d'**être guidé dans ses réflexions**. Il est attendu du programme Avenir(s) **un renforcement de la qualité de l'accompagnement à l'orientation**. À l'échelle des territoires, ce programme favorisera **l'articulation des apports des acteurs intervenant dans le champ de l'information et de l'orientation** (État, Régions, associations...). Il s'adapte aux contextes locaux et s'inscrit dans **une logique de coconstruction** via les Terrains d'Avenir(s), lieux de création et d'expérimentation de dispositifs et de nouveaux outils.

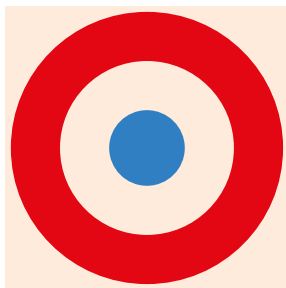
## ■ Déployer un écosystème numérique et humain

Cette année, le programme Avenir(s) se matérialisera par le lancement de la plateforme. Celle-ci générera la création de 6 millions de comptes destinés aux élèves, de la 5<sup>e</sup> à la terminale, et aux équipes éducatives. Notre objectif est d'obtenir 1 million de comptes activement utilisés d'ici septembre 2025. Accessible depuis les ENT, la plateforme sera l'entrée principale de l'accompagnement à l'orientation. Elle offrira aux équipes éducatives **un socle de ressources et de services** pour aider les élèves à construire progressivement leurs projets d'avenir. Elle encouragera la réflexivité des élèves dans leur démarche d'orientation et leur acquisition de compétences, et facilitera le travail des accompagnateurs. Le déploiement de la plateforme améliorera l'accompagnement en atteignant plusieurs objectifs :

- **renforcer l'accompagnement humain**. Cet écosystème numérique est associé à un accompagnement humain par la mise en œuvre de progressions pédagogiques intégrées dans les pratiques des équipes éducatives et par la sollicitation possible des psychologues de l'Éducation nationale et des équipes de notre service « Mon orientation en ligne » ;
- **s'inscrire dans une démarche d'évolutions et d'enrichissements**. Dans une approche d'amélioration continue, les tests sur la plateforme se poursuivront pour observer le comportement des usagers, leurs attentes et leurs usages. La plateforme est également conçue dans une logique partenariale visant à intégrer de nouveaux outils. Un travail de consolidation se mènera avec les acteurs de l'information, de l'orientation, du monde économique et professionnel, pour diffuser de nouveaux services et de nouvelles ressources complémentaires ;
- **former les équipes éducatives**. Seront proposés des webinaires portant notamment sur l'appropriation de la plateforme Avenir(s) et des parcours de formation en ligne, disponibles sur M@gistère (accompagnement à l'orientation au collège, au LEGT, au LP, découverte des métiers...). Y seront associés des groupes d'échanges de pratiques entre pairs. Cette offre de formation nationale sera aussi déclinée dans les territoires ;
- **« infuser » Avenir(s) dans l'ensemble de nos activités** : exploitation des données documentaires, production d'information et de ressources pédagogiques, système d'information et du numérique... Les outils seront étroitement imbriqués. Ainsi, les contenus d'Onisep.fr sur les formations et les métiers alimenteront la plateforme. Un nouvel onglet, titré « Avenir(s) », permettra aux élèves et aux équipes éducatives de découvrir les ressources et services de la plateforme et de s'y connecter. Les parents y trouveront également des informations et seront sensibilisés à la démarche Avenir(s). Le budget de l'établissement intégrera une vision inclusive du programme Avenir(s) dans une trajectoire pluriannuelle.

## ■ Focus sur la découverte des métiers au collège

Le module de découverte des métiers constitue une valeur ajoutée de la plateforme Avenir(s). Il favorisera la **prise de conscience de la diversité de métiers** tout au long du cycle 4, en s'appuyant, dans un premier temps, sur nos contenus éditoriaux et vidéos, ainsi qu'ultérieurement sur des contenus émanant de partenaires. Les élèves se verront proposer une navigation dans différents groupes de métiers et la réalisation d'activités interactives. Les équipes éducatives pourront suivre la progression de leurs élèves. En fin de 3<sup>e</sup>, chaque jeune aura eu l'opportunité de découvrir une centaine de métiers. **L'indicateur de politique prioritaire du gouvernement vise à documenter le niveau de connaissances des métiers à l'issue de la classe de 3<sup>e</sup>**. Il est lié au module et est fondé sur une autoévaluation des élèves à partir de questionnaires sur 114 métiers. La plateforme Avenir(s) permettra également de conduire une évaluation quantitative de la connaissance des métiers en fin de 5<sup>e</sup> et en fin de 4<sup>e</sup>. Ces données pourront être croisées avec la nature des démarches pédagogiques mises en œuvre dans les établissements : nombre de stages, de rencontres avec des professionnels...



# L'accompagnement des politiques publiques

## ■ Soutenir la politique nationale d'orientation

Sous le pilotage fin de ses deux ministères de tutelle, l'Onisep est positionné comme l'acteur national de référence pour l'orientation des élèves, apprentis et étudiants.

La plateforme Avenir(s) constitue le socle de cette politique nationale d'orientation : développement des compétences à s'orienter des élèves, accompagnement à l'orientation au lycée, appui à la réforme du lycée professionnel, découverte des métiers au collège. Elle inclura bien évidemment les thématiques pour lesquelles nous sommes traditionnellement engagés : **l'inclusion, l'égalité filles-garçons, la mobilité des jeunes à l'étranger et le développement durable.**

## ■ Aborder les thématiques publiques de façon transversale

L'inclusion, l'égalité filles-garçons, la mobilité des jeunes et le développement durable seront traités de façon transversale dans notre offre éditoriale et mobiliseront les données documentaires, la production d'informations, les ressources pédagogiques et des dispositifs de formation. Ces thématiques donnent lieu à des collaborations non seulement avec des ministères, mais aussi avec d'autres opérateurs.

Notre offre de services prendra en compte **les attentes des jeunes à besoins éducatifs particuliers** : collections imprimées, rubrique « Inclusion et Handicap » d'Onisep.fr, activités pédagogiques et modules de formation. Par ailleurs, nous sommes déjà associés à de nombreux projets : groupe de travail « Apprentissage et Handicap » de la DGEFP (Délégation générale à l'emploi et à la formation professionnelle), réalisation de fiches métiers avec le secrétariat général du Comité interministériel du handicap. Nous allons renforcer ces partenariats pour mieux répondre aux exigences de ce public.

Nous allons mobiliser la démarche Terrains d'Avenir(s) pour mener une expérimentation, en particulier avec « Atypie-Friendly », programme interuniversitaire dont l'objectif est de rendre l'université plus inclusive.

Concernant l'accessibilité numérique, l'Onisep s'est engagé dans cette démarche depuis 2021. La mise en œuvre d'un nouveau schéma pluriannuel permettra d'optimiser l'accessibilité de nos sites.

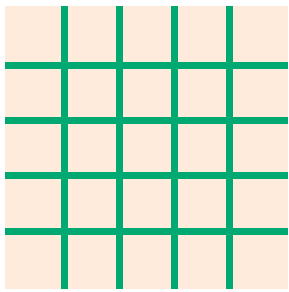
**L'égalité filles-garçons et la déconstruction des stéréotypes de genre sur les formations et les métiers** sont des valeurs partagées au sein de l'Office. Notre stratégie, en termes de choix éditoriaux, nous conduira à la mise en valeur de témoignages de filles, de femmes, de garçons et d'hommes dans des formations et métiers où ils sont traditionnellement minoritaires.

Nous poursuivons nos productions des ressources à destination des équipes éducatives : séances pédagogiques, quiz, webinaires et formations. Pour favoriser la diversification des choix d'orientation, un travail est mené avec la Direction générale de l'enseignement scolaire et la Direction du numérique pour l'éducation.

Afin **d'encourager la mobilité à l'étranger des jeunes**, nous mettons à disposition des informations sur les parcours, les formations, et nous entretenons des collaborations avec des opérateurs sur les parcours, les formations, et nous entretenons des collaborations avec des opérateurs de l'État (l'Agence Erasmus+ France, le réseau Euroguidance, France Éducation international). Sur le plan de la recherche, nous nous attachons à nouer des liens avec des acteurs européens et internationaux. Cela se concrétisera par des contrats de recherche avec la Belgique, la participation de chercheurs internationaux au comité scientifique du programme Avenir(s). Nous sommes également invités à des colloques internationaux et accueillons des délégations étrangères, permettant ainsi la valorisation de notre expertise et de notre savoir-faire.

## ■ Focus sur la sensibilisation aux objectifs de développement durable

Conscient de l'importance d'informer sur les enjeux d'aujourd'hui et de demain pour la planète et sur la réalisation des 17 ODD (objectifs de développement durable) de l'ONU, l'Onisep souhaite préparer les jeunes à se projeter dans le monde de demain. Plusieurs projets sont en cours, dont l'objectif consiste toujours à **sensibiliser, accompagner et former les élèves à la nécessité d'intégrer les questions de développement durable (écologiques, sociales et économiques) dans leurs parcours d'orientation et de vie.** L'un des projets phares concerne le développement de l'outil « Décode », qui leur permettra de développer leurs compétences du XXI<sup>e</sup> siècle en tenant compte des ODD. D'autres actions portent sur des modules de formation pour sensibiliser les enseignants et les enseignantes aux enjeux du développement durable dans les parcours d'orientation, la mise en place d'un baromètre pour évaluer l'impact du développement durable sur les choix d'orientation des jeunes et l'appropriation par les élèves et les équipes éducatives de l'outil « JobDD », qui fait le lien entre les ODD et les métiers.



# Les relations dans les territoires

## ■ Jouer un rôle d'interface dans les territoires

Représentantes de l'Office en région, les Directions territoriales y portent nos orientations stratégiques et opérationnelles. En synergie avec les services centraux de l'Office, elles contribuent à la mise en œuvre et au déploiement du programme Avenir(s) dans les territoires : participation à des groupes de travail des services centraux sur la création de ressources pédagogiques et les fonctionnalités de la plateforme Avenir(s) ; portage des Terrains d'Avenir(s) ; expérimentation de la plateforme ; formation des équipes éducatives. Elles servent également d'appui pour les enquêtes réalisées auprès des usagers et collectent l'offre de formation des établissements du secondaire et du supérieur.

Par ailleurs, elles ont **un rôle d'interface auprès des acteurs de l'information et de l'orientation en région (académies, Régions...)**. Elles apportent leurs concours aux Draio (directions régionales académiques de l'information et de l'orientation) dans le cadre des priorités des politiques publiques (ambition scolaire, persévérance scolaire, orientation en voie professionnelle...). Elles mettent en œuvre les collaborations avec les Régions dans une logique d'articulation nationale et régionale des activités complémentaires menées par l'Office et ces dernières.

## ■ Accompagner les politiques nationales et académiques d'orientation

L'implantation de personnels dans des Directions territoriales permet de disposer de référents de proximité en relation directe avec les Régions et les rectorats. Cette proximité géographique présente plusieurs intérêts :

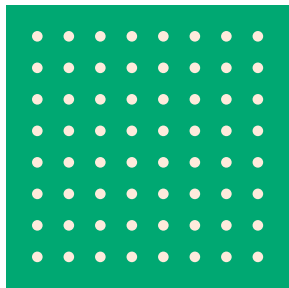
- **garantir la qualité et l'exhaustivité des informations recueillies sur l'offre de formation** des établissements scolaires. Les Directions territoriales ont une activité essentielle d'actualisation de la base de données de l'Office. Elles travaillent en étroite collaboration avec les rectorats pour consolider les données de l'enseignement secondaire et mènent des enquêtes périodiques auprès des établissements du supérieur. Elles apportent leur concours au département des Ressources documentaires pour améliorer la qualité de la base et faciliter l'exploitation des données (open data notamment) par les partenaires locaux ;

- **proposer des contenus et des outils d'accompagnement à l'orientation qui répondent à des problématiques de territoire et contribuer à la formation des équipes enseignantes.** Les Directions territoriales s'investissent dans l'animation pédagogique de l'accompagnement à l'orientation. Elles participent aux réunions régulières des différentes instances en région académique, qui permettent des échanges d'informations, la coordination et la coconstruction d'actions. Elles apportent leur appui aux priorités des politiques déclinées et déployées dans les académies : découverte des métiers, réforme du lycée professionnel, relation écoles-entreprises, lutte contre le décrochage scolaire, égalité filles-garçons... Elles sont ainsi amenées à concevoir des séances pédagogiques adaptées aux dispositifs académiques (journées d'immersion dans le supérieur...). Elles contribuent aux plans académiques de formation en proposant des formats variés, tels que des séances en présentiel, des parcours en ligne et des webinaires. Elles peuvent intervenir dans le cadre des écoles académiques de la formation continue et en Inspé. Pour l'année à venir, elles prioriseront l'appropriation de la plateforme Avenir(s).

En coordination avec les Draio, les Directions territoriales initient également des collaborations avec d'autres partenaires (Régions, missions locales, associations, Carif-Oref...) en diffusant les ressources de l'Office et en les adaptant au contexte local. Elles sont présentes lors d'événements régionaux (salons, séminaires, webinaires...). Elles sont donc sollicitées pour produire des kits de préparation de visites de salons, créer des supports pédagogiques, pour accompagner des événements ou des dispositifs, comme la compétition sur les métiers « Worldskills », à Lyon, ou les « Orientibus », en Pays-de-la-Loire, qui apportent des informations sur l'orientation aux élèves résidant dans des communes éloignées.

## ■ Focus sur les Terrains d'AVENIR|SI

Le programme Avenir(s) se décline sur les territoires et se construit avec les usagers et les acteurs régionaux de l'orientation. Son déploiement repose sur le réseau des Directions territoriales, notamment à travers une gouvernance assurée par des comités de pilotage locaux. Les Terrains d'Avenir(s), engagés dans toutes les académies, favorisent la coconstruction et l'expérimentation de dispositifs pédagogiques, en lien avec les Draio. Ils peuvent concerner les élèves en 3<sup>e</sup> prépas métiers, le parcours des élèves allophones, la coéducation, le volet orientation du projet d'établissement, le croisement des compétences disciplinaires avec les compétences à s'orienter... Les résultats des Terrains d'Avenir(s) alimenteront la plateforme Avenir(s) et pourront être adoptés ou adaptés par d'autres régions académiques.



# Les datas

## ■ Capitaliser sur les données et les mutualiser

Au regard des nouveaux besoins des directions métiers de l'Office, de l'évolution des outils numériques, des attentes de nos publics et des demandes de nos partenaires, le programme Data vise à **faire évoluer les processus de production et de valorisation des données**. L'objectif est d'améliorer l'accès à l'information produite pour les usagers et le partage des connaissances entre tous les acteurs du champ de l'information, de l'orientation et de l'emploi. Il convient de renforcer l'existant à travers le développement et la maintenance d'un socle de données fiable et interconnecté pour optimiser l'exploitation des données à des fins d'éditorialisation, d'aide à l'élaboration de réponses aux usagers, de mise à disposition de jeux de données aux partenaires.

## ■ Optimiser l'exploitation des données

Pour répondre aux enjeux d'un enrichissement de nos données, d'une amélioration de leur exploitation, et de la refonte de notre chaîne éditoriale, le programme Data se déclinera en plusieurs axes :

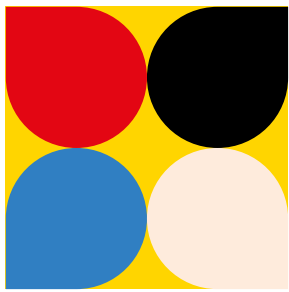
- **mieux intégrer les éléments apportés par nos partenaires du monde économique**, notamment pour notre plateforme vidéo, OnisepTV, et nos fiches métiers ;
- **ajouter à nos données les données publiques de poursuite d'études et d'insertion professionnelle**, afin de mieux informer les jeunes sur les impacts de leurs choix d'études, dans le cadre de la formation tout au long de la vie ;
- **poursuivre la collaboration avec la DGEFP** (Délégation générale à l'emploi et à la formation professionnelle) sur le renforcement des liens entre les données sur l'emploi, l'éducation et la formation professionnelle. Le déploiement du projet Sirius (système de recueil des avis des jeunes en apprentissage sur leur formation), les travaux sur le langage Lhéo (description commune de l'offre de formation professionnelle) et le référentiel des codes d'identification UAI-SIRET des organismes proposant des formations en apprentissage, participent de cette démarche ;
- **déployer un entrepôt de données** reliant les données de l'offre de formation et des métiers de l'Onisep et de ses partenaires pour en améliorer l'analyse, l'accès et l'utilisation. La mise en place de cet entrepôt, reliant l'ensemble des ressources produites et des données de nos différentes bases (éditoriale, documentaire, photothèque, vidéothèque), permettra l'évolution du process de production. **Les datas seront ainsi au cœur de la production transmédia ;**
- **construire une offre de services basée sur des usages de l'open data.**

Pour **optimiser le système d'aide à la réponse des équipes de « Mon orientation en ligne »** (service d'aide personnalisée aux usagers par téléphone, tchat ou mail), des numéros verts d'information Parcoursup et « Mon master », sera développé un outil de production, de gestion et de consultation des modèles de réponses utilisés par les conseillers et conseillères. Cette adaptation aux besoins d'exploitation en interne servira également à des usages externes : production de contenus sous forme de padlet pour les professionnels de l'information et de l'orientation et utilisation dans le cadre d'un futur bot recourant à l'intelligence artificielle, et qui sera intégré sur nos sites grand public.

## ■ Focus sur l'expertise documentaire et le partage des données

- L'Onisep continue d'apporter son expertise aux partenaires du Programme d'investissement d'avenir, ORACCLE, visant à proposer une solution numérique d'accompagnement à l'orientation des lycéens et lycéennes en Île-de-France. Il s'agira de mettre en œuvre une base documentaire sur l'offre de formation post-bac, commune aux universités franciliennes.
- Une partie importante du programme Data concerne **la mise à disposition des données aux partenaires** qu'ils soient dans les services et opérateurs de l'État (Direction générale de l'enseignement scolaire, Direction générale de l'enseignement supérieur et de l'insertion professionnelle, Mission interministérielle pour l'apprentissage, DGEFP, France Compétences, Caisse des dépôts et consignations, réseau des Carif-Oref...) ou dans les services des régions (agences régionales de l'orientation, Carif-Oref), favorisant ainsi la collaboration et l'échange d'informations. Cela se traduit notamment par la collecte et le traitement d'informations, le développement de nouveaux référentiels d'indexation et de correspondance et des jeux de données ouverts. **L'objectif est de fournir et de partager des données de qualité pour soutenir les activités d'information et d'accompagnement à l'orientation sur les métiers et les formations.**





# La production transmédia

## ■ Structurer l'approche transversale de la production

La démarche transmédia se nourrit d'une approche transversale. Elle englobe tout le champ de la production de l'Office et met en relation les données documentaires, les ressources éditoriales destinées au grand public et les activités pédagogiques dédiées aux équipes éducatives. Elle articule les collections imprimées et les productions numériques, et établit d'étroites connexions entre Onisep.fr et la plateforme Avenir(s). Elle s'appuie sur l'innovation et le design de service, démarche de conception centrée sur les usagers.

**Pour déployer une offre transmédia, il convient d'optimiser le process de production.** La mise en place d'un entrepôt de données, centralisant et reliant des données et des ressources variées (documentaires, éditoriales, vidéos, images) permettra de mieux les articuler, les structurer et les exploiter. Ce socle de datas appuiera la conception et la diffusion des contenus, pensés pour différents médias (Web, réseaux sociaux, print) et pour être déclinés sous des formats variés (textuels, visuels, audiovisuels).

Ce projet de transformation transmédia favorisera **l'adaptation de notre offre éditoriale aux usages et aux attentes des publics ainsi que le développement de nos ressources propres.**

## ■ Proposer une nouvelle offre éditoriale transmédia

Ce projet de transformation mobilise les personnels de différents départements qui, au sein de groupes de travail, abordent le modèle de production et d'organisation, la déclinaison des publications, la création d'un module découverte des métiers, de parcours M@gistère... Les réflexions en cours contribueront à :

- **une meilleure intégration du processus de production**, de la création des données jusqu'à leur diffusion sur différents supports et formats ;
- **la refonte de l'offre de publications**, avec la rationalisation et l'évolution de l'existant, son enrichissement avec des contenus numériques associés et la création de nouvelles collections pour les parents, les établissements scolaires, les étudiants et les étudiantes. Pour confirmer la pertinence du lancement de nouvelles collections, des études d'opportunité seront menées. La nouvelle offre éditoriale sera déclinée sur tous les supports, à travers une typologie explicite pour toutes et tous : information, accompagnement à l'orientation, conseils pratiques, etc. ;
- **l'enrichissement du site Onisep.fr**, avec un positionnement de site d'information et d'actualités (métiers en tension, réformes...), l'amélioration de la navigation et de l'accès aux informations, et le développement de newsletters pour rendre un meilleur service aux usagers et recueillir leurs attentes ;
- **l'outillage des équipes éducatives en ressources pédagogiques** pour accompagner les élèves dans la découverte des métiers, la construction de leurs projets d'orientation, l'acquisition des compétences à s'orienter ;
- **la construction d'une offre de formation** pour les équipes éducatives concernées par l'orientation ;
- **le renforcement de la dimension partenariale** (en particulier avec les opérateurs de compétences et les branches professionnelles) pour la réalisation préfinancée de publications, produits et services numériques, afin de les mettre gratuitement à disposition des usagers. Un espace « Partenaires » sera intégré sur Onisep.fr pour donner de la visibilité à ces collaborations.

## ■ Focus sur la rénovation de l'offre numérique

L'offre numérique repose sur trois piliers, en interaction :

- **la plateforme Avenir(s)**, avec ses applications, ses portfolios, sa banque de ressources pédagogiques ;
- **le site Onisep.fr**, avec des contenus renouvelés et dont le parcours utilisateur sera repensé. La librairie en ligne sera refondue et mise en lien avec la nouvelle version du Kiosque en ligne qui héberge nos publications au format numérique. Onisep.fr et la plateforme Avenir(s) fonctionneront de façon imbriquée : les informations d'Onisep.fr sur les formations, les métiers, les centres d'intérêt et les vidéos alimenteront la plateforme. Pour diriger les élèves de la 5<sup>e</sup> à la terminale et les équipes éducatives vers la plateforme et leur présenter son offre, un onglet « Avenir(s) » sera créé sur notre site ;
- **les réseaux sociaux** de l'Office, avec l'apport de contenus directement utiles aux usagers et ramenant vers Onisep.fr et la plateforme Avenir(s) pour des approfondissements.

La personnalisation et l'automatisation de l'offre numérique s'effectueront en recourant à l'IA (intelligence artificielle). L'Onisep se dotera d'une stratégie IA en s'inscrivant dans le déploiement de l'action publique en la matière.



# Intelligence artificielle et Innovation

## ■ Se saisir de l'IA et continuer à innover au sein du Lab'Or

L'IA (intelligence artificielle) est en passe de transformer les secteurs économiques et d'impacter l'ensemble de la société : entreprises, administrations, usagers, clients. Les services publics se sont saisis de la question de l'IA pour améliorer leurs opérations et leurs relations aux citoyens. Maîtrisant ses données, l'Onisep considère cette nouvelle donne comme une opportunité. Il définira une stratégie, adossée à la doctrine de l'État sur le sujet, qui s'inscrira dans un **usage éthique et pertinent de l'IA dans les services proposés**.

Par ailleurs, l'Office continuera à innover sur un volet prioritaire : **l'amélioration de la qualité des services rendus aux jeunes en matière d'accompagnement à l'orientation**. Au sein du Lab'Or Onisep (le laboratoire de l'innovation publique sur l'orientation), il s'agit d'analyser les besoins des usagers, d'expérimenter et de créer des outils et des services adaptés.

## ■ Lancer une stratégie IA

En l'espace de quelques mois, ChatGPT, rapidement suivi par d'autres acteurs, a chamboulé le monde de la « Tech » et des secteurs professionnels. Désormais, un certain nombre d'acteurs de l'Edtech cherchent à se positionner dans le champ de l'information et de l'accompagnement à l'orientation via leurs applications. Si l'Onisep est convaincu de l'intérêt d'intégrer rapidement ces nouvelles technologies pour conforter son rôle et ses missions, il construira **une stratégie qui lui assure la maîtrise de son système d'information et son indépendance technologique**. En outre, les solutions proposées par des prestataires, basées sur un modèle de redevances, seraient à terme trop onéreuses. La stratégie s'accompagnera également **d'un plan de formation** pour acculturer les responsables des départements et les personnels aux enjeux et aux usages de l'IA, aux compétences nécessaires pour maîtriser ces nouveaux outils et à son impact sur nos métiers (réflexion sur les cas d'usage métiers pour s'alléger des activités chronophages, sur les limites de l'IA et sur les besoins en interventions humaines).

Un programme de développement, intégrant les dernières avancées en matière d'IA, sera lancé. L'objectif est de pouvoir développer différents cas d'utilisation, en réponse aux besoins des directions métiers. Dans un premier temps, est prévue la **mise au point d'un chatbot d'aide à la réponse aux questions pour les conseillers et conseillères du service « Mon orientation en ligne »**. Il s'agira d'un outil de réponses aux questions simples des usagers, qui transférera aux équipes les questions plus complexes, requérant une expertise et un dialogue. Dans un second temps, **une version « Onisep IA » sera développée** pour tester l'intégration de nos données et de notre vocabulaire métier à un moteur conversationnel, en complément du moteur de recherche actuel d'Onisep.fr. L'aboutissement de ces projets conduira à la mise en place d'un chatbot grand public, inclus à notre offre de services.

## ■ Focus sur le Lab'Or

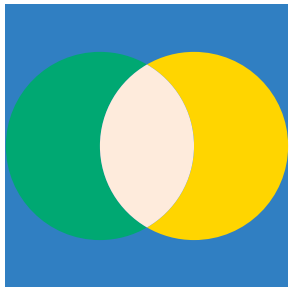
Espace virtuel et physique, le Lab'Or a pour vocation de **favoriser et d'accompagner l'innovation en orientation**. C'est un lieu de partage, dédié à la création et à l'expérimentation de solutions novatrices, tant pour les acteurs internes que pour les partenaires et les usagers. En 2024-2025, nous continuerons à constituer des réseaux de partenaires, aussi bien au sein qu'à l'extérieur de l'Office, et à les fédérer autour de projets communs ; à accueillir et à accompagner les dispositifs innovants ; à diffuser et à valoriser l'innovation.

Le Lab'Or propose une méthodologie, le PIL (Programme d'innovation Lab'Or), qui s'appuie sur une approche de *design thinking*, adaptée aux exigences d'innovation de l'Onisep et des porteurs de projet. Cela consiste à mobiliser l'intelligence collective de nos parties prenantes pour explorer, prototyper, tester et déployer.

Pour **partager largement les connaissances sur les processus d'orientation**, une dynamique a été enclenchée :

- constitution de liens avec des laboratoires de recherche, notamment de l'Inetop-Cnam (Institut national d'étude du travail et d'orientation professionnelle), mais aussi avec l'université Paris Cité, pour la construction des *Référentiels des compétences à s'orienter au collège et au lycée* ;
- collecte de ressources, notamment à travers les conférences et les webinaires dans lesquels interviennent des experts de l'orientation.

Cette année, se constituera la base documentaire des connaissances scientifiques pluridisciplinaires sur le processus d'orientation, inscrite au COP (Contrat d'objectifs et de performance), qui sera, à terme, intégrée à la plateforme Avenir(s). Ces connaissances seront également éditorialisées sur Onisep.fr, à destination du grand public.



# La relation aux usagers

## ■ Prioriser la qualité du service rendu aux usagers

La culture de l'usager est désormais pleinement partagée par les équipes de l'Onisep. La **mise en œuvre d'une démarche de design de service** vise à mieux connaître les usages, recueillir les besoins de nos différents publics, évaluer nos productions et nos services afin **d'améliorer continuellement le service rendu aux jeunes, aux parents et aux équipes éducatives**. Si l'ensemble des départements et services de l'Office sont sensibilisés à cette approche, les équipes de « Mon orientation en ligne », en prise directe avec les usagers, sont tout particulièrement concernées. En lien avec le programme Data, l'amélioration de la qualité de ce service implique un nouveau système d'aide à la réponse et une exploitation des données conversationnelles, issues des échanges avec les usagers.

Dans le champ de la communication, l'Office souhaite **développer sa stratégie relationnelle** : tisser une relation de qualité avec les usagers et établir des liens directs et durables avec eux, en s'appuyant sur le marketing relationnel et les réseaux sociaux.

## ■ Systématiser la démarche design de service

Pour adapter et créer des produits et des services correspondant aux besoins de nos usagers, nous utilisons la méthode du **design thinking**, portée par le Lab'Or Onisep, couplée à celle du **design de service**. *Design thinking* et design de service interagissent pour résoudre des problématiques et faire émerger des solutions innovantes, réaliser des prototypes et les tester, orchestrer tout ce qui concourt à la réussite des projets (ressources humaines, processus, infrastructures...).

La **systématisation d'études et d'enquêtes quantitatives et qualitatives, ainsi que des mesures d'impact** sont une composante essentielle de cette démarche, tout comme les tests utilisateurs. C'est le cas, par exemple, de la plateforme Avenir(s) qui, actuellement, est l'objet de retours d'expériences de bêta-testeurs (élèves et équipes éducatives de collège et lycée).

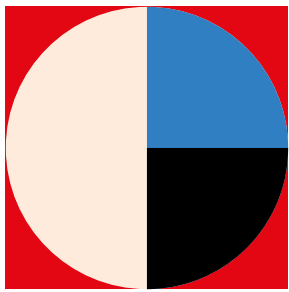
S'inscrivant dans un **processus itératif, d'innovation et d'ajustements**, l'Office s'attachera notamment à observer les comportements des usagers sur la plateforme Avenir(s) après son lancement, à mesurer l'impact de notre nouvelle offre éditoriale transmédia...

Pour **améliorer l'efficacité et la pertinence des réponses apportées aux usagers du service « Mon orientation en ligne » et des numéros verts « Parcoursup » et « Mon master »**, l'accent est mis sur la formation des conseillers et conseillères, le suivi qualité de leurs échanges, et l'analyse de leurs pratiques. Deux projets fondamentaux connexes viendront renforcer ces services. Le premier, un nouvel outil d'aide à la réponse, permettra de faire évoluer et enrichir les modèles de réponse utilisés par les personnels. Le second prévoit la mise en place d'un chatbot, basé sur l'intelligence artificielle, qui fonctionnera à partir des modèles de réponse, des FAQ « Parcoursup » et « Mon Master », et des données conversationnelles. Ce chatbot prendra en charge les questions les plus simples, libérant ainsi du temps pour les équipes afin qu'elles se consacrent à des questions plus expertes.

## ■ Focus sur la stratégie relationnelle

L'Onisep recourra au marketing relationnel pour renforcer sa marque et sa notoriété, fidéliser ses usagers et ses clients, valoriser ses productions et ses services, gratuits et payants. **Établir des liens privilégiés et faire en sorte de générer de la confiance** favoriseront la construction des relations avec les usagers dans la durée. Le marketing relationnel se traduira notamment par la création de newsletters, ciblées par typologie de public, comportant des contenus d'information, permettant de recueillir les attentes des usagers et renvoyant sur nos productions et nos services. L'acquisition d'un logiciel, centré sur la relation usagers, viendra appuyer cette démarche.

La mise en application du marketing relationnel pour **une communication performative sur les réseaux sociaux** vise à proposer à nos publics des contenus informatifs et pratiques et à les diriger vers le site Onisep.fr et la plateforme Avenir(s) pour des approfondissements. Pour être plus attractif et susciter l'engagement des publics, de nouveaux formats sont à l'étude : des webinaires sur l'agenda de l'orientation, sur les secteurs professionnels et leurs métiers ; des vidéos courtes dynamiques sur les métiers qui recrutent ; des informations sous forme de questions-réponses, de conseils-stratégies... Cette nouvelle dynamique sur les réseaux sociaux associe d'ores et déjà des contributeurs de tous les départements. Elle se renforcera avec un réseau interne d'ambassadeurs pour démultiplier la portée de nos contenus.



# Le pilotage de l'établissement

## ■ Consolider le projet d'établissement

Pour déployer efficacement la stratégie de l'établissement définie dans le COP, de nombreux chantiers ont été menés : mise en place d'une comitologie pour piloter les projets structurants, d'un outil de suivi des projets (matrice référentielle de projets); création d'un schéma de comptabilité analytique; d'un SDSIN (schéma directeur des systèmes d'information et du numérique); initiation d'une revue des personnels... Il reste cependant à **construire un modèle économique pérenne** capable d'assurer à l'Onisep un niveau satisfaisant de ressources propres pour développer pleinement ses activités et ses projets innovants.

## ■ Améliorer la performance de l'établissement, identifier les besoins en compétences des personnels

L'engagement d'une réflexion sur les politiques éditoriale et commerciale, génératrices de ressources propres, concourra à la soutenabilité financière de l'Office et à la qualité de son pilotage. La **mise en œuvre du schéma de comptabilité analytique**, couvrant l'intégralité des productions et des services, appuiera la **définition d'un nouveau modèle économique**. La **connaissance des coûts complets par produits et par services** déterminera un résultat analytique, outil d'aide à la décision pour les productions payantes et les services gratuits de l'Office. Cela permettra de se doter d'une politique tarifaire pour les productions payantes, qui sera proposée au conseil d'administration.

Soutenant la mise en œuvre des lignes stratégiques de l'Office (optimisation des données, passage à la production transmédia, nouvelle politique commerciale...), le SDSIN, établi dès 2022 pour la réalisation des projets à coûts maîtrisés, englobera de nouveaux projets : développement d'un entrepôt de données pour l'analyse et la valorisation des données et ressources de l'Onisep; refonte du site Onisep.fr et de la chaîne éditoriale numérique; acquisition d'un outil de gestion de la relation usagers et clients...

Concernant les moyens de pilotage de l'activité, l'Office conduira plusieurs actions :

- **relier** l'outil de suivi des projets aux aspects budgétaires;
- **poursuivre** le dialogue de gestion avec les directions métiers pour le suivi de l'exécution budgétaire;
- **conforter** la démarche de contrôle comptable et budgétaire engagée en interne;
- **optimiser** l'occupation immobilière;
- **produire** des indicateurs sur l'activité commerciale et installer un comité de suivi opérationnel.

La conduite de la gestion prévisionnelle des ressources humaines s'inscrit dans l'adaptation à l'évolution du périmètre et des missions de l'Office. La revue des personnels sera menée à son terme pour identifier compétences, aspirations et besoins en formation de chacun, avant de projeter des évolutions de carrière. Il s'agira, à terme, de disposer d'**une cartographie exhaustive des métiers et des besoins en compétences**. Des parcours de réussite par agent seront proposés via **un plan de formation et de développement des compétences et des mobilités**.

## ■ Focus sur les partenariats

- Le fort besoin actuel de rendre plus attractifs les métiers en tension a permis de nouer de nombreuses collaborations avec les partenaires du monde économique. Il s'agira de poursuivre ces travaux, notamment sur les compétences attendues par les employeurs et d'engager des partenariats pluriannuels permettant de pérenniser les revenus et d'expérimenter de nouveaux formats éditoriaux, notamment numériques.
- L'arrivée de la plateforme Avenir(s), à l'automne 2024, sera l'occasion de travailler de nouveaux partenariats : d'une part, avec les Régions, qui pourront gratuitement articuler un certain nombre de leurs informations et de leurs outils à la plateforme, d'autre part, avec des entreprises et des associations, qui pourront permettre l'accès à des services complémentaires, mais surtout avec les acteurs économiques, qui pourront y valoriser leurs métiers auprès des élèves.



# Partenariats / Modèle économique

## ■ Repenser le modèle économique

Impactant la trajectoire financière de l'établissement, le pilotage des recettes propres est un enjeu fondamental, plaçant la politique commerciale comme un levier essentiel de la performance de l'établissement. Les effets de la stratégie adoptée depuis deux ans se font désormais sentir : introduction de la culture des usagers pour mieux répondre aux besoins et attentes, grâce à la création de la cellule Enquêtes et Études et l'appropriation de la notion de marketing mix, avec la constitution d'un service Marketing et Communication. En parallèle, le département des Éditions se réorganise pour passer à une production éditoriale transmédia et transformer son process de production. Ces éléments combinés permettent de s'atteler à la **définition d'une nouvelle stratégie éditoriale, corrélée à une nouvelle stratégie commerciale.**

## ■ Formaliser une nouvelle offre éditoriale et de services

L'analyse fine de l'activité commerciale, complétée par les informations générées par la comptabilité analytique (connaissance des coûts complets par produits et par services), contribuera au développement de l'offre commerciale. D'autres indicateurs et actions mis en place (mesure de la fréquentation de nos sites, veille sur la concurrence, études et enquêtes auprès de nos publics...) concourront à **améliorer l'offre de service éditorial, pour accroître notre attractivité et le service rendu aux usagers.** À l'appui de ces leviers, l'Onisep formalisera une nouvelle offre commerciale, associée à une nouvelle politique tarifaire.

La définition de la nouvelle offre de produits et de services s'arc-boutera sur trois volets :

- **l'évolution de notre offre éditoriale.** Elle sera fondée sur une stratégie éditoriale axée sur la refonte des collections imprimées et sur une stratégie commerciale et un plan marketing pluriannuel prévoyant notamment le renforcement de la communication sur les produits et les services ;
- **l'évolution de l'offre de produits et de services dédiée aux partenaires du monde économique.** De nouvelles formes de collaboration privilégiant la logique du « numérique first » sont à l'étude. La recherche de revenus, issus de partenariats liés à la plateforme Avenir(s), sera également initiée. Une nécessité pour financer l'hébergement de la plateforme et l'évolution des outils numériques du programme ;
- **la refonte du site Onisep.fr**, pour générer encore davantage de trafic et maintenir, voire augmenter, les revenus publicitaires. De nouveaux supports commercialisables, adaptés à la demande des annonceurs et à l'évolution du marché de la publicité, sont envisagés.

Pour accroître les ventes, **la fonction commerciale sera également renforcée** avec le recrutement d'un directeur commercial ou d'une directrice commerciale. Pour l'année à venir, il s'agira de développer en BtoB (*Business to Business*) nos cibles historiques, les établissements scolaires, et d'en atteindre de nouvelles, comme, par exemple, les médiathèques. Les actions marketing se concentreront sur les abonnements aux collections imprimées et au Kiosque en ligne (mise à disposition des publications imprimées au format numérisé), canal de vente le plus rentable à ce jour. En BtoC (*Business to Consumer*), de nouvelles formules d'abonnement au Kiosque en ligne, sur une durée limitée, seront proposées aux parents.

**L'amélioration de la gestion des interactions et de la relation avec les clients et usagers** passera par :

- un travail sur le marketing de contenu pour les réseaux sociaux, renforçant ainsi l'attractivité et l'engagement des publics ;
- l'acquisition d'un logiciel centré sur la relation usagers (CRM-*Customer Relationship Management*), permettant de centraliser les données usagers de nos différentes bases (clients, partenaires, usagers du service « Mon orientation en ligne ») d'en collecter de nouvelles et de les qualifier. Ainsi, il sera possible de définir des profils, de proposer des messages personnalisés, de lancer et d'automatiser les actions de marketing et de communication.

## ■ Focus sur le Kiosque en ligne

Source de revenus potentiels, le Kiosque en ligne, donnant accès sur le Net aux publications de l'Office, fera l'objet d'une refonte pour mieux répondre aux besoins et aux usages de nos différents publics. L'interface de recherche et de présentation de notre offre sera revue, un format d'affichage *responsive* sera proposé, les contenus éditoriaux seront adaptés pour une consultation facilitée et plus attractive. Le Kiosque en ligne sera enrichi de nouveaux contenus sous forme de collection numérique, associée à des cahiers d'activités pédagogiques.



# Focus sur la continuité de quelques projets clés pour chaque direction

## ■ Le pilotage de l'établissement

En 2024-2025, le Secrétariat général déploie son second projet de service, socle de son engagement pour servir efficacement et durablement les objectifs stratégiques de l'Office. Chaque service du Secrétariat général déclinera un plan d'actions.

Les personnels seront accompagnés individuellement et collectivement par **un plan de développement des compétences dans un environnement de qualité de vie au travail**. Sur le plan financier, les dialogues de gestion seront menés avec les directions métiers pour **ajuster la conduite budgétaire au plus près des enjeux actuels**. La **comptabilité analytique sera mise en œuvre** et l'exécution budgétaire sera effectuée dans le cadre d'un contrôle interne renforcé. Au regard des achats et des affaires juridiques, **la performance économique des achats**, le cadrage administratif et financier du programme Avenir(s) et la sécurisation des procédures de conventionnement seront prioritaires. Sur les questions du patrimoine et de l'immobilier, la planification de la **stratégie immobilière de l'établissement** est programmée.

## ■ Le développement économique

Le département Développement économique a pour objectif d'augmenter nos ressources propres en actionnant quatre leviers :

- l'administration des ventes : il s'agira d'**optimiser les dépenses en matière de gestion commerciale** et de diffusion gratuite et payante. La stratégie est de prioriser les ventes sur les abonnements et de fidéliser nos clients via des offres attractives. Les canaux de diffusion sont actuellement questionnés dans le cadre de la comptabilité analytique.
- le Marketing-Communication : ce service s'emploie à améliorer la notoriété de l'Office, à fidéliser ses usagers, ses clients et partenaires, et à valoriser les produits et services payants. **Il dynamisera le marketing relationnel**, notamment via les réseaux sociaux.
- les partenariats : de **nouvelles formes de collaboration privilégiant la logique du « numérique first »** sont à l'étude. Elles impliquent les départements producteurs dont le programme d'activité commence à être pensé en articulation avec ces apports partenariaux.
- les Études et Enquêtes : pour mieux connaître les usages et les besoins de nos différents publics et adapter en conséquence notre offre éditoriale, la mission Études et Enquêtes poursuit **des études qualitatives et quantitatives** et aidera de plus en plus les opérationnels à en intégrer les résultats.

## ■ La communication

La stratégie de communication, définie par la cellule Communication institutionnelle et le service Marketing-Communication, privilégiera trois axes de travail : **renforcer l'image de l'Onisep, fédérer les équipes en interne, favoriser le développement économique**. Au regard du défaut de compréhension de nos missions et du rôle des DT (Directions territoriales) apparaissant dans le rapport de la Cour des comptes, il conviendra de mieux expliciter l'évolution de nos missions et de donner de la visibilité aux activités des Directions territoriales. En interne, il s'agira de consolider notre organisation en réseau et de mobiliser les personnels autour de nos grandes orientations stratégiques, notamment le programme Avenir(s). Favoriser l'augmentation de nos ressources propres passera par la valorisation de nos produits et services, par la fidélisation de nos clients et la conquête de prospects, ainsi que par le développement de nouveaux partenariats.

## ■ L'innovation

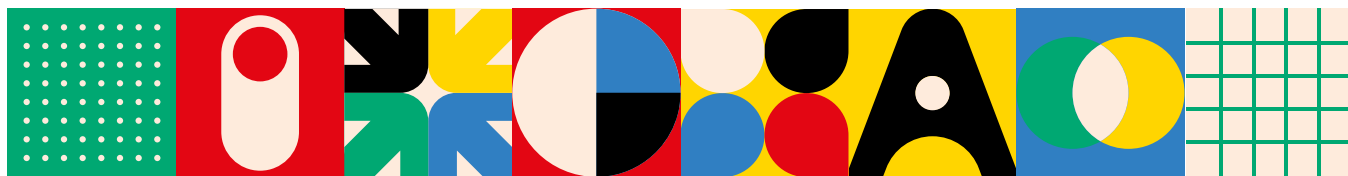
La cellule CCRI, ou Cellule Compétences, Recherche et Innovation, organise son activité autour de trois sujets interdépendants. Dans les domaines des compétences et de la recherche, elle se concentre sur **la mise en œuvre de contrats de recherche** portant sur les *Référentiels des compétences à s'orienter et des compétences du XXI<sup>e</sup> siècle*. Mené dans le cadre du programme Avenir(s), c'est un travail préalable au développement d'outils et de services numériques permettant de guider les élèves dans leurs parcours d'orientation. En parallèle, la Cellule sollicitera des laboratoires de recherche pour qu'ils participent aux différentes étapes de mise en œuvre de nos projets. Au regard de l'innovation, elle continuera à animer **le Lab'Or, le laboratoire dédié à la création et à l'expérimentation de solutions novatrices** en matière d'orientation.

## ■ La transformation numérique

Le département des Systèmes d'information a en charge la gestion, le maintien et **l'amélioration des systèmes informatiques et des technologies de l'information**. Il gère l'administration et la surveillance des systèmes, les serveurs, les réseaux, le stockage des données et la sécurité. Il fournit une assistance aux utilisateurs en cas de problèmes techniques. Enfin, il s'occupe de la planification stratégique, de la conception et du développement logiciel, en lien avec les directions métiers.

Pour sa part, le département Conception et Développement numérique réalise **la maintenance corrective et évolutive de nos sites Web** : corrections de *bugs*, ajout de nouvelles fonctionnalités, évolutions pour





une meilleure prise en compte de l'accessibilité. Il se charge aussi des imports réguliers des données (métiers, formations, établissements...) qui alimentent les différents sites Web et applications pour le programme Avenir(s).

L'enjeu, cette année, pour ces deux départements sera la **mise en œuvre d'une stratégie portant sur l'intelligence artificielle**.

### ■ Le pôle Production intégrée

Le département des Ressources documentaires enrichit nos bases de données sur les métiers et formations, tout en apportant son soutien à nos ministères de tutelle et partenaires via la **production de données nationales de qualité**. Il collecte et traite les informations sur les métiers et l'offre de formation initiale nationale, avec le concours des Directions territoriales. Il alimente également la base de données sur les certifications, «Certif Info», avec les partenaires du réseau des Carif-Oref. De par ses missions, il constitue un **support à l'éditorialisation de nos productions** par la mise à disposition des données pour les moteurs de recherche et services numériques. Pour l'année à venir, sa feuille de route prévoit :

- la modernisation du portail de veille documentaire OnisepDoc ;
- de nouveaux jeux de données en open data ;
- l'amélioration du système d'aide à la réponse du service « Mon orientation en ligne » ;
- le développement d'un entrepôt de données centralisant l'ensemble de nos données documentaires et ressources éditoriales ;
- la constitution d'une base de connaissances sur le processus d'orientation.

À l'externe, il poursuivra ses **collaborations avec les ministères et opérateurs de l'État** : enrichissement d'indexations, données sur l'apprentissage...

Le département des Éditions déploiera une **offre éditoriale transmédia** en s'appuyant sur une nouvelle organisation interne. Sa stratégie consistera à :

- optimiser le process de production et améliorer l'exploitation des contenus dans le système d'administration éditoriale ;
- « penser » sa production pour une déclinaison sur différents canaux : parutions imprimées, Web, réseaux sociaux ;
- engager la **rénovation d'Onisep.fr**, devenant davantage un site d'actualités à la navigation facilitée, et la **refonte de ses collections imprimées**, associée à de nouvelles créations graphiques.

Des tchats, destinés au grand public, seront programmés pour accompagner les différentes

phases de la procédure Parcoursup. Au niveau de l'offre audiovisuelle, de nouveaux films sur les métiers, les parcours de professionnels, les procédures et l'orientation seront produits, coproduits ou acquis. Le travail de production de vidéos de communication sera poursuivi pour mieux faire connaître l'Onisep, ses produits et ses services. De nouveaux formats vidéo seront développés pour la plateforme Avenir(s) : une série autour des outils de la plateforme et de leur usage pédagogique, des vidéos sur la construction du programme Avenir(s), une série autour des grandes questions d'orientation...

### ■ Le pôle Relation aux usagers

Le département **Accompagnement personnalisé, information et conseil aux usagers** exerce plusieurs types d'activités. Sa compétence originelle est d'apporter des réponses aux usagers du service « Mon orientation en ligne ». Les équipes répondent aux questions portant sur l'orientation, les formations et les métiers, par mail, téléphone et tchat. Elles assurent aussi les échanges par tchat avec les usagers du site Nouvelles Chances, offrant un soutien aux jeunes en voie de décrochage ou déjà décrochés du système scolaire. L'autre mission est la réponse aux usagers de Parcoursup, le département gérant aussi le numéro vert et les réponses sur le volet orientation et le fonctionnement de la procédure. Enfin, une nouvelle activité est prise en charge depuis 2023 : la gestion du numéro vert d'information « Mon master ». La veille documentaire et l'assistance aux conseillers et aux conseillères sont fondamentales pour le bon fonctionnement du département.

L'ensemble de l'activité du département **Accompagnement et Pédagogie de l'orientation a vocation à intégrer la plateforme Avenir(s)**. En lien avec les Directions territoriales, le département procédera à la mise à jour de la banque de ressources pédagogiques, et à l'actualisation de ses modules de formation pour les équipes éducatives. Avec le lancement de la plateforme Avenir(s), l'accent sera mis sur les formations permettant son appropriation. Concernant la découverte des métiers, un module sera positionné sur la plateforme et le département poursuivra son offre « Métiers en direct », un dispositif qui donne la possibilité à des classes (de la 5<sup>e</sup> à la terminale) de rencontrer des professionnels via des webinaires. Pour continuer à acculturer les équipes éducatives aux questions liées à l'orientation, des conférences en ligne et en replay, « Les rendez-vous de l'orientation », donnent la parole à des chercheurs de toutes disciplines et à des experts. Chaque année, 8 « Rendez-vous de l'orientation » sont organisés. En 2023-2024, près de 1000 personnes ont assisté aux directs.

