

# Orientation, formation et emploi.

Enquête auprès des **publics** et de leurs **usages**  
au sein de l'**écosystème numérique** de la Région  
Occitanie - Pyrénées/Méditerranée.

# Introduction

En formation initiale, en poste ou en recherche d'emploi, chacun peut avoir besoin d'aide dans ses démarches d'informations et de conseils en matière d'orientation.

En tant que collectivité territoriale, la Région Occitanie / Pyrénées-Méditerranée s'engage auprès des usagers à **apporter une réponse gratuite, objective et exhaustive sur les métiers, l'apprentissage et la formation professionnelle, accessible à tous les publics, à la recherche d'un emploi ou d'une nouvelle orientation professionnelle.**



# Origine du Laboratoire des Usages Web.

À la suite de la refonte du portail web en 2020, la direction Web se lance dans une **démarche d'amélioration continue de l'expérience usagers en fondant le Laboratoire des Usages Web.**

Le postulat appliqué est le suivant : le numérique doit permettre d'améliorer la relation entre les usagers et l'administration, à travers des services simples, accessibles et humains. Le Laboratoire des Usages sera le baromètre, l'outil de mesure pour y parvenir.

Les études menées au sein de cet observatoire reposent sur une approche exploratoire basée sur 2 principes :

- Qualifier précisément les publics et leurs attentes sur une thématique donnée.
- Prendre des décisions basées sur des données objectives et mesurables.

# Thématique étudiée.

Quelle est la photographie des publics et de leurs usages, sur le thème de l'orientation, la formation professionnelle et l'emploi au sein de l'écosystème de [laregion.fr](https://laregion.fr), dans un objectif d'amélioration permanente ?

## Constat

Face à ce ressenti général, et en l'absence de données objectives et mesurables, le Laboratoire des Usages Web se saisit du sujet pour y apporter une réponse claire et détaillée.

## Enjeux fixés par la Région

Le portail [laregion.fr](https://laregion.fr) doit porter le discours du CPRDFOP au plus près des usagers et proposer une politique publique efficiente, cohérente et lisible en allant à la rencontre des publics en attente d'une information, d'un conseil ou d'un accompagnement en matière d'orientation et d'emploi.

# Méthode de collecte de données.

3

## Mois

Métriques récoltées à partir d'une plateforme d'analyse Web.

**PIWIK** PRO

292

## Sondés

Données déclaratives collectées à partir d'un questionnaire en ligne.

**feedier** 

23

## Entretiens

Observations et des entretiens semi-dirigés auprès des usagers.

13

## Personnes

Ateliers de travail avec des agents de la collectivité.

# Les profils des publics.



**La grande majorité des personnes consultant les pages sur l'orientation, la formation professionnelle ou encore l'emploi sont, sans surprise, les particuliers (93%). En voici les principaux profils.**

# Les jeunes en formation initiale.

51% sont des jeunes inscrits dans une formation initiale âgés entre 15 et 25 ans et s'interrogent à plus de 80% sur leur avenir professionnel.

Obtenir un **premier niveau d'informations** sur les initiatives mises en place par la Région, les métiers par secteur ainsi que les aides financières disponibles en Occitanie.

**10%** des jeunes recherchent une offre de stage / alternance.

**1 jeune sur 8** connaît [meformerenregion.fr](https://www.meformerenregion.fr) et/ou les salons TAF.

**4 jeunes sur 10** déclarent avoir engagé des démarches pour y répondre.



Ils sont peu nombreux à trouver des réponses sur ces sujets dans l'écosystème de la Région. Pire, **la majorité des jeunes estime ne pas savoir ce que le site [laregion.fr](https://www.laregion.fr) peut leur apporter comme réponse** en matière d'orientation, de formation ou d'emploi après avoir consulté le site de la Région

# Les personnes en poste.

20% sont des personnes en poste, avec une majorité de 36 et 49 ans.

Nouveau paradigme, celui d'**Orientation Tout au Long de la Vie** (OTLV).

Les métiers et les secteurs d'activité, les pôles d'activité qui recrutent dans le bassin de l'emploi régional mais aussi les initiatives et les aides financières mises en place par la Région pour ce type de projet.

**85%** déclarent avoir effectué des **investigations dans ce sens sur internet** et **67%** d'entre eux indiquent avoir également cherché des **informations et des conseils sur le site [laregion.fr](http://laregion.fr)**.

L'utilité perçue du site [laregion.fr](http://laregion.fr) est également supérieure à la moyenne des autres profils puisqu'elle est de **4 sur 5**.

**NOUVEAU PARADIGME**

Celui d'Orientation Tout au Long de la Vie





# Les personnes sans activité professionnelle.

17% sont des personnes sans activité professionnelle, , avec une majorité de 36 et 49 ans.

Demandeurs d'emploi dans la très grande majorité, les personnes interrogées déclarent à **75%** avoir effectué des **recherches sur internet**, et à **53%** avoir poursuivi leurs recherches sur **laregion.fr**.

Souhaite une aide pour mieux connaître les missions de la Région Occitanie / Pyrénées-Méditerranée afin de leur permettre de **gagner en autonomie** dans leurs recherches.

1 personne sur 2 note l'utilité du site de **3 sur 5**.



Les sujets les plus plébiscités par ce public sont sans surprise les métiers et secteurs d'activités qui recrutent, les formations, les initiatives et les aides financières mises en place par la Région.

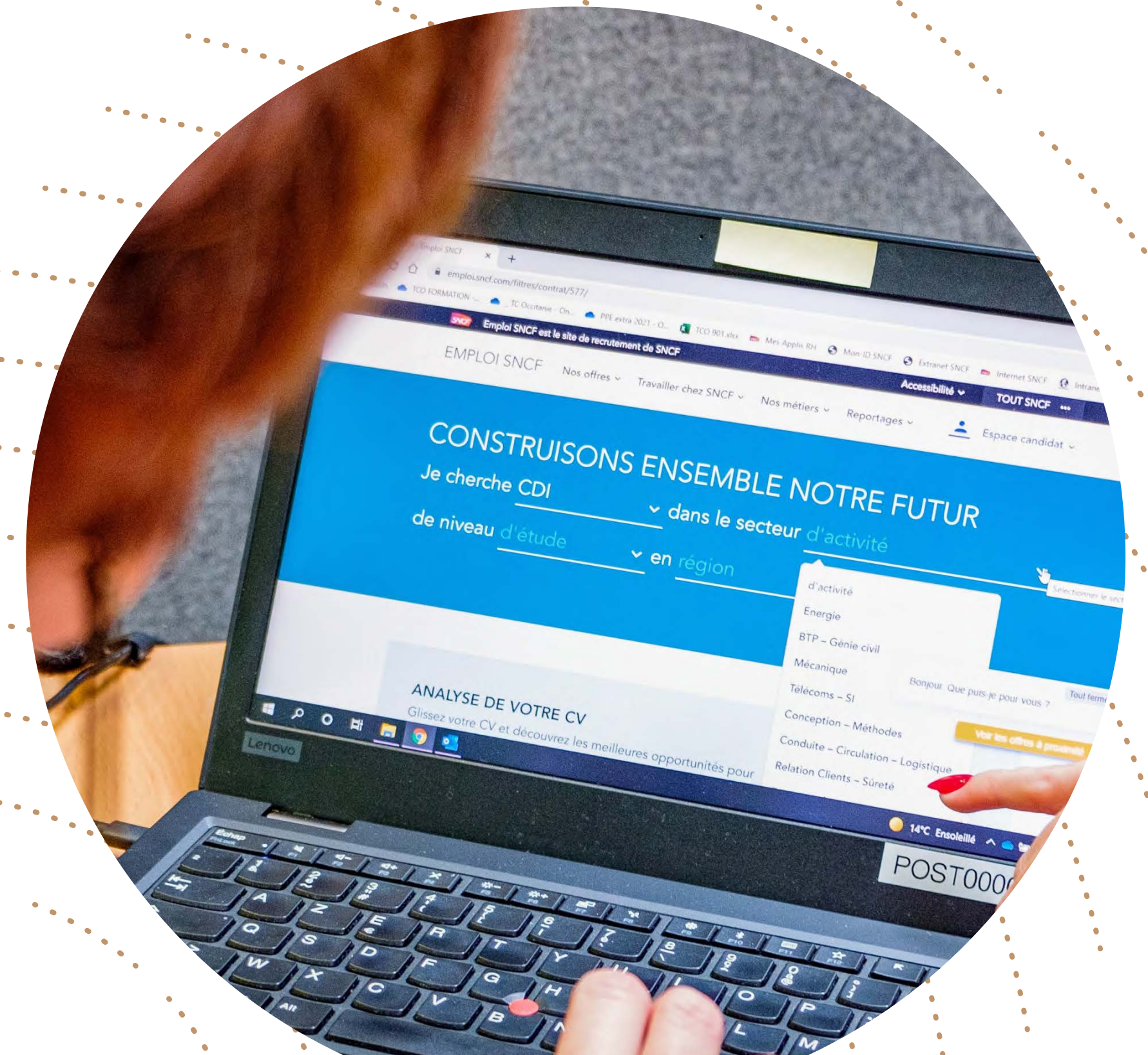
# Les personnes éloignées de l'emploi.

Ce public se compose de personnes dites “spécifiques” (détenus, illettrisme, illettrisme...), des décrocheurs et de personnes en dehors du monde professionnel.

Un **accompagnement sur-mesure** est mis en place, en amont d'une recherche d'emploi ou de formation pour leur permettre d'être plus autonomes dans leurs démarches.

D'un point de vue numérique, une réponse adaptée et personnalisée aux besoins spécifiques de ces personnes semble inenvisageable sur [laregion.fr](http://laregion.fr) tant la **relation d'accompagnement avec les acteurs de ces dispositifs est centrale.**

En situation de fragilité, informatique, scolaire, sociale, financière, il s'agit généralement de personnes peu ou pas qualifiées, en marge des démarches scolaires ou professionnelles.





# Les professionnels de l'accompagnement.

4% sont des professionnels de l'accompagnement.

Il s'agit d'utilisateurs dits "experts", qui connaissent les publics et les structures existantes en matière d'orientation, de formation professionnelle et d'emploi.

Cependant, dans ce paysage en recomposition, les conseillers expliquent être eux-mêmes perdus face à la masse d'informations disponibles, en constante progression, pour **rechercher des informations fiables et complètes.**

Les solutions développées au sein de l'écosystème de la Région pour traiter ces sujets sont peu utilisées par les agents. **Ils estiment que certains outils sont incomplets, inadaptés ou en doublon.** Des données erronées sont même repérées notamment au niveau des actualités présentes sur le site de [laregion.fr](http://laregion.fr).

“

Je recoupe l'information à 3 endroits différents pour être sûr de la fraîcheur de la donnée et de sa pertinence.

Professionnel de l'accompagnement (MDO)

# Les entreprises et les associations.

1% sont des entreprises.

Sur la base de ces premières constatations, les entreprises, les associations et les organismes de formation **ne constituent pas un public cible** à la recherche d'informations et de conseils sur l'orientation, la formation professionnelle ou l'emploi au sein de l'écosystème de [laregion.fr](https://www.laregion.fr).

Peu observées, les entreprises et les associations semblent être davantage concernées par la thématique du **développement économique** pour prendre connaissance des **aides et appels à projet** dont elles peuvent bénéficier.

Les entreprises veulent déposer des offres d'emploi ou participer à un événement de recrutement.



**Développement économique pour prendre connaissance des aides et appels à projet.**

Quant aux **organismes de formation**, ils sont quasi inexistants de cet écosystème, outre le fait de savoir quelles sont les démarches à réaliser pour être **référéncées dans le catalogue des formations** prises en charge par la Région.

# Les grands principes.

# De nouveaux usages

## Omniprésence des recherches sur internet

Usage quasi systématique d'internet dans les recherches d'informations et de conseil.

Face à un environnement numérique en pleine expansion, les dispositifs et interfaces numériques de la Région doivent être **accessibles à tous, correctement référencés et faciles à prendre en main.**

## Prise en compte du niveau de maturité des usagers

Chaque individu s'inscrit dans une démarche plus au moins mature face à la recherche d'informations sur l'orientation et l'emploi : la phase de découverte, l'intérêt et l'engagement actif.

Le rôle du site [laregion.fr](http://laregion.fr) est avant tout de répondre aux premiers **premiers questionnements afin d'aiguiller les publics vers les services les plus adaptés au sein de son écosystème.**

## Adaptabilité de la réponse des professionnels

Le conseiller adapte son discours face aux questionnements de l'interlocuteur pour le guider dans la réalisation de son projet professionnel et accroître son autonomie et auto-détermination.

L'adaptabilité de la réponse des professionnels de l'accompagnement est complexe puisqu'elle est se veut **singulière pour chaque individu**, difficilement générique.

# Les propositions d'améliorations.

**Après avoir mis en exergue les principaux apprentissages issus de notre analyse, l'un des résultats frappants de cette étude est que les usagers ne disposent pas d'une vision d'ensemble des solutions proposées par la Région en matière d'orientation, de formation et d'emploi. Les raisons sont multiples. Voici des préconisations pour y remédier.**



# Découvrir laregion.fr, le poste d'aiguillage en matière d'orientation, de formation et d'emploi.

# 1

## Simplifier l'offre de service.

Rationaliser les sites et les outils numériques existants. L'objectif est de permettre aux publics d'avoir une **meilleure identification de la valeur ajoutée** des solutions web, proposées par la Région.

# 2

## Donner de la visibilité aux initiatives et aux MDO.

Fournir aux usagers un éventail d'informations de la manière la plus **efficace et la plus efficiente** possible, en optimisant le contenu pour mieux informer le public et faciliter l'accès aux aides et aux services.

## Découvrir laregion.fr, le poste d'aiguillage en matière d'orientation, de formation et d'emploi.

# 3

### Transversalité des missions résumée.

Faire converger l'**offre de services avec les partenaires** du Service Public Régional de l'Orientation (SPRO).

# 4

### Un dévoilement progressif des informations

Limiter la densité informationnelle et apporter une granularité dans l'information affichée, à la recherche du **rapport optimal** entre le temps de lecture et le nombre de mots.

# Réorganiser les informations.

## 5

### Un regroupement par thématique plutôt que par profil.

Le découpage de l'offre par thématique, avec un en-tête explicatif de chaque catégorie permettrait d'apporter une **réponse globale et unique** aux sujets contenus dans le regroupement. De plus, cela donnerait la possibilité de créer des liens transversaux inter et intra-sites, sans surcharger la page.

## 6

### Faire découvrir les métiers porteurs d'emplois.

En s'appuyant sur les thématiques traitées par les professionnels de l'accompagnement, la site [laregion.fr](http://laregion.fr) doit **faire écho à ces démarches**, toujours dans l'objectif d'apporter plus d'autonomie aux publics dans leurs recherches d'informations.

## 7

### Une personnalisation de la réponse apportée.

La mise en place d'un **questionnaire** avec des questions sur les attentes des utilisateurs permettrait d'orienter les usagers vers le ou les dispositifs pertinents, concourant à l'individuation de plusieurs critères. Une **priorisation et une limitation des réponses** permettrait de créer une véritable aide à la décision.

# Renforcer l'autonomie des publics.

## 8

### Homogénéité de l'expérience au sein de l'écosystème

Sur un plan opérationnel, les usagers doivent pouvoir se **construire une vision globale** ( De quel site s'agit-il?), savoir se repérer (De quelle page s'agit-il?) et comprendre les rubriques environnantes (Que peut-on faire depuis cette page?).

## 9

### Fiabiliser les informations affichées

Afin d'éviter la présence d'informations erronées sur le site, des **misés à jour régulières** sont à prévoir afin de délivrer une information fiable et qualitative.

# Renforcer l'autonomie des publics.

# 10

## Évaluer la satisfaction et l'utilité du contenu

Au-delà du temps passé sur une page, il paraît important de **savoir si les citoyens trouvent les informations utiles**. L'introduction de courts formulaires de commentaires, en fin de page, avec un choix binaire de réponses "oui" ou "non" permettrait de collecter des métriques pertinentes sur chaque page de contenus.

# 11

## Des formats de contenu plus innovants

Le format doit être repensé pour fournir rapidement des informations aux citoyens et de **mesurer l'efficacité** des types de contenu sélectionnés.

# Boîte à outils du Laboratoire des Usages Web.

# Reproductivité et outils.

Sur un plan strictement méthodologique, les prochains travaux réalisés au sein du Laboratoire des Usages Web doivent appliquer une **combinaison d'approches quantitatives et qualitatives**.

En fonction de la thématique, du délai et des moyens financiers, une adaptation est envisageable dans la mesure où l'étude permet de qualifier précisément les publics et leurs attentes et de prendre des décisions basées sur des données mesurables.



Métriques récoltées à partir d'une plateforme d'analyse Web.

**PIWIK** PRO



Observations et des entretiens semi-dirigés auprès des usagers.



Tests d'utilisabilité des interfaces.



Données déclaratives collectées à partir d'un questionnaire en ligne.

**feedier** PRO



Ateliers de travail avec des agents de la collectivité.



Tri par cartes.

## Contact

**Agence Yumans**

hello@yumans.design

Conception et rédaction : Yumans

Visuels : Sous droit d'auteur

Crédit photos : Unspalsh, Médiathèque Occitanie