

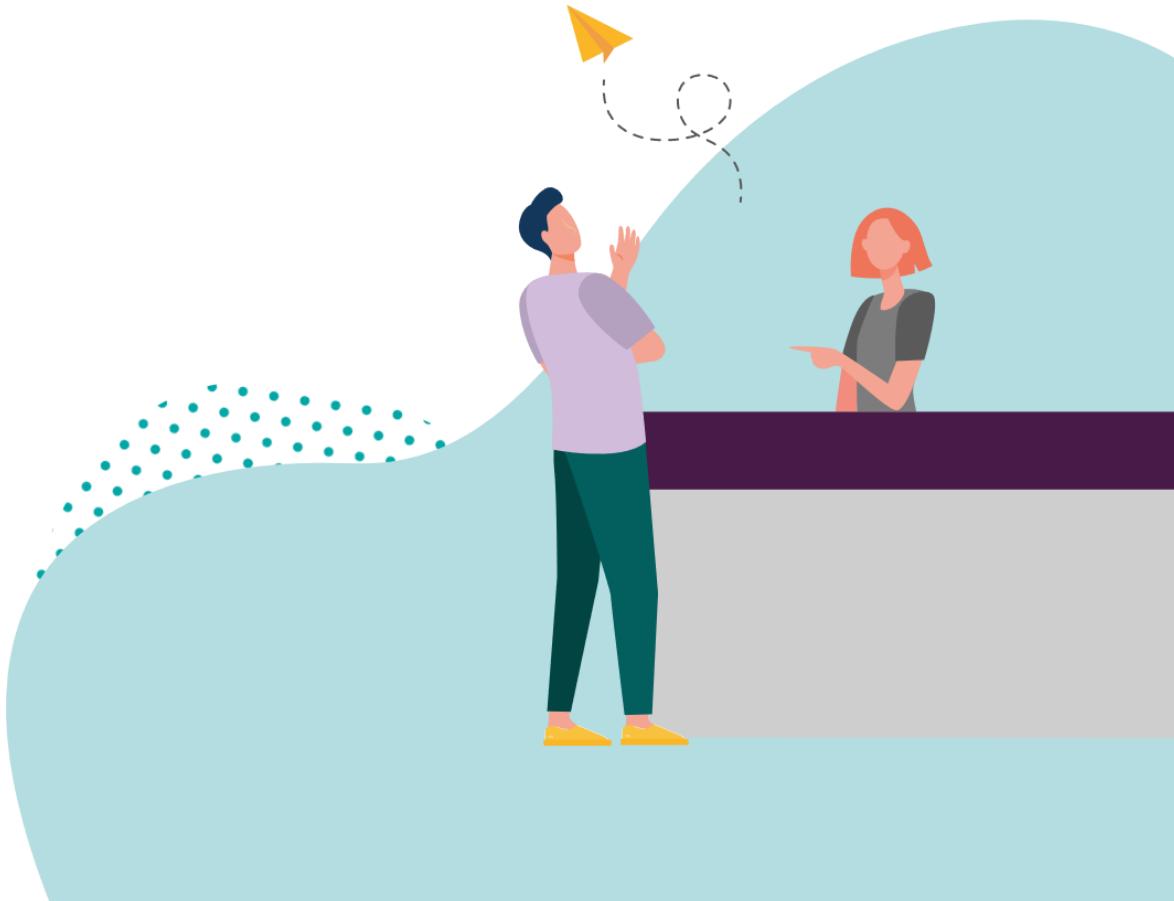


**Service public régional
de l'orientation**
Auvergne-Rhône-Alpes

SPRO EN AUVERGNE-RHÔNE-ALPES : Les professionnels de l'orientation prennent la parole

Étude mixte par questionnaire et entretiens

Juillet 2025 Ann PORCHERET-AMARA & Martine BUCLON





Sommaire

INTRODUCTION.....	5
1. METHODOLOGIE D'ENQUETE MIXTE.....	5
2. RESULTATS DU QUESTIONNAIRE.....	7
2.1 Caractéristiques des répondants.....	7
2.2 Présentation des résultats	8
Connaissance du SPRO	8
Sentiment d'appartenance au SPRO	10
Compréhension des acteurs et collaborations du SPRO.....	12
2.3 Premières conclusions générales	15
3. RESULTATS DES ENTRETIENS.....	16
3.1. Profils des interviewés	16
3.2. Thèmes explorés avec les interviewés	18
Le SPRO en 3 mots clés.....	18
Connaissance et recherche d'informations sur le SPRO	19
Appartenance au SPRO : ressentis et leviers d'engagement	21
Actions à développer pour renforcer le SPRO.....	22
Les collaborations de travail	24
4. SYNTHESE DES AXES D'AMÉLIORATION ET PISTES D'ACTIONS PROPOSÉES.....	28
4.1 Lisibilité et visibilité du SPRO pour les usagers	28
4.2 animation du spro et sentiment d'appartenance des professionnels	28
4.3 coopÉration et culture commune.....	28
● Renforcer la communication inter-réseaux : newsletter attractive (liens, infographies, vidéos).	28
● Développer le compagnonnage et parrainage entre organisations.	28
● Organiser des formations communes pour nouveaux arrivants, centrées sur la culture SPRO.	28
● Instaurer des groupes de travail transverses pérennes (thèmes : IA, réformes, parcours).	28
● Développer et maintenir un répertoire des métiers et personnes ressources (annuaires dynamiques). ..	28
4.4 Professionnalisation et mutualisation d'outils	28
● Renforcer RésOpro et centraliser toutes les ressources, appels à projets, offres de services.	28
● Développer un outil de suivi partagé pour l'orientation des publics.	28
● Valoriser les bonnes pratiques locales (méthodes, dispositifs)....	28
● Proposer un plan de formation continue :.....	28
○ Nouveaux dispositifs d'orientation.	28
○ Compétences transversales (soft skills, santé, numérique).	28
○ Collaboration inter-réseaux	28
○ Lancer un observatoire des initiatives locales pour essaimer les réussites.....	28
Annexes	30



Questionnaire en ligne Framaforms.....	30
Méthodologie d'entretien semi-directif.....	33
MÉTHODOLOGIE	34
POSTURE :	34
Quelques exemples de relances :.....	34
CONSIGNES :	34
Guide d'entretien semi-directif – SPRO.....	35
INTRODUCTION (3 MINUTES)	35
PRÉSENTATION & PROFIL (4 MINUTES)	35
CONNAISSANCE DU SPRO (5 MINUTES).....	35
SENTIMENT D'APPARTENANCE AU SPRO (5 MINUTES).....	36
COLLABORATIONS ET ACTEURS (5 MINUTES)	36
OUTILS & QUALITÉ DU SERVICE (6 MINUTES)	36
SUGGESTIONS & REMARQUES (2 MINUTES).....	37
CONCLUSION (1 MINUTE).....	37



« Quels seraient les critères d'un service idéal pour accompagner les publics ? Une proximité humaine, un lien humain fort, connaitre les personnes qui travaillent au SPRO, savoir avec qui échanger. Pour moi, il n'y a pas de meilleure façon de s'enrichir qu'avec l'humain. »

« L'identité de chaque structure n'a pas d'importance c'est la réponse apportée à l'usager qui est importante. »

« Ensemble on est plus fort »

Paroles de professionnels du SPRO

Un grand merci à l'ensemble des **participants de l'enquête par questionnaire** et à ceux qui ont accepté de participer aux **entretiens individuels**. Toute la richesse du contenu de ce bilan repose sur leurs contributions et l'expression de leurs expériences professionnelles quotidiennes auprès des publics. **Leurs apports permettent de nourrir les réflexions pour la construction du plan d'actions 2026** du Service Public Régional de l'Orientation.



1. Introduction

Dans un contexte économique et social en perpétuelle évolution, l'orientation tout au long de la vie occupe une place centrale dans les politiques publiques. Accélération des transitions professionnelles, montée en compétences, reconversions, développement de la formation continue : les besoins d'accompagnement des publics sont multiples, et concernent aujourd'hui **tous les âges de la vie**.

En France, selon une enquête de la DARES (2023), **un actif sur deux envisage une reconversion professionnelle**, et près de **7 millions de personnes** ont été accompagnées par un opérateur du conseil en évolution professionnelle (CEP) depuis sa mise en place en 2014.

Face à ces mutations, les services d'orientation doivent à la fois garantir **l'accès universel à une information fiable et accompagner individuellement les parcours**, en lien avec les réalités locales de l'emploi et de la formation. En Auvergne-Rhône-Alpes, le **Service Public Régional de l'Orientation (SPRO)** tout au long de la vie s'inscrit dans cette dynamique et mobilise un large réseau de structures partenaires.

Plus de dix ans après la loi de 2014 qui l'a institué, le SPRO continue d'évoluer. Il s'adapte aux besoins des publics, aux nouvelles pratiques professionnelles et aux enjeux d'une meilleure coordination entre acteurs.

Cependant, **comment les professionnels qui y contribuent au quotidien perçoivent-ils ce dispositif ? Quels sont leurs leviers d'action, leurs difficultés, leurs attentes ?**

C'est pour répondre à ces questions que le Groupe de travail OTLV du CREFOP Auvergne-Rhône-Alpes, qui pilote le SPRO, a commandité une étude, combinant **questionnaire en ligne** et **entretiens semi-directifs** auprès d'un échantillon de professionnels engagés dans le SPRO en région Auvergne-Rhône-Alpes. Ce rapport propose une analyse des retours recueillis, dans le but de connaître les pratiques, d'identifier les freins et les besoins, afin de nourrir une dynamique d'amélioration continue du service rendu aux usagers.

2. Méthodologie d'enquête mixte

L'enquête menée sur le Service Public Régional de l'Orientation (SPRO) tout au long de la vie en Auvergne-Rhône-Alpes repose sur **une méthodologie en deux temps**, combinant **une approche générale par questionnaire et une approche plus qualitative sur un échantillon plus réduit de structures SPRO**.

Un questionnaire a d'abord été diffusé *via* un emailing relayé par **les principales têtes de réseau** du SPRO et 235 professionnels de terrain ont ainsi répondu. A noter que France Travail et l'Apec n'ont pas participé à la diffusion du questionnaire. Ce dernier visait à **recueillir des données générales sur la perception et l'appropriation du SPRO**.

En complément, une série d'**entretiens qualitatifs, d'environ 30 minutes**, ont été conduits auprès d'un échantillon varié de professionnels volontaires (ayant donné leur accord dans le cadre du questionnaire) issus de structures et de territoires différents et portant sur les mêmes thèmes que le questionnaire. Ces entretiens, menés en distanciel à partir d'un guide, ont permis d'explorer en profondeur des aspects non mesurables par le questionnaire, tels que **la satisfaction, les représentations, les difficultés rencontrées et les dynamiques partenariales**.

L'objectif est d'alimenter **une analyse thématique fine** afin de nourrir **des décisions stratégiques** éclairées et **des actions concrètes d'amélioration**.



Thématiques abordés dans le questionnaire et les entretiens

Connaissance du SPRO

Appartenance au SPRO

Connaissance des autres acteurs du SPRO / Collaboration

Service délivré dans le cadre du SPRO
Réussite / difficulté

Chiffres clés de l'enquête SPRO Auvergne-Rhône-Alpes

Questionnaire en ligne

Diffusion : questionnaire Framaforms diffusé par les têtes de réseaux (hors France Travail et Apec) : la demande de relais avait été formalisée au sein du GT OTLV du CREFOP, puis par mail et relayée dans l'espace collaboratif du groupe de travail au sein de RésOpro.

Période de collecte : du 31 mars au 16 mai 2025

Entretiens individuels

- Entretiens individuels (30 min)
- Volontaires recensés : 51
- Objectif : 20 entretiens (jusqu'à saturation)
- Interviewers : Martine BUCLON - Chargée de mission SPRO, Région Auvergne-Rhône-Alpes & Ann PORCHERET-AMARA - Chargée de mission Ingénierie de l'orientation / VAE, Via Compétences
-
- **Entretiens réalisés : 24**
- Sélection : diversité de structures, de missions, de niveaux de connaissance du SPRO et d'ancre territorial ;
- Méthode : échange à partir d'un guide d'entretien semi-directif, enregistrement, prise de notes, verbatims
- Analyse : thématique (identification, catégorisation, interprétation).

Calendrier

- Traitement des données : juin-juillet 2025
- Rédaction du bilan : juillet-septembre 2025
- Présentation au GT OTLV du CREFOP (V1) : 17 septembre 2025
- Octobre 2025 : Parution d'un rapport et d'un 4 pages synthétique & diffusion

Limites de l'étude

- Pas de représentativité statistique (questionnaire diffusé en réseau, non échantillonné)
- Mobilisation inégale des structures



3. Résultats du questionnaire

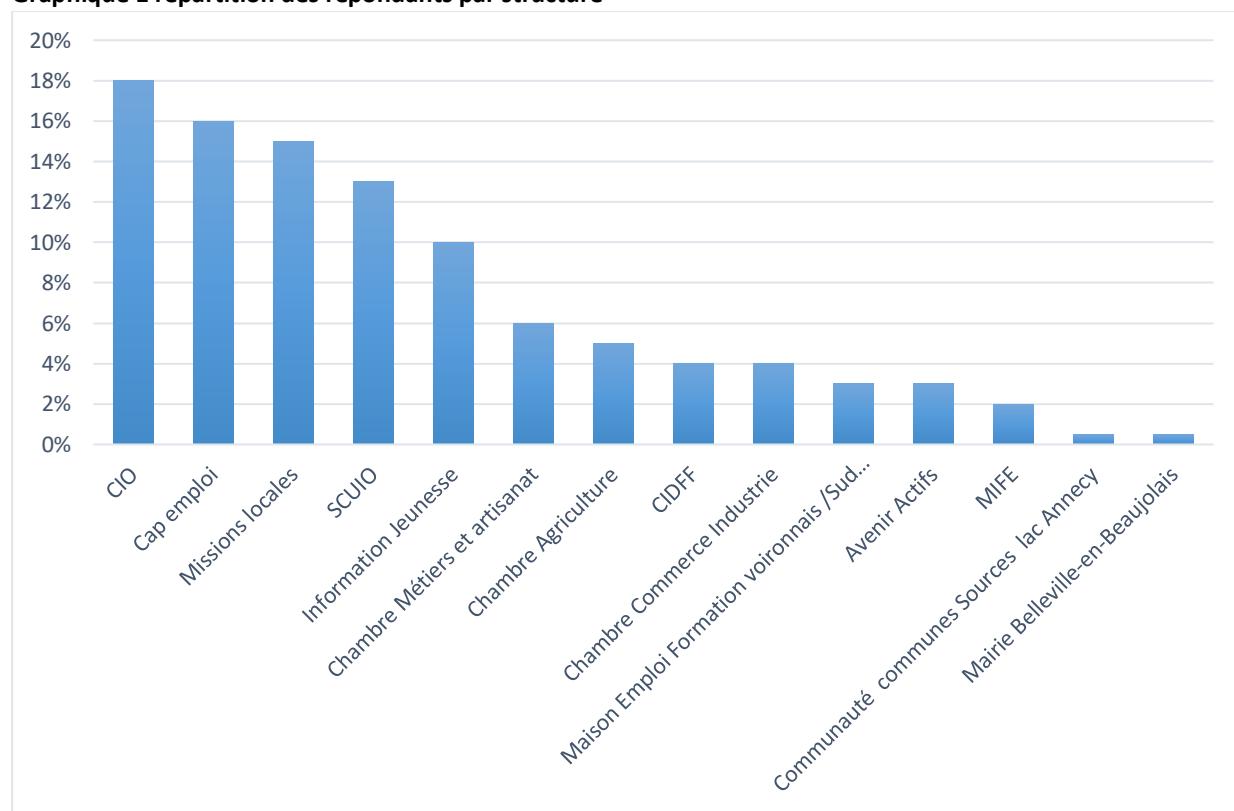
2.1 CARACTÉRISTIQUES DES RÉPONDANTS

L'échantillon du questionnaire comprend **235 répondants** représentant un panel varié couvrant bien les typologies de structures et issus majoritairement **des réseaux du cercle législatif** du SPRO : CIO, Cap Emploi, Missions Locales, SCUIO et structures d'Information Jeunesse, représentant chacun entre 10 % et 18 % des réponses.

L'étude permet également d'avoir un retour des **3 consulaires** mais aussi **de structures labellisées** dans le cadre de l'appel à candidature régional du SPRO, parmi les réseaux MIFE et CIDFF mais aussi des structures indépendantes. Ceci permettant d'avoir des témoignages de structures aux organisations différentes.

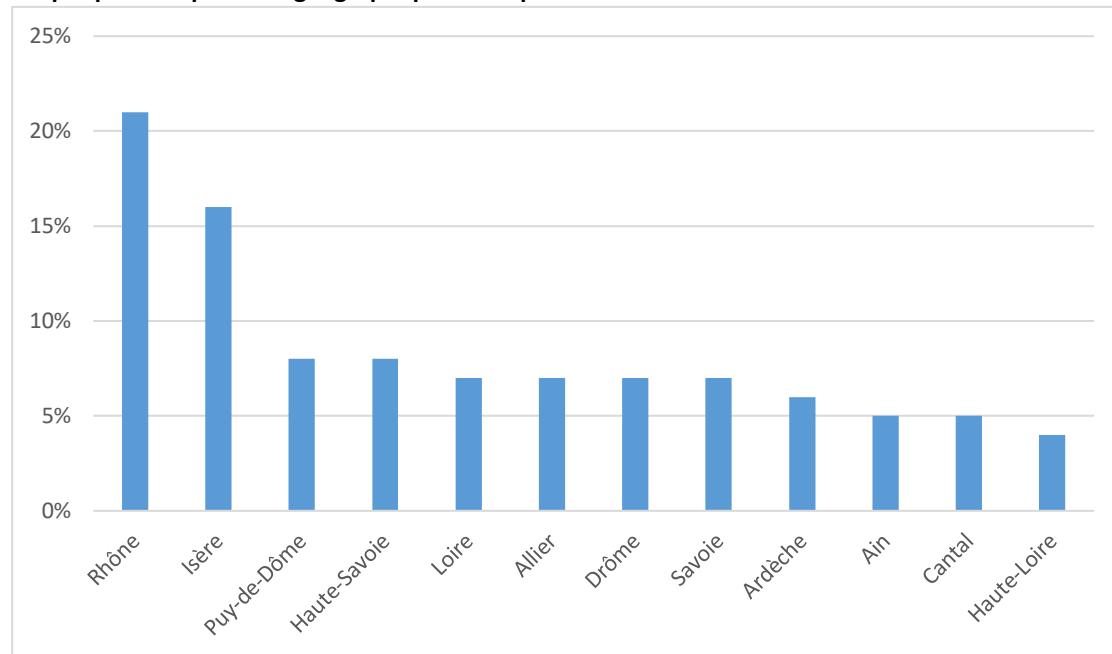
Environ **trois quarts des répondants occupent des fonctions d'accompagnement ou de conseil** auprès des publics, ce qui confère à l'analyse une forte dimension opérationnelle, en prise directe avec le terrain.

Graphique 1 répartition des répondants par structure

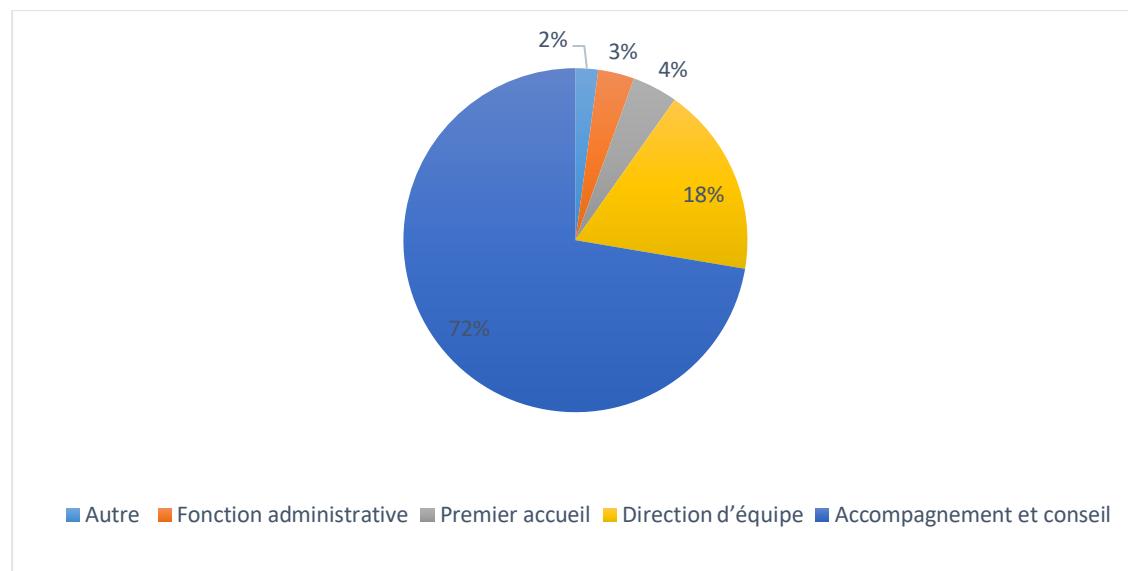




Graphique 2 : répartition géographique des répondants



Graphique 3 : principale mission des répondants



Autre : Communication / Enseignement.

2.2 PRÉSENTATION DES RÉSULTATS

Connaissance du SPRO

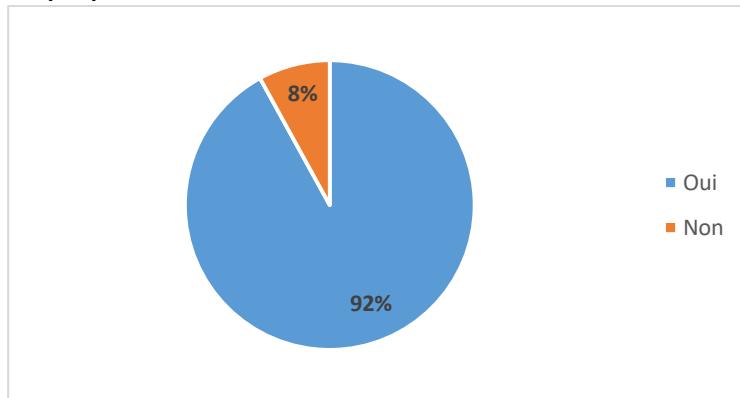
Interrogés sur leur niveau de connaissance du SPRO, la majorité des répondants estime avoir **une connaissance suffisante des missions et des objectifs** de ce réseau régional d'acteurs de l'orientation. A noter toute de même que **8% des professionnels n'ont pas entendu parler du SPRO ou ne le connaissent pas**.

Plusieurs commentaires libres signalent des **besoins d'éclaircissements sur les rôles des différentes structures, les périmètres d'action de chacun ou encore sur les outils disponibles**.

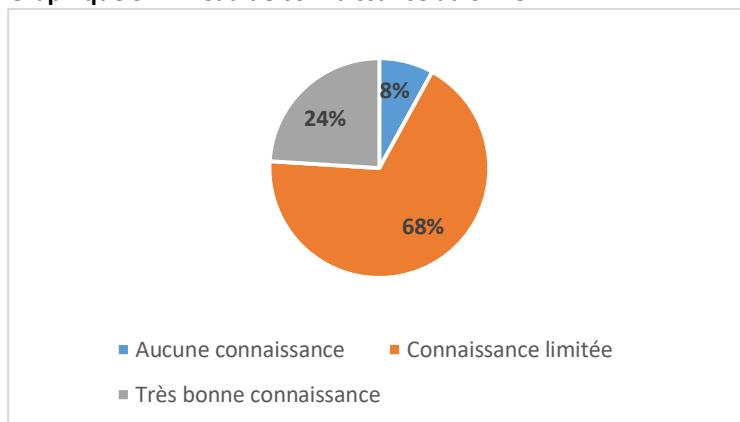
 **Tendance :** une connaissance déclarée globalement correcte, avec, cependant, **des attentes d'harmonisation de l'information et de meilleure lisibilité du SPRO**.



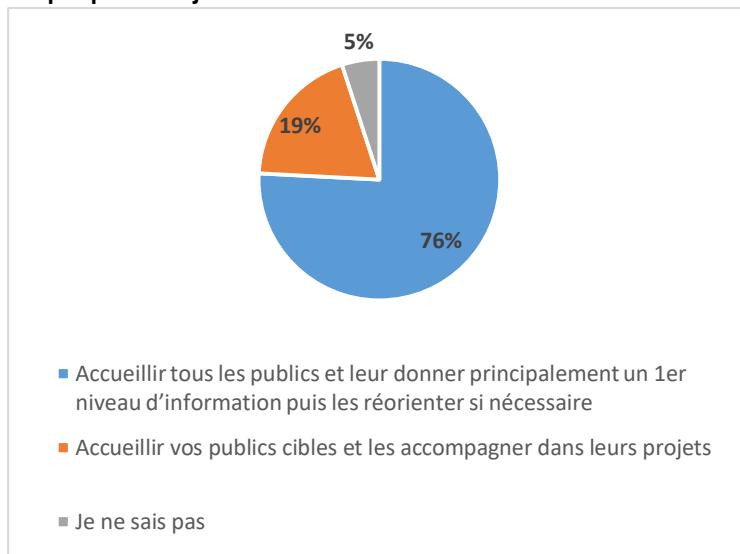
Graphique 4 : connaissance du SPRO



Graphique 5 : Niveau de connaissance du SPRO



Graphique 6 : objet du SPRO

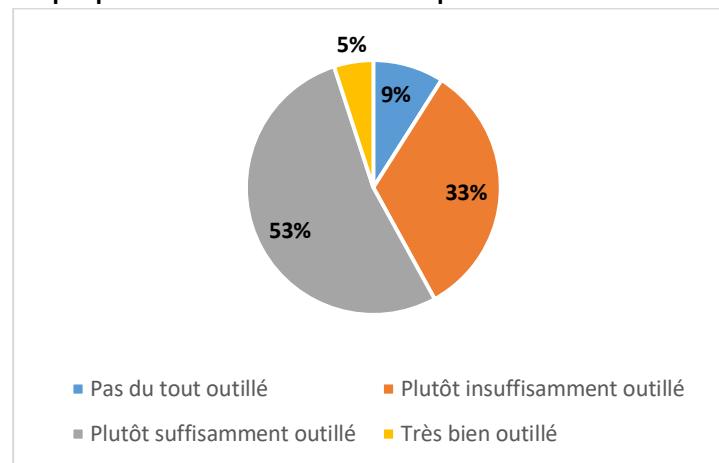


Le fait que 19% pensent que le SPRO est en charge d'accueillir seulement les publics cibles et les accompagner dans leurs projets, démontre **un besoin d'accompagner les conseillers dans la prise de conscience que le SPRO accueille tous les publics**, y compris ceux qui ne sont pas dans la cible de la structure.

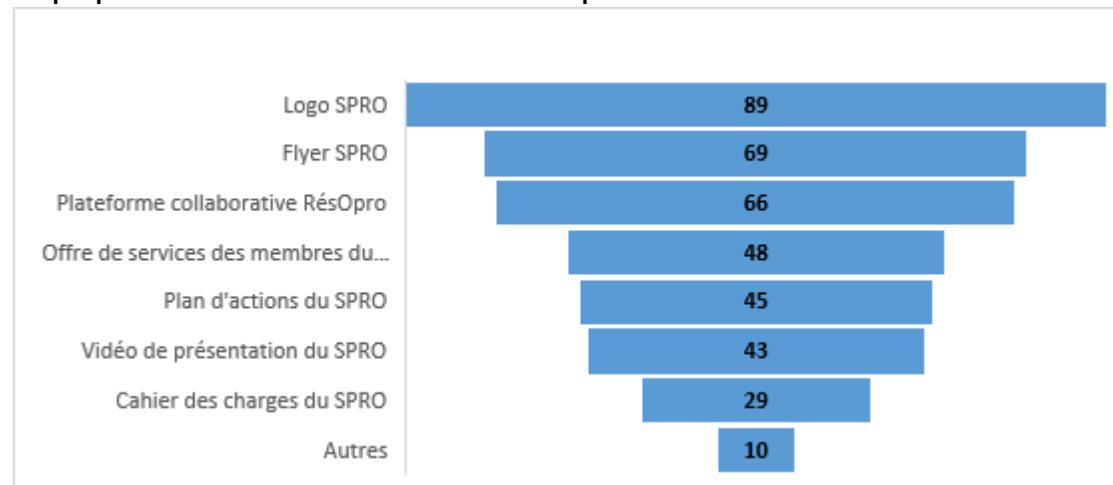


À la question "Êtes-vous suffisamment outillé(e) pour mener à bien vos missions dans le cadre du SPRO?", une petite majorité (58%) se déclarent suffisamment voire très bien outillés ; cependant, les réponses montrent un ressenti globalement mitigé (voir graphique 7).

Graphique 7 : sentiment d'être outillé pour la mission SPRO



Graphique 8 : connaissance des ressources Via Compétences



Parmi les ressources mentionnées en réponse libre (Item autres du graphique 8 ci-dessus), les outils les plus cités sont :

- **Via Compétences** : formations, webinaires, moteur de recherche, newsletters
- **Onisep, CIDJ, Cléor, Parcourageo, O'rêka**
- **Outils internes aux réseaux** (ex : Avenir Actifs)
- Evènements tels que **les « Matinales » ou les forums emploi**

Certains professionnels mentionnent **une offre existante mais peu visible ou sous-utilisée**, notamment pour les nouveaux arrivants ou sur certains territoires moins couverts.

Tendance : l'outillage existe mais gagnerait à être davantage visible, mutualisé et adapté aux besoins spécifiques (par exemple, accompagnement des publics mineurs ou éloignés de l'emploi).

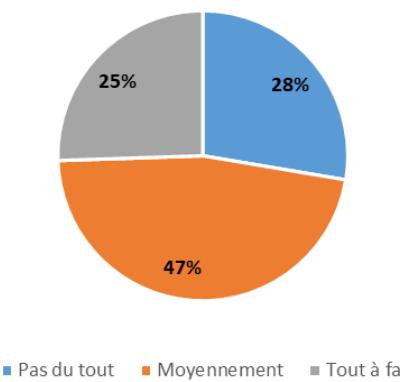
Sentiment d'appartenance au SPRO



Le sentiment d'appartenance au SPRO varie fortement selon les territoires, les dynamiques de réseau et les initiatives locales mises en place. Il se construit moins autour d'un cadre institutionnel formel que par la participation à des actions concrètes et régulières : échanges entre professionnels, formations partagées ou encore, événements communs.

75% des professionnels répondant ont moyennement ou pas le sentiment d'appartenance au SPRO. Un fort enjeu est donc identifié pour développer ce sentiment auprès des professionnels de terrain.

Graphique 9 : sentiment d'appartenance au SPRO

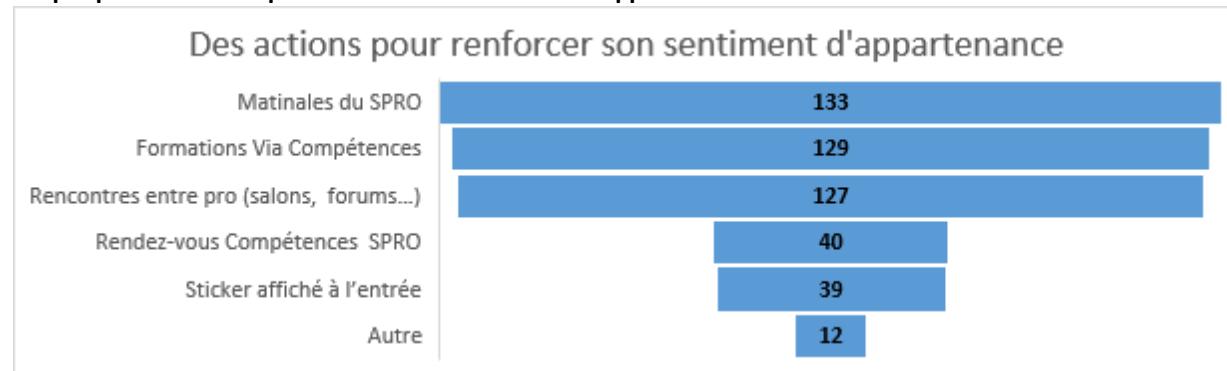


Pour renforcer ce sentiment d'appartenance, trois grands types d'actions émergent comme prioritaires :

- La rencontre entre pairs.
- Le partage d'informations.
- La montée en compétences collectives.

Ces actions sont plébiscitées pour leur capacité à créer une culture commune et à tisser du lien entre acteurs du SPRO.

Graphique 10 : actions pour renforcer le sentiment d'appartenance





Les verbatims et propositions collectés dans « **Autre** » apportent des précisions sur les attentes spécifiques des professionnels :

- Concernant **le SPRO** :
 - Souhait d'un **accompagnement** réel et visible
 - Attente d'une appartenance matérialisée par un visuel ou un logo commun et partagé.
- Pour **la professionnalisation** :
 - Besoin de **formations** mieux adaptées pour les professionnels qui accompagnent des publics de moins de 16 ans (solutions dédiées)
 - Demande de **webinaires** réguliers sur des sujets d'actualité, en formats courts et efficaces (1h/1h30 maxi)
- Pour **le lien entre professionnels** :
 - **Rencontres et échanges** (exemple : PSAD)
 - Meilleure connaissance des **pratiques, rôles et conditions d'accompagnement** des autres structures.

Les retours recueillis montrent que, pour une partie des professionnels, le SPRO reste peu visible ou difficilement identifiable dans leur quotidien. Ce manque de lisibilité freine parfois l'appropriation du cadre d'intervention. Ainsi, certains répondants ne semblent pas connaître **le logo**, ce qui indique la nécessité de mieux le promouvoir ou de le rendre visible plus facilement. De même **les RDV Compétences SPRO** sont encore trop peu connus des professionnels de terrain. L'enjeu est donc de mieux faire connaître ce nouvel outil de professionnalisation.

À l'inverse, d'autres répondants citent des initiatives locales qui renforcent leur engagement, comme les **PSAD**, le **Mondial des Métiers**, les **webinaires thématiques** ou des **formations mutualisées**.

Parmi les leviers d'amélioration cités, figurent notamment :

- Une **clarification des rôles** au sein du SPRO,
- Des **rencontres professionnelles régulières**,
- Des **échanges de pratiques territorialisés**,
- Et des **formations adaptées aux spécificités des publics (notamment les jeunes de moins de 16 ans)**.

 Tendance : **un attachement au terrain et à la logique réseau**, mais **une appartenance au SPRO encore trop diffuse ou implicite**.

En conclusion, il existe une forte attente autour d'**actions collaboratives, concrètes et régulières**, qui favorisent **l'échange, la reconnaissance et le développement professionnel**.

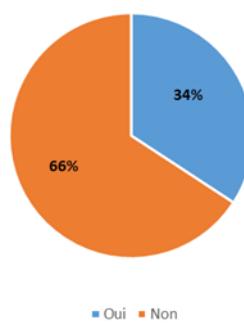
Le sentiment d'appartenance se construit avant tout par **l'interaction, le réseau et la formation continue**, bien plus que par des éléments symboliques ou isolés.

Compréhension des acteurs et collaborations du SPRO

Le **niveau de connaissance global des offres de service est relativement élevé** traduisant une bonne familiarité des professionnels avec les principales structures du SPRO.



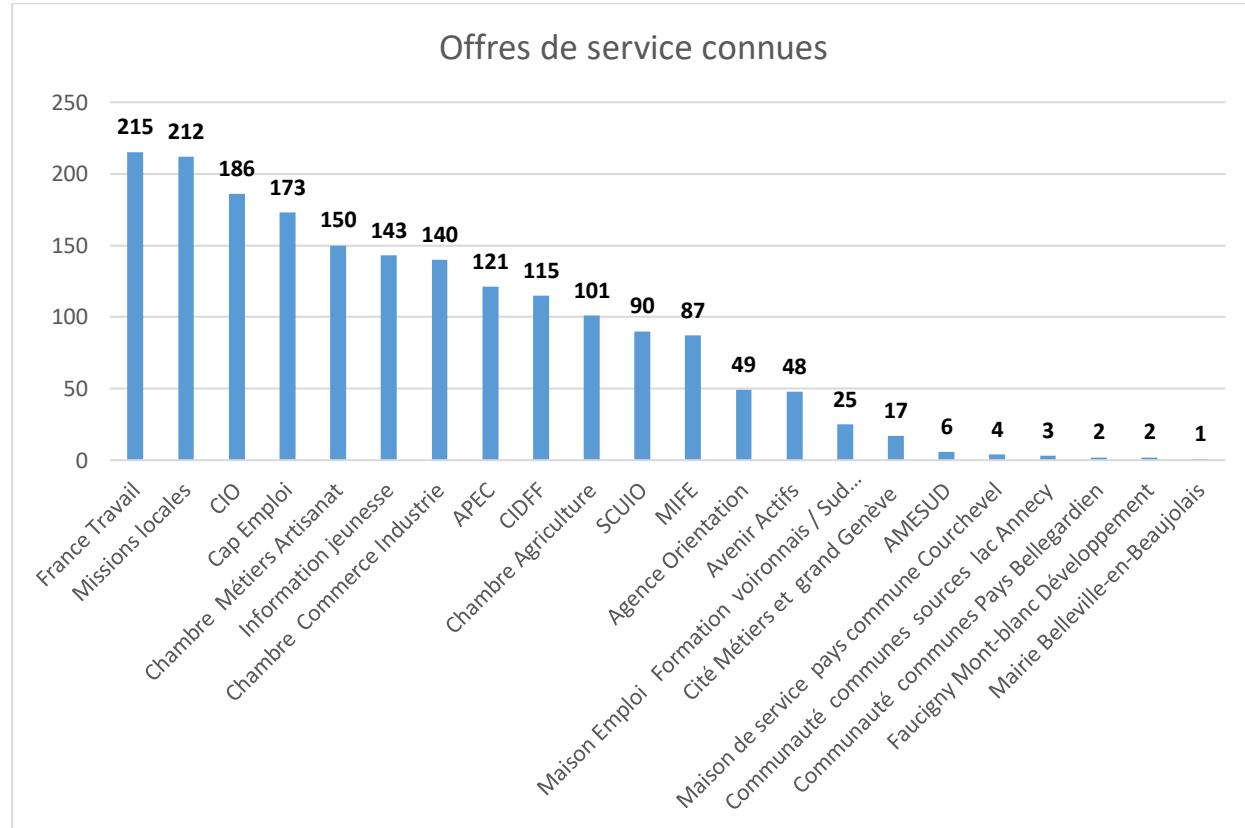
Graphique 11 : connaissances des offres de services des structures du SPRO



Cette connaissance reste toutefois perfectible : certains acteurs pourraient gagner en visibilité et reconnaissance auprès des autres membres du SPRO, notamment les structures labellisées.

Pour aller plus loin, le graphique 12 donne un aperçu précis de la **notoriété des différentes structures membres**. Il présente le nombre d'occurrences, c'est-à-dire combien de fois chaque structure a été citée par les répondants, révélant **des écarts notables de visibilité au sein du réseau**.

Graphique 12



On remarque que les 3 structures les plus connues sont **France Travail, les Missions Locales et les CIO**. Ce sont des acteurs historiques et nationaux, bien identifiés sur le champ de l'emploi et de l'orientation.

Derrière ce trio, d'autres structures tirent leur épingle du jeu, telles que **Cap Emploi, Information Jeunesse** et les **chambres consulaires**, qui bénéficient d'une bonne reconnaissance sur les thématiques de l'accompagnement des entreprises ou de publics spécifiques.

À l'inverse, plusieurs structures locales ou spécialisées sont nettement moins identifiées, ce qui pose un enjeu de **lisibilité et d'équité d'accès à l'information** sur l'ensemble des territoires.

Concernant la **qualité des collaborations entre membres du SPRO**, il est à noter qu'elle **varie fortement selon les territoires**.



Graphique 13 collaborations avec les membres du SPRO



L'analyse fait ressortir trois profils de coopération :

- **52 %** des répondants déclarent entretenir « **quelques collaborations** », en moyenne une fois par trimestre.
Cela traduit une dynamique partenariale régulière mais encore limitée dans l'intensité.
- **30 %** indiquent **des collaborations régulières**, environ tous les mois, révélant des réseaux locaux actifs et structurés.
- **17 %** n'ont **aucune collaboration** à signaler, signe que le travail en réseau doit être davantage développé pour inclure l'ensemble des acteurs et renforcer l'offre de service.

En conclusion, si la connaissance globale du SPRO apparaît satisfaisante, elle reste encore très inégale selon les structures.

Le défi porte donc sur :

- La visibilité accrue des acteurs moins identifiés, pour garantir un accès équitable à l'information et à l'accompagnement pour tous les publics et sur tous les territoires.
- Le renforcement des liens de collaboration pour tirer pleinement parti de la richesse du réseau et favoriser un maillage partenarial solide et cohérent.

Info éclair

Parmi les répondants, **61 %** se déclarent intéressés par la réception d'un kit SPRO (soit 144 personnes sur 235).

Ce chiffre met en lumière une attente forte d'outils concrets et partagés pour mieux s'approprier les repères du SPRO.

NB : Un kit a été envoyé par mail début juin 2025 aux répondants intéressés comprenant un kit communication, des capsules vidéo, un lien vers RésOpro ainsi que le podcast sur les matinales du SPRO et le plan de professionnalisation de Via Compétences.



2.3 PREMIÈRES CONCLUSIONS GÉNÉRALES

Les premiers enseignements de cette enquête par questionnaire menée auprès des professionnels du SPRO en Auvergne-Rhône-Alpes révèlent un service public bien identifié dans ses grandes lignes, mais encore insuffisamment visible et partagé dans sa mise en œuvre concrète.

Si les acteurs témoignent d'un engagement réel et d'une volonté de coopération, la connaissance fine des offres de services et l'appropriation du SPRO varient fortement selon les structures et les territoires.

Le sentiment d'appartenance, quant à lui, repose sur des actions concrètes, collectives et régulières (formations, rencontres, partages de pratiques) plus que sur une identité commune encore trop implicite. Ce constat met en lumière un besoin fort de clarification, de valorisation et d'animation du réseau, afin de consolider une culture partagée du service public de l'orientation tout au long de la vie.

Ces premiers résultats (par voie de questionnaire) sont toutefois à consolider avec l'analyse des 24 entretiens réalisés de manière complémentaire (partie 3 Résultats des entretiens).

Ces derniers confirment certaines tendances (manque de lisibilité, importance des dynamiques locales), tout en apportant une dimension qualitative riche pour une analyse plus approfondie. Par exemple, la notion de territoire est souvent évoquée comme centrale pour comprendre les réalités d'accompagnement, les coopérations, mais aussi les obstacles (isolement, cloisonnement...).



4. Résultats des entretiens

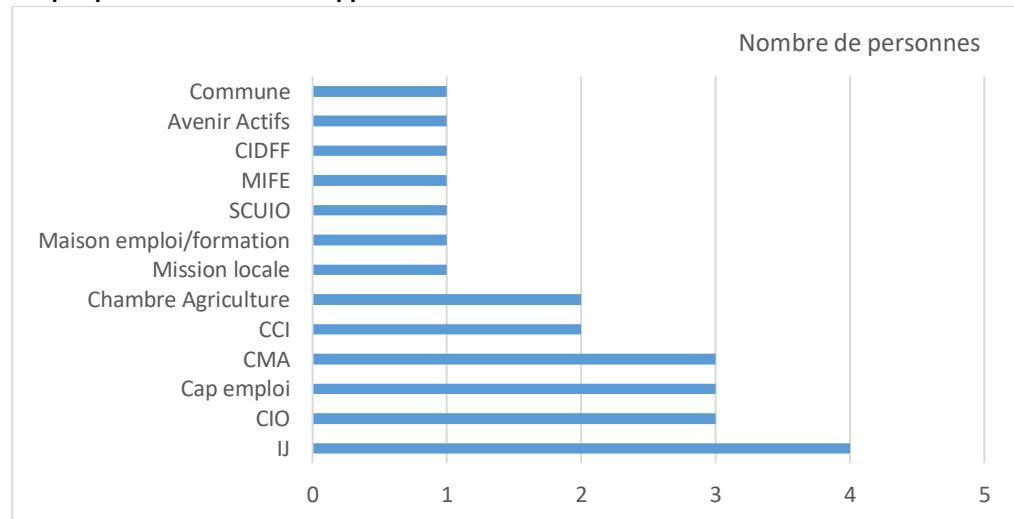
Dans le questionnaire en ligne auprès des professionnels du Service Public Régional de l'Orientation (SPRO) tout au long de la vie d'Auvergne-Rhône-Alpes, une question complémentaire invitait les répondants à indiquer s'ils acceptaient de participer à un entretien approfondi. Parmi l'ensemble des personnes interrogées, 51 se sont portées volontaires pour un entretien individuel. Sur ce groupe de volontaires, 31 ont été effectivement contactés et, au final, 24 entretiens ont pu être réalisés.

Le processus de sélection des participants aux entretiens a été minutieusement conçu pour garantir une diversité des points de vue, en incluant des professionnels issus de structures variées, exerçant différentes fonctions (accompagnement, direction, administratif...) et répartis sur plusieurs zones géographiques. Cette démarche vise à obtenir une vision large et nuancée des réalités du terrain et des besoins exprimés par les acteurs du SPRO. Toutefois, en raison de certains imprévus (indisponibilités, absence de réponses, départs de poste...), la diversité géographique et structurelle des interviewés s'est avérée finalement moins large que prévue. Ce choix méthodologique¹ permet néanmoins d'assurer que toutes les voix pertinentes sont prises en compte, contribuant à enrichir l'analyse par des témoignages variés et à renforcer la fiabilité et la pertinence des résultats.

4.1. PROFILS DES INTERVIEWÉS

L'analyse des profils des professionnels interviewés offre un éclairage important pour comprendre la **représentativité** et la **richesse** des témoignages recueillis. Ces profils sont déclinés selon plusieurs dimensions : la structure d'appartenance, la provenance géographique, la typologie des missions exercées et l'ancienneté dans le secteur de l'orientation.

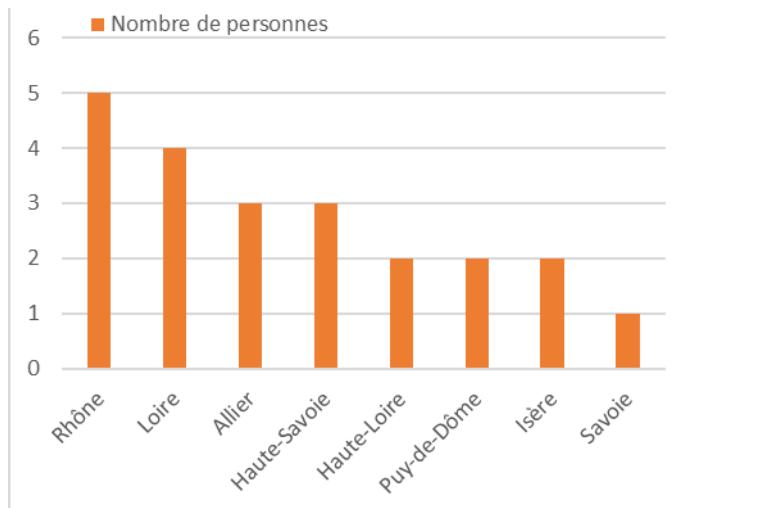
Graphique 14 : Structures d'appartenance



Ce graphique met en avant la **diversité des structures représentées** parmi les participants, témoignant d'un large éventail d'acteurs impliqués dans le SPRO, des organismes nationaux aux acteurs locaux plus spécialisés.

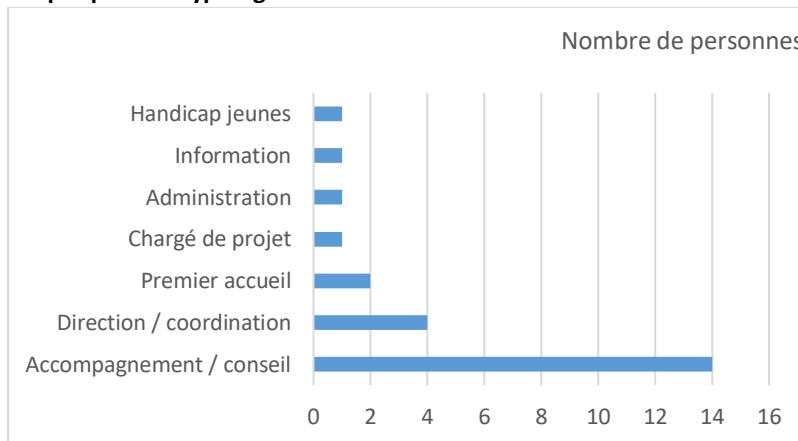
Graphique 15 : Provenance géographique

¹ Il est important de souligner que, dans le cadre d'une étude par entretien, on observe un phénomène appelé saturation des données. Celui-ci survient lorsque la collecte de nouvelles informations n'apporte plus d'éléments ou de thèmes nouveaux par rapport à ceux déjà identifiés. Ainsi, la réalisation d'entretiens supplémentaires n'aurait probablement pas permis d'enrichir davantage les résultats obtenus



La dimension géographique est également bien **répartie**, avec 8 départements représentés (absence de l'Ain, Ardèche, Cantal, Drôme) permettant une représentativité de différentes zones territoriales afin de refléter les réalités et dynamiques locales variées.

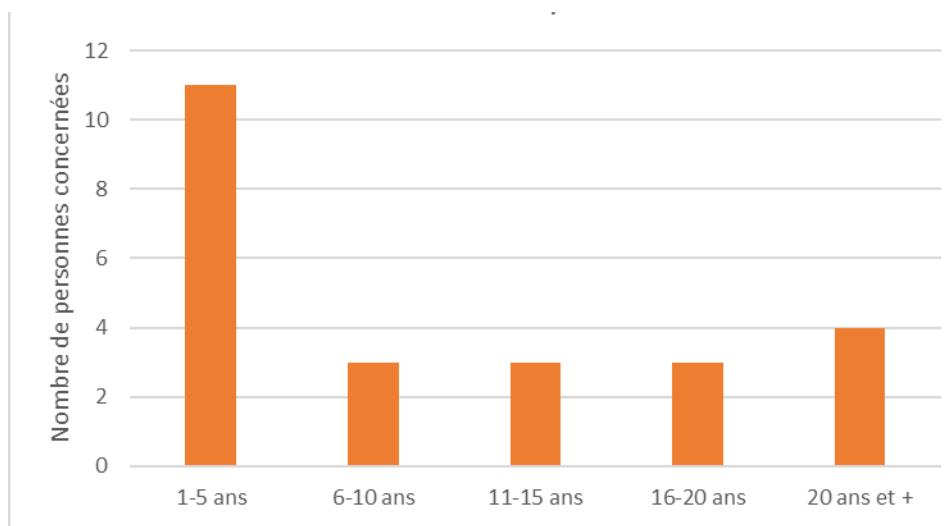
Graphique 16 : Typologie de missions



Différents profils fonctionnels sont couverts, depuis l'accompagnement direct (majoritaire) jusqu'à la direction ou les fonctions administratives, ce qui enrichit la diversité des perspectives recueillies.



Graphique 17 : Ancienneté dans l'orientation



Cette mesure d'ancienneté montre un équilibre entre professionnels expérimentés et plus récents dans le secteur, garantissant un bon mélange de regards historiques et actuels.

4.2. THÈMES EXPLORÉS AVEC LES INTERVIEWÉS

Les échanges avec les professionnels ont porté sur quatre axes majeurs, permettant de recueillir des perceptions riches et variées :

- La connaissance du SPRO
- L'appartenance au SPRO
- Les collaborations et acteurs
- Les outils et la qualité du service

Cette approche thématique garantit une compréhension fine des dynamiques, des forces et des leviers d'amélioration à l'œuvre au sein du réseau.

Le SPRO en 3 mots clés

Pour appréhender la perception des participants vis-à-vis du SPRO, il leur a été demandé de le définir en trois mots-clés. Le nuage de mots ci-après synthétise leurs réponses, offrant une visualisation directe des termes les plus fréquemment cités et, par extension, **des représentations dominantes**.





Le nuage de mots met en évidence le fait que les professionnels associent majoritairement le SPRO à la **mission centrale d'orientation**, en insistant sur une approche inclusive, sous l'expression "orientation pour tous". Les notions d'**accompagnement**, de **conseil** et d'**information** reflètent son rôle d'aide et de soutien.

Cependant, l'apparition notable des termes "**Ne connaît pas**" et "**Invisible**" révèle une problématique majeure : une part des acteurs semble méconnaître le SPRO ou en percevoir une faible visibilité, ce qui indique **un enjeu important de professionnalisation, de communication et de notoriété**.

Enfin, des mots comme "**Gratuité**", "**Qualité**", "**Neutralité**" et "**Proximité**" témoignent d'un ancrage fort des professionnels en matière de **valeurs déontologiques et d'accessibilité du service public**. Les termes liés aux partenariats et ressources montrent aussi une vision du SPRO **comme un dispositif collaboratif et ressource-clé dans l'orientation**.

En somme, le SPRO est perçu comme **un service d'orientation essentiel** mais dont **la reconnaissance et la visibilité restent à renforcer auprès des professionnels et du public**.

Connaissance et recherche d'informations sur le SPRO

Obstacles d'accès et dispersion de l'information

L'accès à une **information fiable et centralisée** sur le SPRO demeure un véritable défi pour de nombreux professionnels. Certains se contentent d'une simple requête sur un moteur de recherche, faute d'identification d'outils dédiés. D'autres indiquent avoir le réflexe d'interroger leur coordination régionale pour obtenir une information. Certains déplorent l'absence de site ressource fiable ou n'ont jamais entendu parler des Matinales du SPRO, souvent par **manque de diffusion de l'information en interne** par la hiérarchie. Le manque de temps très souvent cité, pour chercher de l'information, participer aux webinaires, ou la découverte tardive du concept du SPRO lors d'une réunion régionale, reflètent également ces difficultés.

Ces situations témoignent d'une fracture réelle : **déficit de mutualisation des outils, dispersion des informations, de l'offre, contraintes d'accès à l'information** (RGPD, autorisations hiérarchiques...) et regret d'absence de plateforme ou d'espace partagé pour l'échange entre professionnels, malgré l'existence de certains outils comme RésOpro. Un déficit de connaissances est encore à souligner.



Obstacles d'accès et dispersion de l'information

En dépit de ces freins, plusieurs supports sont régulièrement utilisés pour s'informer et se professionnaliser :

- **Via Compétences** (www.via.competences.fr), identifié comme le site référent régional, donne accès à un panel large : orientation, décrochage scolaire, handicap, VAE, formations, événements (Matinales, Mondial des Métiers), actualités et webinaires.
- Outils et plateformes associés : Cléor, Datascope, Métierscope, Certif'Aura, podcasts, Moockies, Observatoire de la conjoncture.
- D'autres références : MétierScope, Evactu (bibliothèque et FAQ), l'intranet du CIBC AURA, le logiciel interne de France Travail (annuaire, médiathèque, informations légales), sites officiels (.gouv), ONISEP (guides, tests d'orientation, décrochage scolaire), Auvergne-Rhône-Alpes Orientation.

Il est notable que certains acteurs mobilisent ces ressources sans toujours savoir qu'elles sont liées au SPRO ou à Via Compétences, témoignant d'un manque de lisibilité de l'offre et d'une utilisation parfois isolée des outils disponibles.

Accès à l'information et mutualisation

Constats/Problèmes identifiés	Propositions et leviers
Accès inégal ou difficile à l'information	Plateforme centralisée, annuaire
Enormément de ressources disponibles sur l'orientation mais pas de temps pour rechercher l'information, faire de la veille	Un mail régulier récapitulatif pour une réception de toutes les informations et actualités, avec liens renvoyant sur les dispositifs, sites, pour faire gagner du temps (information qui vient au professionnel, sans nécessité de se connecter à un site)
Dispersion et méconnaissance des outils	Répertoire mutualisé, meilleure lisibilité via Via Compétences
Communication interne insuffisante	Valorisation des Matinales, relais hiérarchiques
Manque d'espace d'échange ou de logiciels collaboratifs	Groupes Teams/chats, communautés de pratiques pour apporter rapidement des réponses à des questions ou cas qui posent problèmes
Temps limité pour suivre les actions collectives	Webinaires courts, mails synthétiques, formations adaptées



À retenir

- ✓ **Via Compétences** s'impose comme **acteur référent**, mais la circulation et la visibilité de l'information doivent être renforcées.
- ✓ **De nombreux outils existent**, mais ils sont **souvent dispersés**, parfois inconnus des professionnels, ou utilisés sans articulation avec le SPRO.
- ✓ **Une meilleure communication interne, un outil centralisé, des temps d'échanges structurés** (Matinales, webinaires), ainsi que le développement d'espaces de collaboration **et de veille**, sont essentiels pour renforcer le sentiment d'appartenance et l'efficacité collective du réseau.

De ces retours, semble notamment émerger un fort enjeu de faire connaître l'existence de l'espace collaboratif SPRO de RésOpro réservé aux professionnels du SPRO qui est peu connu ainsi que la mise en place des RDV Compétences SPRO qui permettent sur un temps court de s'informer sur un sujet grâce à des professionnels ressources.

Paroles de professionnels

« On a plein d'outils... mais chacun dans son coin »

« Ce qu'il nous manque, c'est un outil commun »

« Ma hiérarchie va aux Matinales du SPRO mais je n'y suis jamais allée, j'aimerais bien y aller »

« Une Newsletter régulière avec toutes les actualités des réseaux et du SPRO »



Appartenance au SPRO : ressentis et leviers d'engagement

L'analyse des entretiens révèle une grande diversité de perceptions quant au sentiment d'appartenance au SPRO, souvent conditionnée par l'expérience individuelle, le contexte de travail ou encore la communication autour du réseau.

Répartition des sentiments d'appartenance (24 entretiens)

Sentiment exprimé	Nombre d'occurrences	Détail / extrait type
<input checked="" type="checkbox"/> Pas de sentiment d'appartenance	6	"Pas trop de sentiment d'appartenance", "Pas de relation", "C'est abstrait", "Je ne sais pas ce que fait le SPRO"
<input type="checkbox"/> Appartenance floue, partielle, ou ambiguë	7	"Oui et non", "Je sais qu'on fait partie du réseau mais...", "Plus ma structure que moi", "Conscience SPRO ++, mais pas sentiment d'appartenir à une communauté", "Appartenance historique"
<input checked="" type="checkbox"/> Sentiment d'appartenance clair (positif)	8	"Oui, impression de faire partie du réseau", "Sollicitée rapidement", "Communication claire sur notre accueil", "Séminaire annuel", "Matinales utiles"
<input type="checkbox"/> Appartenance progressive, en construction	3	"Au début non, maintenant oui", "Je commence à comprendre", "C'est valorisant maintenant"

Cette diversité reflète un sentiment souvent fragmenté et fluctuant, certaines personnes étant pleinement intégrées, d'autres conservant une identité professionnelle déconnectée du SPRO.

Freins à l'appartenance

Les principaux obstacles identifiés restent :

- **L'isolement et le manque de lien humain** : "pas de lieux de rencontre", "manque de temps", "moins de terrain qu'avant".
- **Le manque de coordination** : attente d'une Région plus présente en tant que pilote, surtout à l'échelle locale.
- **Une fragmentation des pratiques et concurrence** : cloisonnement, méconnaissance entre structures, absence de contacts actualisés ou d'outils pour échanger.
- **Un problème de visibilité/communication** : le SPRO est parfois perçu comme institutionnel ou abstrait, mal identifié par le public et par certains professionnels eux-mêmes.

Paroles de professionnels

« Pas de lieux de rencontre, un bâtiment SPRO où on pourrait tous échanger, ça n'existe pas. »
« Il faudrait un pilote dans l'avion. La Région devrait coordonner, animer, accompagner les professionnels de terrains, pas seulement être institutionnelle mettre tous les acteurs SPRO, de l'orientation, de l'accompagnement autour de la table. »

« On ne s'aiguille plus entre partenaires, car on a des objectifs de sorties à remplir. »

« Avant la fusion des Régions, avec les animateurs territoriaux, il y avait un réel sentiment d'appartenance au SPRO, ce n'est plus le cas aujourd'hui »



À retenir

Le sentiment d'appartenance au SPRO demeure inégal et parfois tenu, faute de lisibilité ou de lien humain réel, mais il existe un potentiel important à renforcer en :

- **Multippliant les occasions de rencontres,**
- **Clarifiant les rôles** et en partageant des outils simples,
- **Valorisant l'identité collective** du réseau,
- **Relocalisant l'animation** au plus près des terrains.

Ces axes constituent autant de leviers pour transformer le SPRO en **un véritable espace partagé, fédérateur et dynamique**, répondant aux **besoins et attentes des professionnels comme des bénéficiaires**.

Paroles de professionnels

« *C'est en participant aux matinales que j'ai commencé à me sentir légitime.* »

« *Le lien avec les autres, comme aujourd'hui avec vous, ça me donne le sentiment d'en faire partie.* »

« *Je fais du SPRO sans l'avoir conscientisé* »

Actions à développer pour renforcer le SPRO

Pour renforcer le SPRO, il convient de consolider le réseau, d'améliorer la circulation de l'information et de structurer la gouvernance, afin de mieux accompagner les professionnels et les publics sur le territoire.

Renforcement du réseau et des temps d'échanges locaux

Dans cette perspective, **la mobilisation des acteurs sur le terrain et la multiplication des temps d'échanges** constituent un premier levier essentiel de consolidation.

- Organiser des comités ou réunions départementales réunissant les acteurs SPRO pour favoriser le travail collectif, le partage des bonnes pratiques et le relais d'information entre professionnels.
- Instaurer un temps fort annuel au niveau départemental, permettant de faire un bilan commun, mieux se connaître et optimiser l'orientation des publics.
- Multiplier les rencontres en présentiel, locales et régulières (au moins une à deux fois par an), pour renforcer la proximité et le réseautage notamment entre conseillers de terrain, pas seulement entre directions.
- Proposer des rencontres thématiques ou ateliers pratiques en réponse aux évolutions réglementaires et dispositifs clés (ex. VAE, CPF).
- Co-construire des événements innovants, tels que des « labs de l'orientation » ou des actions communes d'analyse territoriale, pour impulser une dynamique collective concrète.

La dynamique instaurée par ces rencontres, qu'elles soient locales, départementales ou thématiques, permet de créer **une communauté de pratiques active et solidaire**. Néanmoins, pour capitaliser sur cette mobilisation, il est tout aussi crucial de structurer et de mutualiser les outils d'information et de communication à disposition des professionnels.



Outils mutualisés, information et communication

La mise en place de **supports et d'outils partagés** favorise la circulation des informations, assure une meilleure connaissance mutuelle et simplifie l'accès aux ressources essentielles pour les conseillers de terrain.

- Créer un annuaire nominatif des contacts SPRO par territoire (guide référencé du « qui fait quoi ?) malgré la difficulté de mise à jour face au turn-over, pour faciliter la transmission d'information, le suivi des usagers et la mise en relation directe vers un partenaire expert. Le répertoire nominatif impose davantage une réponse à l'usager qu'un contact générique. Ce besoin de contacts nominatifs territoriaux a été signalé par plusieurs professionnels.
- Mettre en place une newsletter ciblée, synthétique et régulière, relayant actualités, évolutions des dispositifs, appels à projets, événements et nouveautés du SPRO.
- Centraliser l'information via un document unique et actualisé, regroupant outils, calendriers et liens utiles, à destination des conseillers SPRO sur chaque territoire.
- Développer des supports pédagogiques et outils collaboratifs innovants (comme RésOpro) pour favoriser l'appartenance et la coopération entre conseillers.
- Renforcer la communication visuelle du SPRO à travers un logo identifiable, affichages dans les structures et une cartographie régionale largement diffusée.

Outre le partage d'informations, la solidité du SPRO repose aussi sur une gouvernance claire et une animation structurée, capables d'impliquer l'ensemble des acteurs à tous les niveaux.

Structuration et gouvernance du réseau SPRO

Renforcer la structuration du réseau implique de **mobiliser localement** et de s'appuyer sur **des référents, des ambassadeurs**, garants de l'accompagnement des professionnels et de la cohérence des actions menées.

- Mettre en place des comités locaux spécialisés dédiés à l'orientation (équivalents des CLPE pour l'emploi), intégrant tous les acteurs de terrain, ainsi que les partenaires institutionnels comme la CAF.
- Mettre à disposition des professionnels du SPRO, des référents experts SPRO/CIP disposant d'une connaissance pointue de tous les dispositifs de tous les réseaux, pour apporter une réponse précise à toutes les situations complexes qui peuvent se présenter et développer un soutien inter-réseaux.

Enfin, le dynamisme du SPRO s'exprime pleinement à travers **l'implication directe des professionnels** sur le terrain et **la diversité des partenariats** tissés avec l'ensemble des structures de l'écosystème.

Partenariats et implication des professionnels de terrain

- Consolider les liens avec les établissements scolaires via des interventions régulières des partenaires SPRO, afin de présenter métiers, dispositifs et outils aux jeunes.
- Favoriser les coopérations avec France Travail (plusieurs professionnels ont plébiscité que France Travail organise des Matinales du SPRO), les maisons France Service, les entreprises et l'ensemble des structures d'accueil et d'accompagnement.
- Encourager la participation systématique de tous les niveaux hiérarchiques, en particulier des conseillers de terrain, aux événements SPRO.



À retenir

La démarche collective du SPRO, basée sur la proximité, les échanges réguliers entre professionnels et la mutualisation des ressources, constitue un levier puissant pour éléver la qualité du service public d'orientation, au bénéfice tant des usagers que des professionnels engagés sur le territoire.



Paroles de professionnels

« Je verrais bien 2 ou 3 jours banalisés par an où tous les acteurs se retrouvent autour de thématiques. »

« Des rencontres départementales des CIP pour tous se connaître »

« Un répertoire actualisé des structures, accompagnements, contacts : ce serait utile. »

« Un lieu ressource, avec toute l'offre de services de tous les acteurs »

« Le logo SPRO, comme celui d'une pharmacie : on est un service public utile. »

« Il faudrait pouvoir interroger un expert du SPRO, qui connaît tous les dispositifs. »

« Un outil où on mettrait toutes les infos partagées : job datings, forums, offres... »

Les collaborations de travail

Après avoir analysé les enjeux liés à la circulation de l'information, à l'appartenance au réseau et aux actions de renforcement du SPRO, le focus est fait sur **les collaborations concrètes entre acteurs sur le terrain**. Cette dimension partenariale, au cœur du fonctionnement quotidien du SPRO, met en lumière **les synergies existantes, les disparités territoriales et les leviers pour renforcer encore plus l'efficacité collective** dans l'accompagnement des publics.

Nature et diversité des collaborations

Dans ce contexte, il est essentiel de souligner la variété des partenaires impliqués et la multiplicité des actions menées en commun.

- **Collaborations soutenues** entre de nombreux partenaires (notamment CIO, France Travail, AURA Orientation, universités, CFA, MIFE, CIDFF, SCUIO, missions locales, consulaires, CEP).
- **Actions communes fréquentes** : organisation de forums, job dating, ateliers, journées thématiques (stéréotypes, harcèlement), interventions en établissements scolaires, animations locales (bus de l'orientation, zoom métiers, ateliers CV), modalités de ré-aiguillage pour l'accueil et l'accompagnement des publics.
- **Relations formalisées** avec des dispositifs précis.
- **Réseaux locaux dynamiques** là où les acteurs sont proches géographiquement (ex : structures réunies dans un même bâtiment ou sur un petit territoire).
- **Partage d'informations** et orientation des publics vers les partenaires adaptés en fonction des besoins.
- Plusieurs professionnels ont pointé que les professeurs principaux, bien que n'appartenant pas au SPRO, sont des acteurs de l'orientation très importants et sont demandeurs d'outils qui facilitent leur information.

Ainsi, la dynamique partenariale s'exprime à travers un large éventail de collaborations, formalisées ou informelles, portées par l'engagement quotidien des acteurs de terrain. Cependant, l'efficacité de ces partenariats dépend également de la fréquence, du degré de structuration et de la qualité des échanges entre les structures.

Ces éléments sont particulièrement visibles à travers les dynamiques locales, où **la force des réseaux interpersonnels joue un rôle clé dans la mise en œuvre d'actions coordonnées**.



Points saillants sur les dynamiques

- **Certaines collaborations sont régulières, structurées et efficaces**, permettant des synergies sur les sujets d'orientation, d'apprentissage, d'emploi et d'accompagnement de publics spécifiques (jeunes hors scolaires, migrants, seniors, personnes en situation de handicap).
- **Importance du réseau interpersonnel** : dans certains territoires, la connaissance mutuelle facilite les échanges, la réactivité et la résolution de situations individuelles.
- **Complémentarité des partenaires** : partage d'outils, interventions croisées (ex : missions locales sur l'apprentissage, CMA sur l'alternance, CIDFF pour l'égalité ou le harcèlement).

Toutefois, ce dynamisme est contrasté par **des réalités plus hétérogènes sur le territoire**. Certaines collaborations, bien que fructueuses, ne sont pas uniformes et laissent apparaître des disparités notables d'un secteur ou d'une équipe à l'autre.

Limites et disparités

- Quelques conseillers alertent sur **une tension croissante entre les impératifs financiers et l'intérêt de l'usager**. Les exigences liées aux financements sur objectifs peuvent les pousser à privilégier des propositions de solutions apportées en interne, plutôt que l'aiguillage vers d'autres structures a priori plus adaptées pour accompagner l'usager. Les professionnels regrettent que ces contraintes nuisent à la qualité de l'accompagnement et à la sécurisation des projets individuels.
- **Disparités marquées selon les territoires et les équipes** : certaines structures travaillent très peu avec certains acteurs ((notamment APEC, CMA, CCI, Avenir actifs, MIFE, CIDFF) parfois par manque de connaissance ou de contact ou parce que les publics accueillis diffèrent.
- **Des collaborations très localisées** : certaines structures n'ont que peu de liens en dehors de leur écosystème immédiat, mais ce n'est pas nécessairement un manque.

Face à ces constats, il apparaît nécessaire d'identifier les leviers qui permettront de **consolider l'ensemble du maillage partenarial et de réduire les zones de fragilité**.

Leviers identifiés
 CRÉER DU LIEN LOCALEMENT - Réunions régulières - Rencontres en présentiel ou visio
 REMETTRE L'USAGER AU CENTRE - Aller au-delà des logiques de financement ou de structure
 PARTAGER L'INFORMATION - Diffusion mutualisée - Veille pratique-pratique (pilotée par la Région)
 S'APPUYER SUR LES PERSONNES RESSOURCES - Nommer des contacts référents - Renforcer les liens humains
 CAPITALISER SUR LES DYNAMIQUES LOCALES - Mobiliser les petites communes - Mobiliser les territoires moteurs

Enjeux et pistes d'amélioration

- **Besoin de renforcer la connaissance mutuelle et la visibilité des dispositifs** entre partenaires du SPRO pour éviter les "angles morts" et maximiser l'accompagnement des publics.
- **Formaliser davantage les réseaux et les échanges**, notamment par le biais de comités locaux, de matinales, de webinaires ou de rencontres régulières, pour que tous les acteurs connaissent les missions et contacts de chacun.
- **Mieux partager les pratiques et nouveautés** à travers des temps d'échanges, la présentation croisée des dispositifs, l'animation de forums et ateliers thématiques.
- **Valoriser les collaborations existantes** et essaimer les modèles locaux réussis sur d'autres territoires.

En renforçant la coordination, la communication et la connaissance mutuelle entre partenaires, il sera possible de dépasser les difficultés identifiées et de garantir à chaque public un accompagnement de qualité, adapté à ses besoins, partout sur le territoire.



À retenir

Les collaborations au sein du SPRO sont **nombreuses, diversifiées** et, lorsqu'elles sont structurées, elles constituent un levier fort de réussite pour l'orientation et l'accompagnement des publics. Cependant, elles sont très hétérogènes selon les acteurs, parfois limitées au cercle local, et gagneraient à être formalisées, élargies et mieux connues par l'ensemble des professionnels.

Paroles de professionnels

« Ce sont les liens personnels avec les professionnels qui font les partenariats de terrain. »

« Mieux se connaître au sein du réseau SPRO, en local pas au niveau régional. »

« C'est voilà prendre le temps et l'énergie et le courage de penser à une autre structure, de créer du lien, de se rencontrer »

« Il serait vraiment nécessaire d'avoir des présentations régulières de l'offre de services de France travail pour connaître les mises à jour de leurs dispositifs »

« J'aurais besoin de bien connaître l'offre de services des autres réseaux : il faudrait un outil qui centralise tous les services avec des liens qui renverraient vers les outils et dispositifs : ce serait formidable »

Vers un SPRO idéal : lisible, coopératif et accessible

En fin d'entretien, il était demandé à chaque professionnel de s'exprimer sur les critères d'un service SPRO idéal, pour mieux accompagner les publics, avec tous les possibles imaginables, sans restriction.

Les entretiens révèlent ainsi une vision partagée d'un SPRO plus **lisible, coordonné, proche des usagers et renforcé dans sa mission d'orientation**. Plusieurs axes d'amélioration proposés sont récurrents :

Lisibilité du SPRO pour les usagers

- Besoin fort d'**une communication unifiée** : kakémono, plaquette papier et numérique, identité visuelle claire type "label SPRO".
- Importance d'**expliquer "qui fait quoi"** dans un langage accessible avec des documents communicants et synthétiques (par typologie de profils jeunes, familles, adultes, enseignants...).
- Volonté d'un **guichet unique physique**, type **maison de l'orientation ou cité des métiers**, avec accueil inter-réseaux dépassant les logiques institutionnelles.

Coordination et animation territoriale renforcée

- Une **animation départementale structurée** et portée par la Région est souhaitée.
- Idée d'**événements SPRO réguliers** (départementaux et régionaux), centrés sur des **retours d'expérience** et des temps thématiques (ex : publics jeunes, handicap, QPV...) à destination des conseillers et non des directeurs et en évitant les temps institutionnels pour se consacrer à la pratique professionnelle.
- Demande de **newsletter mensuelle** inter-réseaux listant actualités, dispositifs, **appels à projets**. Le **recensement et la diffusion des appels à projets ont été pointés par plusieurs professionnels**.
- Besoin d'un **outil commun** de capitalisation des offres de services de tous les réseaux, avec des liens qui renvoient vers les dispositifs et outils.



Renforcement de la coopération interprofessionnelle

- Désir de **formations communes** pour les nouveaux professionnels, favorisant une culture partagée SPRO.
- Besoin de **mieux connaître les autres acteurs** du territoire : métiers, dispositifs, référents.
- Appel à des **rencontres de terrain**, conviviales et ciblées, pour échanger sur les situations et créer du lien humain.
- Une confiance interprofessionnelle souhaitée, avec possibilité de réorienter sereinement d'un acteur à l'autre.

Accessibilité et adaptation aux publics

- Souhait de lieux **ouverts, gratuits, accessibles**, avec des horaires élargis (soirées, week-ends) et de l'accueil inconditionnel.
- Besoin d'**outils de diagnostic gratuits** pour accompagner les publics en souffrance (troubles anxieux, attention...).
- Nécessité de **formations ou webinaires thématiques** (sommeil, écrans, harcèlement, émotions...).
- Importance des **immersions concrètes**, notamment pour les jeunes, et de supports plus interactifs en classe.

Outilage et professionnalisation

- Souhait d'**une plateforme ou d'un outil commun** pour suivre l'orientation des publics.
- Besoin de **formations continues** sur les dispositifs, diplômes, nouvelles voies de formation.
- Exemples de bonnes pratiques à renforcer : standard téléphonique interne, RDV en "box", mise en réseau avec des professionnels ressources facilement joignables.



À retenir

Le SPRO "idéal" selon les professionnels interviewés serait **humain, visible, coordonné, décloisonné et outillé**. Il offrirait une réponse lisible et cohérente à tous les publics, tout en renforçant les liens et les compétences des acteurs de terrain.

Paroles de professionnels

« Il faudrait une permanence inter réseaux qui permette à tout citoyen d'être renseigné et accompagné »

« Des maisons de l'orientation avec un regroupement d'acteurs de tous les réseaux du SPRO : 1 seule porte pour l'usager »

« L'identité de chaque structure n'a pas d'importance, c'est la réponse apportée à l'usager qui est importante, peu importe quel réseau la délivre »

« Il faudrait une réelle coordination du SPRO qui est une mission de la Région, déclinée dans chaque département, avec une animation pour fédérer les acteurs locaux du SPRO »

« Il faudrait analyser le retour des usagers sur le service rendu »



5. Synthèse des axes d'Amélioration et Pistes d'Actions proposés

4.1. LISIBILITÉ ET VISIBILITÉ DU SPRO POUR LES USAGERS

- Développer une **marque claire et repérable**, de type label (inspiration H+). En effet, malgré le logo du SPRO, le service n'est pas connu, ni repéré.
- Créer des **outils simples de communication** :
 - Flyer 2 faces (jeunes/adultes) avec langage accessible.
 - Document synthétique « Qui fait quoi ? » dans l'orientation.
- Organiser des **campagnes de communication territoriales** en lien avec les grands temps (rentrée, salons, forums métiers).
- Développer une **présence numérique** (réseaux sociaux, chaîne YouTube SPRO AURA avec capsules pédagogiques).

4.2. ANIMATION DU SPRO ET SENTIMENT D'APPARTENANCE DES PROFESSIONNELS

Au niveau régional

- Un **événement régional annuel convivial** pour les conseillers (témoignages, ateliers de pratiques, experts thématiques).
- Mutualiser les **outils et ressources partagés** (Ex : offre de service de France Travail actualisée régulièrement).
- Bénéficier d'informations sur **des sujets d'actualités ou de préoccupation** des conseillers, avec l'intervention d'un expert autour de thématiques : santé mentale des publics, l'IA pour les publics et/ou dans la pratique professionnelle, outils de diagnostic gratuit...

Au niveau départemental

- **Rencontres inter-réseaux régulières** pour un partage terrain.
- Valorisation des **spécificités locales** via cartographies, témoignages et reportages.
- Développer des **temps conviviaux** en plus des réunions formelles (ex : visites croisées).

4.3 COOPÉRATION ET CULTURE COMMUNE

- Renforcer la **communication inter-réseaux** : newsletter attractive (liens, infographies, vidéos).
- Développer le **compagnonnage et parrainage** entre organisations.
- Organiser **des formations communes** pour nouveaux arrivants, centrées sur la **culture SPRO**.
- Instaurer **des groupes de travail** transverses pérennes (thèmes : IA, réformes, parcours).
- Développer et maintenir un **répertoire des métiers et personnes ressources** (annuaires dynamiques).

4.4 PROFESSIONNALISATION ET MUTUALISATION D'OUTILS

- Renforcer RésOpro et centraliser toutes les ressources, appels à projets, offres de services.
- Développer un **outil de suivi partagé** pour l'orientation des publics.
- **Valoriser les bonnes pratiques** locales (méthodes, dispositifs).
- Proposer un **plan de formation continue** :
 - Nouveaux dispositifs d'orientation.
 - Compétences transversales (soft skills, santé, numérique).
 - Collaboration inter-réseaux
 - Lancer un **observatoire des initiatives locales** pour essaimer les réussites.



4.5 INNOVATION ET EXPÉRIMENTATION

- Créer des laboratoires territoriaux d'innovation.
- Organiser des hackathons ou défis collaboratifs (isolement, IA, accès à l'orientation).
- Développer des espaces de partage informels (« cafés pratiques », ateliers flash).
- Créer un système de valorisation des innovateurs (labels, badges).
- Mettre en place un parrainage inter-structures formalisé (compagnonnage souple, contributions ponctuelles hors hiérarchie).

ET LES USAGERS...

Cette enquête dans ses 2 volets « questionnaire » et « entretiens » visait à recueillir des retours de professionnels de terrain sur leur perception du SPRO.

Plusieurs d'entre eux préconisent une analyse du retour des usagers sur leur perception de la qualité du service du SPRO.

Par ailleurs, certains professionnels ont pointé que le grand public ne connaît pas le SPRO et qu'il serait important que les usagers sachent où ils peuvent trouver ce service en proximité, ce qu'il propose et qu'il bénéficie d'une plus grande visibilité.

Des suggestions ont été apportées :

- Création d'un padlet présentant tous les outils d'orientation au grand public en fonction des profils des usagers
- Une plaquette « qui fait quoi dans le SPRO ? » pour les usagers, notamment à transmettre dans les forums (plaquette ludique, accrocheuse, avec un vocabulaire accessible qui fait quoi ? comment je trouve l'information ? qui peut m'aider et l'offre de service synthétique) : en 2 versions papier et numérique et en fonction des publics (1 face pour la jeunesse et 1 face adulte demandeur d'emploi, en reconversion)

Paroles de professionnels

« Il faudrait analyser le retour des usagers sur le service rendu »

« Il faudrait ambitionner de faire connaître le SPRO au grand public ce qui n'est pas le cas »

« Le grand public ne connaît pas le SPRO, il faudrait que les usagers sachent où ils peuvent trouver ce service et qui le délivre »

« Les usagers veulent tout, tout de suite, il faudrait mettre en place des guichets uniques avec tous les réseaux présents, pour répondre dès la première visite au besoin, grâce au bon interlocuteur »

« Penser aux parents qui ne peuvent pas rentrer dans un établissement scolaire »



Annexes

QUESTIONNAIRE EN LIGNE FRAMAFORMS

Pourquoi cette enquête ?

Dans le cadre de ses missions, le Service Public Régional de l'Orientation (SPRO) joue un rôle essentiel dans l'accompagnement des parcours de formation et/ou professionnel des usagers.

Afin de renforcer cette démarche, le groupe de travail orientation du Comité Régional de l'Emploi, de la Formation et de l'Orientation Professionnelle (CREFOP) vous invite à participer à une enquête anonyme portant sur les thématiques suivantes :

- Mieux vous connaître
- Niveau de connaissance du SPRO
- Sentiment d'appartenance au SPRO
- Connaissance des acteurs et collaborations du SPRO.

L'objectif de cette étude est de mieux comprendre vos expériences afin d'optimiser l'accueil et l'information des usagers. Votre retour d'expérience est essentiel pour garantir l'efficacité de notre action collective. Les informations recueillies serviront uniquement à améliorer les services du SPRO et à mieux répondre à vos besoins. Aucune donnée permettant de vous identifier n'est collectée.

Nous vous remercions de nous accorder 10 minutes pour répondre à ce questionnaire.

Mieux vous connaître

- Dans quelle structure du SPRO, travaillez-vous ?
 - Listing des structures des 3 cercles
- Quelle est votre mission principale (cochez une seule case) :
 - Premier accueil
 - Accompagnement et conseil
 - Direction d'équipe
 - Fonction administrative
 - Autre : préciser
- Quel type de public accompagnez-vous ?
 - Lister les publics : jeune, Demandeur Emploi, actif, senior...
- Dans quel département travaillez-vous ?
 - Listing des départements en AURA

Avant de passer à la 2^{ème} partie du questionnaire voici en résumé la mission principale du Service Public Régional de l'Orientation :

Le **Service public régional de l'orientation tout au long de la vie**, piloté par l'Etat et la Région, s'adresse à **tous publics** sur l'ensemble du territoire régional, qu'il s'agisse du **public scolarisé**, des **jeunes en rupture de parcours**, des **salariés** ou des **demandeurs d'emploi**.

Niveau de connaissance du SPRO

- Avant de répondre à ce questionnaire, aviez-vous déjà entendu parler du SPRO ?
 - Oui
 - Non
- Comment évaluez-vous votre niveau de connaissance des missions et objectifs du SPRO ? (cochez une seule case)
 - Aucune connaissance
 - Connaissance limitée
 - Très bonne connaissance



- Selon vous, l'objet du Service Public Régional de l'Orientation consiste à (cochez une seule case) :
 - Accueillir vos publics cibles et les accompagner dans leurs projets
 - Accueillir tous les publics et leur donner principalement un 1^{er} niveau d'information puis les réorienter si nécessaire
 - Je ne sais pas
- Avez-vous le sentiment d'être suffisamment outillé pour mener à bien votre mission dans le cadre du SPRO (cochez une seule case)
 - Pas du tout outillé
 - Plutôt insuffisamment outillé
 - Plutôt suffisamment outillé
 - Très bien outillé.
 - Avez-vous des suggestions d'outils qui pourraient être utiles pour mener à bien votre mission dans le cadre du SPRO ?
- Connaissez-vous les ressources et outils mis à disposition sur le site de Via Compétences pour mieux comprendre votre mission dans le cadre du SPRO (plusieurs réponses possibles) :
 - Cahier des charges du SPRO
 - Plan d'actions du SPRO
 - Logo SPRO
 - Flyer SPRO
 - Plateforme collaborative RésOpro
 - Vidéo de présentation du SPRO
 - Offre de services des membres du SPRO
 - Connaissez-vous d'autres outils ou sites : préciser

Sentiment d'appartenance

- Vous sentez-vous membre du SPRO (merci de cocher uniquement si la réponse est oui : plusieurs réponses possibles) :
 - Pas du tout
 - Moyennement
 - Tout à fait
- Selon vous, est-ce que les initiatives suivantes vous permettent de renforcer votre sentiment d'appartenance au SPRO ?
 - Les Matinales du SPRO
 - Les Rendez-vous Compétences du SPRO
 - Les formations proposées par Via Compétences
 - Le sticker affiché à l'entrée des structures
 - Les rencontres avec les autres professionnels de l'orientation sur les salons, les forums...
 - Autre (préciser)

Qui sont les acteurs du SPRO en Auvergne-Rhône-Alpes

Cercle 1 : les acteurs du service public couverts par la convention Etat-Région – CIO / SCUIO / Information Jeunesse

Cercle 2 : les opérateurs Conseil en évolution professionnelle et les chambres consulaires.

Cercle 3 : les structures territoriales labellisées via un appel à candidature.

Compréhension des acteurs et collaborations du SPRO



- Avez-vous le sentiment de connaître suffisamment les offres de service des autres réseaux membres du SPRO afin de pouvoir réorienter les publics ?
 - Oui
 - Non

Merci de cocher ci-dessous les offres de service des structures membres du SPRO que vous connaissez (plusieurs réponses possibles)

- Listing des structures
- Collaborez-vous avec d'autres réseaux membres du SPRO ? (Cochez une seule case)
 - Aucune collaboration
 - Quelques collaborations (environ une fois par trimestre)
 - Collaborations régulières (en moyenne tous les mois)

Partagez vos remarques, suggestions ou attentes (champ libre)

- En complément de ce questionnaire, des entretiens individuels de 30 minutes maximum, en visioconférence ou en présentiel, pourront être proposés afin d'obtenir des retours plus détaillés. Seriez-vous intéressé(e) pour y participer ?
 - Oui
 - Non

Si oui, merci de nous indiquer votre mail

- Souhaitez-vous recevoir un kit de communication sur le SPRO, contenant toutes les informations utiles pour mener à bien votre mission dans le cadre du SPRO ?
 - Oui
 - Non

Si oui, merci de nous indiquer votre mail

Merci pour votre participation !



METHODOLOGIE D'ENTRETIEN SEMI-DIRECTIF

20/03/2025 Ann PORCHERET-AMARA

SOMMAIRE

MÉTHODOLOGIE	34
POSTURE :	34
Quelques exemples de relances :	34
CONSIGNE :	34
1. INTRODUCTION (3 MINUTES).....	35
2. PRÉSENTATION & PROFIL (4 MINUTES).....	35
3. CONNAISSANCE DU SPRO (5 MINUTES)	35
4. SENTIMENT D'APPARTENANCE AU SPRO (5 MINUTES)	36
5. COLLABORATIONS ET ACTEURS (5 MINUTES)	36
6. OUTILS & QUALITÉ DU SERVICE (6 MINUTES).....	36
7. SUGGESTIONS & REMARQUES (2 MINUTES).....	37
CONCLUSION (1 MINUTE).....	37



Méthodologie

Entretien semi-directif d'environ 30 minutes. L'ordre des questions peut varier pour s'adapter à la dynamique de l'échange, en veillant toutefois à couvrir l'ensemble des thématiques prévues.

Il est essentiel de rester concentré sur le sujet principal (le SPRO) tout en laissant l'interlocuteur s'exprimer librement. Privilégier la prise de note active (temps disponible limité pour l'entretien) et recueillir fidèlement les verbatims significatifs pour pouvoir les citer ultérieurement.

Posture :

- Créer un climat de confiance dès les 1ères minutes.
- Adopter une posture neutre et bienveillante, sans orienter ni interpréter les réponses.
- Être à l'écoute et attentif : se détacher du guide, ne pas donner son avis et accompagner l'entretien naturellement.
- Relancer si nécessaire, avec des questions ouvertes ou des reformulations pour approfondir ou clarifier.
- Observer et noter les éléments non-verbaux qui peuvent enrichir l'analyse : silences, hésitations, ressenti (malaise, enthousiasme...)

QUELQUES EXEMPLES DE RELANCES :

"Pouvez-vous préciser ?", "Auriez-vous un exemple concret ?", "Comment cela se traduit-il au quotidien ?"

Consignes :

- ✓ Relire les réponses individuelles au questionnaire avant l'entretien.
- ✓ Enregistrer les entretiens sous Teams et activer la retranscription automatique.
- ✓ Privilégier la prise de notes au regard des délais.
- ✓ Être attentif à la durée d'entretien : 30 minutes.
- ✓ Favoriser une prise de note active si possible directement dans le tableau d'analyse thématique / ou reporter « à chaud » les données dans le tableau en fin d'entretien.



GUIDE D'ENTRETIEN SEMI-DIRECTIF – SPRO

30 minutes

Introduction (3 minutes)

Bonjour, je suis [Votre Nom].

Suite au questionnaire auquel vous avez répondu dans le cadre de l'enquête organisée par le groupe de travail orientation du Comité Régional de l'Emploi, de la Formation et de l'Orientation Professionnelles (CREFOP), vous vous êtes porté volontaire pour un entretien de 30 minutes. Nous vous en remercions.

Cet entretien a pour objectif de mieux comprendre les expériences des professionnels du SPRO afin d'optimiser l'accueil et l'information des usagers ;

Vos propos resteront confidentiels et seront utilisés de manière anonyme dans le cadre d'une analyse globale. Quelques verbatims pourront être utilisés à titre illustratif. Nous allons vous enregistrer si vous n'y voyez pas d'inconvénient.

Nous allons aborder les mêmes thématiques que dans le questionnaire mais de manière plus approfondie. Avant de commencer, avez-vous des questions ?

Présentation & profil (4 minutes)

Objectif : connaître son interlocuteur et créer un climat de confiance.

- Pouvez-vous vous présenter en quelques mots ?
 - Votre fonction et structure ?
 - Votre principale mission ?
 - La zone géographique sur laquelle vous intervenez ?
 - Depuis quand travaillez-vous dans le domaine de l'orientation ?
 - Votre engagement au sein du SPRO ?

Connaissance du SPRO (5 minutes)

Objectif : cerner son niveau de connaissance du SPRO.

- En 3 mots clés, comment définissez-vous le SPRO ?
->>> Rappeler l'objet du SPRO : accueillir tous les publics pour leur donner un 1^{er} niveau d'info
- Quand et comment avez-vous eu connaissance du SPRO ?
- Savez-vous qui sont les membres du SPRO ? Lors de votre réponse au questionnaire avez-vous été surpris du nombre de structures membres ?
- Quels sont les outils que vous connaissez pour vous informer sur le SPRO ? Où les avez-vous trouvés ?



Sentiment d'appartenance au SPRO (5 minutes)

Objectif : identifier son niveau d'adhésion et les leviers d'amélioration.

- Avez-vous le sentiment d'appartenir au SPRO ?
 - Si oui, de quelle manière ?
 - Si non, que vous manque-t-il ?
 - Quelles actions pourraient renforcer votre appartenance au SPRO ?
- Entre le moment où vous avez eu connaissance du SPRO et aujourd'hui qu'est ce qui, concrètement, vous a permis de vous sentir membre à part entière ?
- Quelle est la plus-value de l'appartenance au SPRO sur votre territoire ?

Collaborations et acteurs (5 minutes)

Objectif : faire un état des lieux des collaborations actuelles et des attentes.

- Quelles sont les collaborations que vous avez avec les autres membres du SPRO ?
- De quelle nature ? ((à citer si nécessaire : action en commun, réorientation des publics, structure ressource...))
- Ces collaborations sont-elles régulières ou occasionnelles ?
- Pouvez-vous donner un exemple ?
- Selon vous, quels sont les freins ou difficultés à une meilleure collaboration ?
- Et à l'inverse, quels leviers ou bonnes pratiques faciliteraient ces collaborations ?

Outils & qualité du service (6 minutes)

Objectif : recueillir les besoins concrets pour améliorer les outils et le service.

- Connaissez-vous les outils développés par les autres membres du SPRO ?
- Les utilisez-vous ? Pouvez-vous donner un exemple ?
- Selon vous, que faudrait-il mettre en commun ?
- Quelles sont les ressources que vous connaissez ? Consultez-vous le site viacompetences.fr ? Utilisez-vous les outils proposés ?
- Pensez-vous être suffisamment outillé(e) pour mener à bien votre mission dans le cadre du SPRO ? De quoi auriez-vous besoin ?



Suggestions & remarques (2 minutes)

- Selon vous, quels seraient les critères d'un service "idéal" pour mieux accompagner les publics ?
- Souhaitez-vous ajouter d'autres remarques ou suggestions ?

Conclusion (1 minute)

Merci beaucoup pour votre participation et nos échanges.

Vos retours sont précieux pour améliorer le fonctionnement du SPRO.

Une restitution des résultats sera disponible sur le site de Via Compétences à partir d'octobre 2025.

N'hésitez pas également à consulter le coin des pros sur le site Via Compétences.

Si vous souhaitez nous faire parvenir d'autres idées ou compléments après réflexion, vous pouvez nous contacter à [adresse email].