



# Mode d'emploi

**3 novembre au 6 décembre 2025**



## Avant-Propos

La Nuit de l'orientation 2025 s'inscrit dans la stratégie nationale du réseau des CCI et plus particulièrement dans **le mois de la découverte des métiers** organisé du 3 novembre au 6 décembre 2025 pour la 3<sup>ème</sup> année consécutive.

La 2<sup>ème</sup> édition du mois de la découverte des métiers a mobilisé 97 CCI et accueilli 137 711 visiteurs, dont 112 988 dédiés aux 78 Nuits de l'orientation.

Au-delà du sujet de l'orientation qui est une compétence dévolue aux conseils régionaux, les CCI ont choisi de se positionner sur la découverte des métiers. Qui mieux que les CCI peuvent faire l'interface entre les jeunes/les adultes en reconversion et les entreprises ?

Le choix a été fait d'ouvrir le concept des Nuits de l'orientation au public en reconversion lors de la 1<sup>ère</sup> édition, quelques CCI ayant déjà tenté ce virage ont constaté une cohérence dans ce positionnement en concertation avec les acteurs publics de l'emploi. **Un code couleur violet permet d'identifier les propositions spécifiques à ce public.**

Une Nuit de l'orientation nécessite une forte mobilisation des collaborateurs de la CCI qui l'organise, que l'évènement ait lieu dans les locaux de la CCI, dans un centre de formation ou un centre de congrès.

C'est aussi l'occasion de mobiliser les entreprises, notamment via les clubs entreprises animés par les conseillers CCI, faire venir les OPCO et valoriser les branches professionnelles, travailler avec le rectorat et les acteurs de l'orientation et de l'emploi.

Enfin, même si l'objectif principal doit rester la promotion des métiers, la formation peut être représentée, à la condition de ne pas être exclusivement représentative de l'offre des organismes des CCI.

Les Nuits de l'orientation sont avant tout des évènements au service de leur territoire, mobilisant les principaux acteurs de l'emploi et de l'orientation. C'est aussi l'occasion de faire connaître la CCI auprès des parents qui accompagneront leur(s) enfant(s).

Enfin, afin de mesurer l'impact de ces évènements, il vous sera demandé de présenter un questionnaire de satisfaction aussi bien aux visiteurs, qu'à vos partenaires. Des exemples vous sont proposés en fin du mode d'emploi.



## Table des matières

Cahier des Charges .....	3
La Nuit de l'Orientation, le concept .....	11
Où et quand (mois, jour et horaires) ? .....	15
Comment s'organiser ? .....	18
Sponsoring et subventions .....	21
Budget .....	24
Communication .....	26
La nuit de l'Orientation, une manifestation « à tiroirs » .....	29
Espace Accueil .....	31
Espaces détente .....	35
Espace multimédia/Espace réalité virtuelle .....	37
Espace conseils individuels orientation/reconversion .....	39
Espace Speed dating des métiers/de l'emploi .....	41
Espace professionnel et d'information .....	46
Ateliers thématiques .....	50
Tables rondes / Conférences .....	52
Animation et décoration .....	54
Signalétique et habillage .....	56
Accueil des adultes demandeurs d'emploi et/ou en reconversion .....	58
Annexe 1 – Contacts référents CCI – Nuits de l'orientation 2025-2026 .....	Erreur ! Signet non défini.
Annexe 2 – Exemples vidéos Nuits de l'orientation .....	66
Annexe 3 – Eléments de langage – Elus CCI .....	67
Annexe 4 - Listes des métiers par secteur d'activité .....	68
Annexe 5 – Questionnaires de satisfaction .....	72

# Cahier des Charges

Vous trouverez ci-dessous un projet de programme type destiné à aider les CCI à organiser l'événement « [La nuit de l'orientation](#) ».

Les Nuits de l'orientation de novembre 2025, s'inscrivent dans la dynamique du **Mois de la découverte des métiers**, organisé dans le cadre du renforcement de la stratégie du réseau sur l'orientation.

L'orientation étant une prérogative des conseils régionaux, il est privilégié, pour les CCI le terme de « **découverte des métiers** ».

**N'oubliez pas de mettre en place un questionnaire de satisfaction en ligne auprès des visiteurs inscrits en amont de l'évènement ou lors de leur visite. Le taux de satisfaction sera demandé par CCI France lors du bilan, c'est un indicateur du COP.**



**Outil rétroplanning** téléchargeable [ici](#) : pensez à mettre en place un rétroplanning pour toutes les étapes qui vont vous être présentées dans le mode d'emploi.

## INTITULÉ



### Nuit de l'Orientation

Dans un contexte **festif** (avec participation d'un DJ, de ligues d'improvisation...)

Avec pour slogan « **l'orientation sans stress** », « **l'orientation tranquille** »

L'appellation « Nuit de l'Orientation » est commune à tout le réseau et s'inscrit dans l'opération du Mois de la découverte des métiers qui sera la base de la communication nationale (cf. point Communication ci-dessous »).

La liste des animations pouvant contribuer à rendre l'événement festif est très large. Toutes les pistes sont envisageables et sont laissées à l'imagination des CCI.

Le concept de « festif » doit être envisagé à géométrie variable. Concept à affiner par CCI en fonction du message. L'idée est de créer une ambiance d'orientation sans stress. Donner une ambiance « cool, zen ».

## PÉRIODE



### Du 3 novembre au 6 décembre 2025

Les jours les plus sollicités sont les jeudi, vendredi et samedi, à choisir selon les partenaires et les contraintes locales.

Avec des plages horaires variables :

Début : 16h / 17h / 18h

Fin : 21h / 22h

Certaines CCI débutent à 10h le matin pour répartir les flux de visiteurs scolaires (collégiens et lycéens) arrivant en bus.

La **durée de 5 semaines** est retenue pour donner de la souplesse aux CCI en fonction des calendriers locaux/régionaux avec une forte recommandation de concentrer les Nuits du 3 novembre au 6 décembre 2025.

Chaque CCI peut sur la période en question choisir sa date. CCI FRANCE prendra en compte dans sa communication nationale l'ensemble des dates du réseau pour montrer la mobilisation du réseau autour de ce thème, la **condition sine qua non est de respecter l'appellation et la charte graphique de la Nuit de l'orientation**.

## OBJECTIFS



### Objectifs principaux :

- Permettre de réfléchir à son orientation ou à sa reconversion,
- Découvrir les métiers, rapprocher les jeunes du monde des entreprises,
- Choisir son orientation et son parcours d'orientation ou son parcours de reconversion

### Objectifs secondaires :

Valoriser les différentes pédagogies possibles dont l'alternance et l'apprentissage.

L'objectif global de la manifestation pour les CCI est multiple :

- Rendre plus lisible l'action des CCI en matière de découverte des métiers,
- Donner une image différente des CCI,
- Montrer que l'action des CCI est innovante et dynamique et que de facto, les écoles du réseau font de même,
- Faire passer le message que « Découvrir les métiers, choisir son parcours... », c'est important et que les acteurs économiques, dont les CCI, ont leur rôle à jouer,
- Faire découvrir indirectement les écoles des CCI,
- Valoriser le rôle des CCI dans le domaine de l'emploi et l'apport de réponses aux besoins de sourcing des entreprises.



**Attention !** La découverte des formations découle de l'orientation et de l'information métier. Ce n'est pas l'angle d'entrée de la Nuit. La Nuit de l'Orientation ne doit pas s'apparenter à des forums/salons de la formation.

## MESSAGES



- Individualisation (notions de motivation, de centre d'intérêt)
- Cheminement (notion de durée)
- Être acteur de son parcours (notion de maturation du projet, de plaisir, concilier avenir avec plaisir)
- Déramatisation (notion de « sans stress »)
- Revalorisation de certaines voies/filières/métiers
- Se projeter de façon positive dans le futur.

## CIBLES



Collégiens, lycéens, étudiants, parents/familles, enseignants ;  
Adultes demandeurs d'emploi et/en reconversion

Les jeunes et leurs parents sont les cibles premières de la Nuit, mais l'édition de novembre 2025 doit permettre d'intégrer la cible des adultes en reconversion et de demandeurs d'emploi.

Sur l'édition 2024, la répartition en consolidation nationale du visitorat a été la suivante :

- 36% collégiens
- 29% lycéens
- 23% accompagnateurs
- 5% étudiants
- 4% demandeurs d'emploi
- 3% adultes en reconversion.

Les CCI sont invitées à prendre contact avec les services académiques afin d'assurer une bonne information et communication auprès des collégiens et lycéens et de mobiliser le corps enseignant.

Elles pourront faire de même avec les acteurs de l'emploi.

## CONTENUS



Voici les principaux éléments pouvant constituer l'architecture de la soirée :

- **1 espace « Speed dating des métiers »**
- **1 espace Exposition des Métiers en lien avec les branches pro, les entreprises, etc.**
- **1 table ronde**
- **1 espace « Conseils individuels » orientation**
- **1 espace « Conseils individuels » reconversion**
- **1 espace Multimédia/réalité virtuelle**
- **Des ateliers thématiques en parallèle**

### A la carte.

Ce contenu est présenté comme une série de recommandations. Contenu à adapter par les CCI en fonction de leurs contraintes/moyens (salle, financier...).

Le projet proposé ci-après ne constitue en aucun cas un cadre rigide mais plutôt des orientations.

#### Table ronde pour le public jeune et leurs parents

- Définir une thématique qui permet de reprendre les messages ci-dessus.
- 1h /1h30 maximum souhaitable avec un animateur/conférencier
- Fixer un thème en décalage avec les outils et les appareils de formation
- Un panel de représentants représentatifs du secteur de l'orientation, à savoir :
  - Un pédopsychiatre, psychiatre, psychologue, pédiatre,
  - Un jeune,
  - Un parent ou représentant de parents d'élèves,
  - Un représentant de l'Education nationale / CIO,
  - Un représentant du conseil régional en charge de l'orientation,
  - AJE ou un représentant d'entreprise (CCI, branche pro, Medef...),
  - etc.

Prévoir si possible d'introduire la table ronde par un film ou le résultat d'une enquête, d'un sondage portant sur l'orientation professionnelle et ses difficultés.

Prévoir une introduction de la table ronde par un représentant de la CCI qui repositionnera la découverte des métiers dans un contexte plus globale.

La table ronde doit pouvoir montrer que l'orientation est un cheminement dans un parcours scolaire ou professionnelle. L'orientation fait appel à une multitude d'acteurs, aux rôles différents. C'est un acte qui s'effectue dans un environnement de plus en plus complexe à une période, un âge où les choses ne sont pas toujours faciles (angoisse, coupure avec la famille...).

Il n'existe pas de « recette toute faite » en matière d'orientation professionnelle. L'orientation doit être individualisée. L'orientation est aujourd'hui vécue comme un facteur anxiogène, génératrice de stress important.

Repositionner les CCI comme un réseau ouvrant les portes de l'entreprise, avec les mini-stages ou pass'métiers.

#### **Table ronde pour le public adulte en reconversion**

- Définir une thématique,
- 1h /1h30 maximum souhaitable avec un animateur/conférencier,
- Un panel de représentant représentatif des acteurs de l'emploi :
  - Conseiller France Travail ou APEC, Mission locale,
  - Un conseiller CEP, Bilan de compétences, Transition pro,
  - Un témoin qui a réussi sa reconversion ou qui a créé son entreprise,
  - Une entreprise qui a déployé Transco ou la ProA,
  - Un témoin qui a bénéficié d'une Préparation Opérationnelle à l'emploi
  - Un demandeur d'emploi qui a bénéficié d'une immersion professionnelle l'ayant aidé à définir sa nouvelle orientation professionnelle
  - etc.

Les CCI sont incitées à mettre en commun **tout film ou micro-trottoir** qu'elles auraient développé pour illustrer la thématique au profit des autres CCI qui se lanceront.

**Merci de faire remonter l'information auprès de CCI France en cas d'outils mutualisables.**

Penser aux archives de films I.N.A. et Youtube.

#### **L'espace « Conseils individuels » Orientation**

- Aménager un **espace conseil** permettant d'organiser **des « face à face »**, des rencontres avec des conseillers d'orientation ayant une expérience en conduite d'entretien, d'écoute et de connaissances des jeunes confrontés au problème de leur orientation.
- Donner un cadre d'entretien à des pédago/conseillers pour engager une réflexion dans un temps limité avec un jeune sur son orientation professionnelle.

Cet espace est ouvert et accessible tout au long de la soirée (sans rendez-vous préalable).

#### **L'espace « Conseils individuels » Reconversion**

- Aménager un **espace conseil** permettant d'organiser **des « face à face »**, des rencontres avec des conseillers de l'emploi
- Donner un cadre d'entretien à des conseillers pour engager une réflexion dans un temps limité

Ces espaces sont ouverts et accessibles tout au long de la soirée, avec ou sans rendez-vous ; le rendez-vous pouvant être pris à l'arrivée, à l'accueil.

#### **L'espace « Multimédia » Inforizon, Diagorienté ou autre, ...**

**Aménager** un espace avec des bornes informatiques permettant aux jeunes et aux adultes de réaliser des tests en ligne (de personnalité, de positionnement...).

Prévoir ordinateurs, imprimantes et connections Internet.

Afin d'éviter des temps d'attente trop long, il est conseillé de proposer les tests en ligne au moment de l'inscription à l'évènement. Les visiteurs viennent avec leurs résultats. Si, ils n'ont pas pu les imprimer, prévoir une imprimante à disposition.

CCI FRANCE met à disposition des CCI intéressées le logiciel Inforizon dans le cadre d'une collaboration nationale avec la Fondation JAE mais également avec Diagoriente.



Cet espace est très prisé. Prévoyez des ordinateurs et imprimantes en nombre suffisant.

#### L'espace « Speed dating des métiers »

L'espace « Speed dating des métiers » permet, au travers de rencontres individuelles de courte durée (10/15 min), de rendre concret l'exercice d'un métier par la présence de professionnels parlant en direct et en face-à-face de leur métier.

#### L'espace « Speed dating des emplois »

L'espace « Speed dating des emplois » permet, au travers de rencontres individuelles de courte durée (10/15 min), entre un candidat potentiel et un recruteur.

Ces espaces peuvent être complétés par un espace « Exposition sur les métiers ».

Prévoir des face-à-face avec des salariés, des représentants de secteurs professionnels / métiers sollicités par les CCI.

Les OPCO, les branches professionnelles, l'UIMM sont des acteurs à mobiliser.



**Ne pas sous-estimer la difficulté de mobiliser le monde économique.**

#### Les ateliers thématiques

- D'une durée de 30/45 min environ
- Réitérés 2 ou 3 fois dans la soirée
- Comprenant un petit nombre de participants pour permettre un réel échange entre les jeunes et leur famille et le conseiller/intervenant de l'atelier
- Une animation ou co-animation par un représentant d'entreprise est très appréciée.

Exemples d'intitulés d'ateliers :

- Construire son projet professionnel
- Quel choix, pour quel profil ?
- L'alternance, pour qui, pourquoi ?
- Rechercher une entreprise, comment faire ?
- Le rôle des parents dans l'orientation

## COMMUNICATION



Prévoir une **stratégie de communication globale** vers les différents publics et partenaires, notamment :

- Des affiches à destination des collèges, lycées, CFA,
- Un visuel,
- Un kit communication numérique (programme + flyer dématérialisé), à destination des proviseur(e)s de collèges et lycées, pour un relai aux parents,
- Des « flyers » à l'attention des jeunes,

- Des spots sur des radios ciblées,
- Des publicités sur des réseaux sociaux très prisés par les jeunes,
- Des campagnes SMS,
- La création d'un site spécifique ou de pages dédiées sur le site de la CCI,
- Des invitations permettant de contrôler les flux et de planifier le nombre de participants,
- Communiqué de presse de la CCI et de CCI France (au moment du lancement de la campagne),
- Annonce dans la PQR

Concernant le visuel, CCI France a élaboré un kit de communication permettant de donner une visibilité nationale à l'action des CCI avec possibilité d'adaptation locale.

Par ailleurs, une campagne nationale sera mise en place par CCI France.

Penser à élaborer un dossier Partenaires et un dossier de presse.

Penser à informer et à mobiliser les établissements de formation de la CCI de manière à créer une continuité avec les actions d'information métiers et d'orientation de la CCI et en lien avec les JPNO et campagnes de recrutement des écoles.

## ORGANISATION LOGISTIQUE & MOYENS



Un **site** comprenant :

- Un espace dédié au speed dating des métiers
- Une salle pour la plénière adaptée
- Des salles plus petites pour les ateliers
- Un espace d'exposition pour les partenaires
- Un espace restauration
- Une **infrastructure informatique** pour les bornes de tests (PC, réseau Internet, WIFI, imprimante...)

L'organisation :

- Prévoir un budget **sécurité** important car l'événement est ouvert au grand public.
- Mettre en place une **équipe projet / comité de pilotage** en amont et pendant la manifestation qui fasse intervenir les différents services de la CCI (Communication, informatique, restauration, logistique...)
- Penser à faire une déclaration en préfecture (2 mois avant) autorisant la manifestation avec du public.
- **L'opération est éligible au solde de la taxe d'apprentissage.**
- Penser à mettre en place un **retro-planning** des actions à mettre en œuvre avant la Nuit.
- Penser également à organiser un cocktail et/ou un espace VIP avec interview de la presse pour accueillir et remercier les institutionnels, la presse, les intervenants....
- Pour les intervenants, standistes, intérimaires ou tout personnel mobilisé toute la journée, penser à leur restauration.

# BUDGET



Les coûts de l'organisation d'une Nuit de l'orientation sont très variables d'une CCI à l'autre en fonction des options retenues, de la disponibilité de locaux au sein de la CCI, du budget communication, des cofinancements possibles, etc.

Les CCI ayant participées à l'opération en 2024 affichent des coûts directs moyens de 53 393€ ; ce coût comprend les frais de personnel des CCI.

Pour information, les principaux postes sont les suivants. Cette liste est donnée à titre indicatif.

## Supports de communication

- Affichage bus/métro/tramway
- Achat de fichiers marketing direct (e-mails et mobiles/SMS)
- Frais d'impressions des supports (flyers, affiches, invitations, plaquettes...)
- Affranchissements
- Création de bâche / banderole externe
- Création de bracelet, pin's lumineux, calepin Nuit de l'orientation, ...
- Location de films INA

## Média

- Réseaux sociaux
- Couverture presse (PQR) et radios locales
- Photographe, équipe de tournage de films

## Logistique

- Gardiennage et sécurité (frais de personnel hors CCI)
- Nettoyage (frais de personnel hors CCI)
- Eclairage scénique et des locaux / sonorisation / événementiel / Signalétique
- Location de matériels d'aménagement interne (chaises, tables, moquette, plantes...)
- Parc informatique (ordinateurs, imprimantes...)
- Location de chapiteaux/chauffage sous chapiteau...
- Restauration et buffet/cocktail (traiteur et maître d'hôtel pour les VIP)
- Frais de restauration public (restauration payante pour le public +serveurs)

## Animation / Aspects festifs

- Aménagement festif des locaux (ballons gonflés à l'hélium, plantes, éclairage... cf. logistique)
- Frais de ligue d'improvisation
- Frais d'animation musicale (ex. : prestation DJ d'NRJ...)
- Animation tag sur information métiers...

## Frais de Personnel et divers

- Frais des intervenants table-ronde
- Intérimaires / personnels d'accueil
- Heures supplémentaires personnel CCI
- Notes de frais

Le kit communication 2025 complet [ici](#)

Contact :

[i.brazzolotto@ccifrance.fr](mailto:i.brazzolotto@ccifrance.fr)

## La Nuit de l'orientation, le concept

Ce concept original et efficace a séduit en 2023 plus de 85 000 visiteurs qui ont participé aux 52 "Nuits de l'orientation" proposées partout en France par les CCI. C'est également une forte mobilisation des partenaires économiques (OPCO, organisations patronales, branches professionnelles...) et institutionnels (Rectorat, CIO, Missions locales, Conseils régionaux...) au niveau local et régional.

L'objectif global d'une « **Nuit de l'orientation** » pour une CCI est multiple :

- ⇒ Rendre plus lisible l'action des CCI en matière de découverte des métiers,
- ⇒ Donner une **image différente et moderne des CCI** en faisant entrer dans nos locaux un public jeune,
- ⇒ Montrer que **l'action des CCI en matière de découverte des métiers est innovante et dynamique** en créant un événement décalé,
- ⇒ Faire passer le message que « Découvrir les métiers, choisir son parcours... », c'est important et que les acteurs économiques, dont les CCI, ont leur rôle à jouer,
- ⇒ Valoriser le rôle des CCI dans le **domaine de l'emploi** et de la réponse aux besoins des entreprises, dans une période où ces dernières rencontrent des difficultés de **recrutement**,
- ⇒ Valoriser le rôle des CCI dans le domaine de **la création/reprise d'entreprise**.

De manière indirecte, la « **Nuit de l'orientation** » est l'occasion de faire découvrir les écoles des CCI en mettant en avant leur savoir-faire au cours de la Nuit.

Quelques exemples :

- ⇒ **Démonstration métiers** de certaines sections d'apprentis ou d'étudiants, notamment dans la restauration, l'accueil, etc.
- ⇒ **Témoignages** d'apprentis en cours d'apprentissage dans le cadre de speed-dating des métiers ou d'ateliers thématiques,
- ⇒ Lien avec les JPO des établissements de formation pour la partie promotion de l'offre de formation et les services Point orientation apprentissage concernant la valorisation des mini-stages ou pass'métiers.

### Pourquoi un tel événement ?

Le choix d'une carrière peut être une tâche très ardue pour une jeune personne encore à l'école ou à l'université. Les résultats de diverses enquêtes et études en France suggèrent que l'orientation professionnelle est un processus particulièrement stressant pour les jeunes français.

La multitude des programmes et voies de formation existants ajoute aussi au sentiment de confusion.

Une des idées de base est de **construire un pont entre les acteurs économiques et les jeunes, en particulier par un contact direct entre les chefs d'entreprise, les salariés et les jeunes.**

Pour répondre aux besoins des jeunes et offrir un autre type d'orientation, qui ne se concentre pas sur les programmes de formation, comme c'est traditionnellement le cas, mais sur les métiers et les centres d'intérêts des jeunes, les CCI organisent une fois par an sur presque tout le territoire **une opération originale** : la « **Nuit de l'orientation** ».

C'est également, pour la CCI, un évènement qui lui permet de se positionner sur le sujet de l'emploi et la reconversion. La mobilisation des acteurs de l'emploi, des OPCO (en général demandeurs) et des entreprises permet d'enrichir les témoignages et valoriser les espaces de conseil personnalisé.

Organisées du 3 novembre au 6 décembre 2025, les « **Nuits de l'orientation** » accompagnent :

- les collégiens, lycéens et étudiants dans leur réflexion et leur parcours à une période propice au choix d'orientation (procédures Affelnet et Parcoursup).
- les adultes en phase de réflexion sur un projet de reconversion et les demandeurs d'emploi.

Comme en témoigne le slogan de la Nuit « **S'orienter sans stress** », **l'esprit festif** de l'événement, combiné avec les prestations hautement professionnelles dispensées au cours de la Nuit, contribue à faire de cette soirée **un événement unique et original** s'adressant aux visiteurs en quête de réponses dans la construction de leur avenir professionnel.

#### Points clés

- ➲ L'objectif de la « Nuit de l'orientation » est de consacrer une soirée à accompagner et informer collégiens, lycéens et étudiants ainsi que leurs parents sur un large éventail de métiers et les possibilités de carrière.
- ➲ Une particularité des « Nuits de l'orientation » est d'associer les parents à la réflexion de leur enfant, en les intégrant comme des acteurs actifs du processus d'orientation.
- ➲ Les publics en reconversion/en recherche d'emploi pourront également bénéficier d'un parcours spécifique.
- ➲ Le concept très spécial des Nuits vise à accompagner les jeunes à trouver leur propre « chemin » dans la vie. La notion de « parcours personnel » est au cœur du concept, ce qui signifie que la « Nuit de l'orientation » n'est que le début d'un processus qui sera poursuivi après l'événement.
- ➲ La « Nuit de l'orientation » ne vise pas à résoudre toutes les questions de l'orientation/de la reconversion en une soirée, comme une sorte de processus express d'orientation professionnelle. Ce n'est que le début d'un processus qui doit être poursuivi par la suite (mini-stages ou pass'métiers, JPO des établissements de formation, forums métiers, salons de la formation...).
- ➲ L'événement fournit des outils pour devenir acteur de son propre parcours professionnel,
- ➲ L'originalité est de créer une atmosphère détendue, une ambiance décontractée, promouvoir un esprit de fête, avec musique live, DJ, groupes, compagnies de théâtre, des jeux et des animations... activités liées à l'orientation professionnelle et de la reconversion, le tout afin de rendre le processus d'orientation globalement moins stressant.

## Pour quels objectifs ?

Face à la diversité des métiers et à la multitude des formations proposées, le choix de l'orientation est difficile et souvent angoissant pour les jeunes et leurs familles.

Pour les jeunes, l'objectif de cette soirée est de permettre de :

- ⇒ S'engager dans des voies professionnelles présentant de réels débouchés,
- ⇒ Connaître davantage le contenu et les contraintes des métiers pour lesquels ils souhaitent se préparer,
- ⇒ Se projeter dans leur futur, de façon positive.

Pour les adultes en reconversion/en recherche d'emploi, la « **Nuit de l'orientation** » a pour objectifs :

- ⇒ D'identifier les métiers qui recrutent
- ⇒ De rencontrer des entreprises ayant des offres d'emploi à proposer
- ⇒ D'identifier le circuit de la reconversion : les principaux acteurs, les financements possibles.

Pour les CCI et leurs ressortissants, la « **Nuit de l'orientation** » a pour objectif de favoriser le rapprochement entre les jeunes et l'entreprise en :

- ⇒ Donnant aux jeunes et aux adultes l'envie d'entreprendre,
- ⇒ Positionnant l'entreprise au centre du dispositif d'orientation, en valorisant le dispositif des mini-stages ou pass'métier,
- ⇒ Attirant des jeunes formés aux compétences de demain et vers des métiers émergeants.

**C'est en renforçant ce lien en amont** que les CCI accompagnent au quotidien leurs ressortissants à revaloriser certaines filières ou métiers délaissés car trop peu connus ou dévalorisés.

Pour parvenir à cette alchimie, la « **Nuit de l'orientation** », c'est :

- ⇒ Le jeudi, vendredi ou samedi soir, pour que ce moment soit convivial et vécu comme une sortie,
- ⇒ Dans les locaux de la CCI – idéalement le siège de la CCI, ou éventuellement un autre lieu « neutre » en évitant autant que faire se peut, les centres de formation,
- ⇒ Un cadre festif pour dédramatiser l'orientation scolaire et professionnelle,
- ⇒ Des animations et rencontres avec des professionnels qui rythment la soirée pour créer une ambiance conviviale, des moments de détente.

## Une opération partenariale

L'orientation professionnelle est l'**AFFAIRE DE TOUS** et nécessite la **MOBILISATION DE TOUS**.

Une mobilisation des acteurs institutionnels

La « **Nuit de l'orientation** » a pour ambition d'être un vrai rendez-vous fortement repéré du grand public (jeunes et familles) et de tous les acteurs locaux. Elle s'intègre parfaitement dans les missions premières d'une Chambre de commerce et d'industrie d'animer l'économie locale, de

créer du lien et de contribuer au développement économique des entreprises du territoire. La « **Nuit de l'orientation** » mise sur le fait que les besoins en compétences de demain se décident dès aujourd'hui par une bonne connaissance des métiers.

La « **Nuit de l'orientation** » est une opération portée par les CCI, **libre d'accès** au grand public et tous les professionnels présents sont engagés dans la soirée **bénévolement**, des entreprises partenaires sponsor peuvent participer au financement de la soirée.

L'objectif visé est la présence de TOUS les acteurs de terrain intéressés et impliqués dans l'information, l'orientation des jeunes et la reconversion des adultes complètent leurs propres actions. Pour ce faire, il est fortement recommandé de mettre en place un comité de pilotage externe ou de réunions bilatérales (plus légères à gérer) permettant d'associer tout ou partie de ces partenaires dans la co-construction ou co-animation des différents espaces constitutifs d'une « **Nuit de l'orientation** » tout en conservant à la CCI le leadership global de l'organisation de l'opération.

## ② Une mobilisation des acteurs économiques

Cette opération permet de **créer une véritable passerelle** entre les acteurs liés aux problématiques de l'information et de l'orientation professionnelle et les acteurs économiques locaux.

La forte mobilisation des acteurs économiques notamment par la présence nombreuse d'entrepreneurs, de professionnels et de salariés au cours de la « **Nuit de l'orientation** » constitue un des points clés de la réussite de l'événement.

Les entrepreneurs, employeurs et salariés répondent positivement à l'initiative car ils savent que trouver des travailleurs qualifiés et motivés est un défi, en particulier à une période où de nombreuses entreprises rencontrent des difficultés de recrutement.

Une autre raison peut expliquer cette réponse enthousiaste : le fait que la grande majorité des entrepreneurs et des professionnels ont rarement la possibilité de parler de leurs emplois, des compétences qu'ils ont acquises et de leur parcours professionnel.

## Où et quand (mois, jour et horaires) ?

### Où ?

Dans les locaux de la CCI prioritairement – idéalement le siège de la CCI – ou éventuellement un autre lieu « neutre » en évitant, autant que faire se peut, les centres de formation.

Respecter cette consigne permet :

- D'assurer la neutralité par rapport aux locaux d'une école consulaire. Important au moment de solliciter et mobiliser les partenaires de l'opération mais également pour les visiteurs ;
- D'amener le grand public à la CCI ;
- D'assurer une meilleure maîtrise technique des lieux avec les services techniques, informatique, logistique, communication...

**Lorsque l'évènement est organisé dans le centre de formation, il est nécessaire de prévoir la présence des acteurs majeurs de la formation sur le territoire concerné : université, CMA, CFAI, CCCABTP, etc.**



Avant de déterminer la date vérifier la disponibilité des locaux. Il faut donc s'y prendre au moins 6 mois à l'avance.



En matière de sécurité des locaux, voir également quelle est la capacité d'accueil maximum en simultané en fonction du nombre de visiteurs attendus. Cette norme peut vous amener à organiser des espaces d'attentes ou tampons dans des cours, sous des chapiteaux par exemple.  
**Pensez-y !** Prévoir 2 agents à l'accueil (ou plus selon la configuration des locaux) : un qui compte les visiteurs entrants et l'autre les sortants.



Penser à faire appel à une section de CAP ou BP agent de sécurité. En effet, cela permet de diminuer les coûts de ce poste et de valoriser soit une offre de formation dispensée par nos centres de formation ou par celle de nos partenaires.



Penser à installer des panneaux permettant d'expliquer aux visiteurs « Ça sert à quoi une CCI ? » ou tout autre support de promotion de la CCI.

### Quand ? A quelle période ?

Il est impératif de respecter la période déterminée par CCI France, **d'une durée de 5 semaines entre le 3 novembre et 6 décembre 2025.**

CCI FRANCE prendra en compte dans sa communication nationale l'ensemble des dates du réseau pour montrer la mobilisation du réseau autour de ce thème qui s'inscrit dans **le Mois de la découverte des métiers**. Par ailleurs la période couvre **la semaine de l'industrie (SEDI)**, prévue cette année du **17 au 23 novembre 2025** et il est indispensable de capitaliser sur les 2 évènements. En effet d'autres actions sont prévues en parallèles, toujours en lien avec la découverte des métiers.

Les évènements organisés dans le cadre du Mois de la découverte des métiers peuvent faire l'objet d'une labellisation Semaine de l'industrie avec une programmation jusqu'à 2 semaines avant et 2 semaines après la semaine du 17 au 23 novembre prochain.

Selon les territoires, la labellisation SEDI peut ouvrir des droits à financements.

Le choix doit tenir compte des autres événements et manifestations programmées en région ainsi que la disponibilité des élus dont la présence est indispensable.



Vérifier la date des salons de formation ou de l'emploi avant de fixer votre date.



Organiser une « Nuit » prend du temps, lors du choix de la date d'une première édition prévoir, en amont **au moins 4 mois d'organisation**.

### Quand ? Quel jour ?

En tenant compte des contraintes organisationnelles : les jeudi, vendredi et samedi, sont les jours les plus mobilisés habituellement.

En fonction des horaires choisis, possibilité également de faire venir les collégiens/lycéens de façon organisée.

## Quand ? A quelle heure ?

- Les plages horaires sont variables :
  - ➔ Début : de 13h30 à 18h
  - ➔ Fin : 19h à 22h
- En moyenne 5 à 6 heures d'ouverture, si la surface des locaux est restreinte au regard du nombre de visiteurs à accueillir, envisager d'élargir la plage horaire de l'évènement.
- Jeudi et vendredi : possibilité d'ouvrir tôt car favorise la venue de jeunes dans un cadre scolaire.



## Comment s'organiser ?

### Mode de gestion du projet

1. Déterminer « Qui porte le projet ? »
  - Quel service ?
  - Quel responsable ?
  - Nommer un chef de projet.
2. Vous aurez impérativement besoin de l'implication et de l'appui d'autres services de la CCI.  
Organiser cette manifestation fédère les équipes des différents services impliqués.
 

<input checked="" type="checkbox"/> Communication <input checked="" type="checkbox"/> Technique <input checked="" type="checkbox"/> Informatique <input checked="" type="checkbox"/> Evénement	<input checked="" type="checkbox"/> Reprographie <input checked="" type="checkbox"/> PAO <input checked="" type="checkbox"/> Présidence / Secrétariat général <input checked="" type="checkbox"/> Ecoles
---	---
3. Il est recommandé de mettre en place un comité de pilotage interne (COPIL) qui se réunira de façon régulière pour faire le point sur l'état d'avancement du projet (voir notamment la participation d'élus).  
Il peut être élargi à des partenaires extérieurs (comité de pilotage externe) en fonction des relations que la CCI entretient avec ces derniers. Dans ce cas, vous pouvez prévoir la signature d'une convention de partenariat qui définit les modalités de mise en œuvre et la répartition des tâches.
4. En lien avec le COPIL, le chef de projet
  - Définit la liste des tâches : qui fait quoi, quelle est la responsabilité de chacun ?
  - Met en place un rétro planning
  - Définit les ressources disponibles : humaines, techniques et financières
  - Etablit le budget prévisionnel. Les coûts de l'organisation d'une Nuit de l'orientation sont très variables d'une CCI à l'autre en fonction des options retenues, de la disponibilité de locaux au sein de la CCI, du budget communication, des cofinancements possibles, etc.

### Les relations avec les partenaires

Rechercher, rencontrer et convaincre les partenaires : un des facteurs clés de succès repose sur les partenariats. Ils sont autant de relais d'information.

Cela suppose de planifier ces rencontres très en amont de la manifestation. Certains seront peut-être sceptiques ou refuseront de participer si c'est votre 1<sup>ère</sup> édition. Ne pas hésiter à les recontacter chaque année...

Liste non exhaustive

- Rectorat
- CIO
- DRONISEP
- Conseil régional, général
- Chambres des Métiers, de l'agriculture
- OPCO, branches professionnelles
- Missions Locales
- France Travail
- Transition pro
- Centre Régional d'Information Jeunesse (CRIJ), BIJ
- Cité des métiers
- Club d'entreprises
- Associations parents d'élèves
- ...

Clarifier vos relations et leur rôle dans la manifestation si vous voulez rester maître de l'événement.

Ce partenariat peut être financier et/ou en apport de compétences et de moyens humains le jour de la manifestation.

Il est possible également de sous-traiter une partie de l'organisation à un partenaire (ex : organisation d'une conférence, d'un atelier...). Dans ce cas, il convient de définir très précisément son rôle.

**Mais n'oubliez pas, en tant que CCI organisatrice, vous pouvez mobiliser les réseaux d'entreprises animés par les conseillers appui, les portes s'ouvriront plus facilement !**

**Rechercher sponsors et subventions**

Cette manifestation est éligible au solde de la taxe d'apprentissage à condition que le Point orientation apprentissage soit habilité à le percevoir et figure sur la liste préfectorale (A bien vérifier).

Les sponsors peuvent financer une partie de la manifestation mais également participer avec un apport en nature : espaces publicitaires, denrées alimentaires, prêt de salles, de bornes explorateurs de métiers...



Si en échange, vous devez mettre le ou les logos des structures sur vos différents supports de communication, cela peut retarder la sortie desdits supports. S'y prendre bien en amont.

## Budget

Les coûts de l'organisation d'une Nuit de l'orientation sont très variables d'une CCI à l'autre en fonction des options retenues, de la disponibilité de locaux au sein de la CCI, du budget communication, des cofinancements possibles, etc.

Les CCI ayant participées à l'opération en 2024 affichent des coûts directs moyens de 53 393 € ; ce coût comprend les frais de personnel des CCI.



## Sponsoring et subventions

### Constitution du dossier

L'objectif du dossier « sponsoring » et « subventions » est de proposer à un tiers de financer en numéraire ou en nature une partie de la manifestation en échange d'une visibilité de l'entreprise, de l'organisme ou de la collectivité en association avec la manifestation.

Il est donc important de structurer son offre, d'identifier ses cibles, d'organiser une campagne de commercialisation, de contractualiser et de mettre en œuvre la prestation dans le respect des contrats.

Enfin, la dernière phase est d'adresser un bilan à ses partenaires financiers.

### Structurer son offre

#### 1 Les ELEMENTS A METTRE EN AVANT concernant la manifestation

- ⇒ Le thème de la manifestation qui impacte jeunes et parents et qui est un vrai enjeu de société.
- ⇒ Ce qu'elle n'est pas : rien n'est à vendre : pas de centres de formation ou d'écoles ; **ce n'est pas un salon !**
- ⇒ Le partenariat avec l'Education nationale garantissant un relais dans les établissements
- ⇒ La présence de professionnels (le Speed-Dating est un formidable argument de différenciation et valide l'organisation par une CCI)
- ⇒ Le caractère national de l'opération
- ⇒ La fréquentation passée (nombre de visiteurs) que ce soit localement ou dans d'autres villes ! les chiffres nationaux sont également appréciés, le bilan du Mois de la découverte des métiers 2024 est accessible :
  - Pour les NO : [ici](#)
  - Pour les autres événements : [ici](#)
- ⇒ La couverture médiatique (presse écrite, radios ou télés)

## ② IDENTIFIER LES CIBLES

- ⇒ Les collectivités intéressées par l'orientation et ou l'emploi.
- ⇒ Les SEM transport urbain
- ⇒ La presse
- ⇒ Les entreprises partenaires de la CCI sur d'autres manifestations tournant autour du dynamisme du territoire.
- ⇒ Des entreprises capables d'apporter un échange marchandise pour animer l'événement (sirops, bonbons, lots tombola...).

## ③ QUELLE CONTREPARTIE OFFRIR ?

- ⇒ Contrepartie d'un montant versé à la CCI en numéraire ou en nature
  - Logos sur les documents de promotion (affiches, programmes, banderoles, sites, entrée de la manifestation, films promotionnels...),
  - Un pôle speed-dating prévu pour le partenaire pour toute la soirée,
  - Conférence de presse et soirée bilan réalisées en présence des partenaires financiers,
  - Stand prévu lors de la manifestation (suivant cahier des charges précis évitant des ventes de produits par exemple !),
  - Interviews dans la presse,
  - Liens vers les sites à partir du site dédié.
- ⇒ Concernant les dons en nature
  - Création d'animations lors de la manifestation mettant en avant le partenaire (dégustations, Tombola etc.)

## ④ PACKAGER ET MARKETER L'OFFRE / CREER LE DOSSIER DU PARTENAIRE

- Présentation de la manifestation,
- Présentation des packages proposés et des valorisations, que ce soit en nature ou en numéraire, dont voici un exemple :
  - Partenaire Bronze : 5000 € : logos sur tous les documents et présences aux conférences de presse et bilan,
  - Partenaire Argent : 7 000 € : le lien vers les sites et les interviews dans la presse en sus,
  - Partenaire Or : 10 000 €, le stand en sus.

- Rapporter l'investissement au nombre de personnes touchées dans la cible du partenaire potentiel (ex : d'une banque touchant en une soirée 2 000 clients potentiels etc.)
- Insérer le modèle de convention

### Prospecter et contractualiser



**Ne pas sous-estimer le temps nécessaire pour ce type de démarche.**

- Etablir un plan de prospection avec tous les partenaires potentiels à rencontrer
- Aller les rencontrer et leur présenter l'intérêt de soutenir la manifestation et leur remettre le dossier
- Garantir l'exclusivité en rapport à ses concurrents en échange de décisions rapides
- Faire signer les conventions au plus tard 2 mois avant la manifestation pour que l'ensemble des éditions (programmes, flyers etc.) puissent être réalisées avec les bons logos
- Réaliser une étude de satisfaction/points à améliorer auprès des partenaires.

### Faire un bilan aux partenaires



**Faire un retour quantitatif et qualitatif aux partenaires financiers**

- Revue de presse
- Documents
- Photos
- Couverture médiatique
- Fréquentation
- Invitation soirée bilan
- Envoi du bilan

## Budget

### Les postes de dépenses

Les principaux postes de dépenses sont :

#### 1. Supports de communication

- ⌚ Affichage bus/métro/tramway
- ⌚ Achat de fichiers marketing direct (e-mails et mobiles/SMS)
- ⌚ Frais d'impressions des supports (flyers, affiches, invitations, plaquettes...)
- ⌚ Affranchissements
- ⌚ Création de bâche / banderole externe
- ⌚ Création de bracelet, pin's lumineux, calepin/bloc-notes Nuit de l'orientation, tote bag, stylo...



#### 2. Média

- ⌚ Couverture presse (PQR) et radios locales\*
- ⌚ Réseaux sociaux : Tiktok, Instagram, Twitter, ...
- ⌚ Influenceurs
- ⌚ Photographe, équipe de tournage de films

#### 3. Impression programmes, tickets entrée...

#### 4. Stands et chapiteau (si besoin)

5. Vidéo soirée

**6. Animations diverses**

- ⌚ Aménagement festif des locaux (ballons gonflés à l'hélium, plantes, éclairage...)
- ⌚ Frais de ligue d'improvisation
- ⌚ Frais d'animation musicale (ex. : prestation DJ d'NRJ...)
- ⌚ Animation tag sur information métiers
- ⌚ Escape Game métiers

7. Cadeaux (visiteurs et intervenants)

8. Brassards ou gilets pour organisateurs

**9. Logistique**

- ⌚ Gardiennage et sécurité (frais de personnel hors CCI)
- ⌚ Nettoyage (frais de personnel hors CCI)
- ⌚ Eclairage scénique et des locaux / sonorisation / événementiel / signalétique
- ⌚ Location de matériels d'aménagement interne (chaises, tables, moquette, plantes...)
- ⌚ Parc informatique (ordinateurs, imprimantes...)
- ⌚ Location de chapiteaux/chauffage sous chapiteau...
- ⌚ Restauration et buffet/cocktail (traiteur et maître d'hôtel pour les VIP)
- ⌚ Frais de restauration public (restauration payante parfois pour le public+serveurs)

**10. Frais de personnel et divers**

- ⌚ Frais des intervenants table-ronde
- ⌚ Intérimaires / personnels d'accueil
- ⌚ Heures supplémentaires personnel CCI
- ⌚ Notes de frais



N'oubliez pas **les délais liés à d'éventuels appels d'offre et passations de marché** qui peuvent prendre du temps.

**Les postes de recettes**

- 1 Solde de la taxe d'apprentissage affectée au Point orientation apprentissage
- 1 Partenaires - Sponsors
- 1 Collectivités territoriales
  - o Région
  - o Département
  - o Communes, communautés d'agglomération

## Communication

La **Nuit de l'Orientation** constitue très fréquemment la première manifestation organisée par la CCI vers une cible grand public « jeunes/familles-Public en reconversion/recherche d'emploi ». C'est dans ce contexte que cette fiche « communication », définie au niveau national, est susceptible de vous aider à mettre en place le rétro-planning de votre organisation.

Un exemple de rétro-planning est accessible [ici](#)

Bien entendu, il est impératif que le service « communication » de la CCI soit impliqué. Le poste « communication » constitue en effet le plus fréquemment le premier poste de dépenses de l'événement.

### Rétro-planning

#### 1 De J - 6 à J - 3 mois :

- Définition du plan de communication global de la manifestation : définir les supports et solliciter des devis comparatifs – Faire un choix.
- Dès J - 6, mise en place de la page « Nuit » sur le site internet de la CCI qui s'enrichira au fur et à mesure de l'avancement du projet.
- Prise de contact et négociation avec les supports publicitaires (tram/bus, presse quotidienne et spécialisée – négociation espaces payants et « rédactionnels ») et implication des services de communication des collectivités locales (sucettes ou tableaux de communication des villes – solliciter la gratuité).

#### 2 J - 3 mois :

- Décision de distribution de goodies – choix de l'article, le cas échéant
- Impression des flyers, affiches et tout autre support de communication.

#### 3 J - 2 mois :

- Calage de la date de la conférence de presse et de l'événement dans les agendas des élus,
- Achat communication radio, presse, réseaux sociaux, influenceurs, ...
- Envoi des supports numériques, publications, argumentaire - descriptif succinct demande de mise en place de liens sur les différents sites internet des partenaires et autres organisations,
- Site de la CCI : Page Nuit de l'Orientation avec descriptif des différents espaces, thématiques des colloques, tables rondes, ateliers et participants + lien vers le site national **Nuit de l'Orientation**, sur le site [cci.fr](http://cci.fr).
- Mailing (avec affiches et flyers) établissements scolaires, mairies de quartier, CIO, Missions locales, agences France Travail, Centres socio-culturels, et autres associations, associations de parents d'élèves, centres sportifs, auto-écoles. Penser à diffuser les affiches/flyers sur tous les espaces fréquentés par les jeunes,
- ⌚Création d'une page Facebook ou autres réseaux sociaux.



Ne pas oublier les partenaires et exposants qui peuvent être un relais de diffusion de flyers important.

En ce qui concerne la diffusion des éléments de communication aux établissements scolaires, pensez à prendre en compte les dates des vacances scolaires (Est-il judicieux de diffuser avant ou après les vacances scolaires ?).

**4 J - 3 semaines :**

- ⇒ Envoi des communiqués de presse : presse écrite, radios, TV...
- ⇒ Organisation de la conférence de presse.

**5 J - 2 semaines :**

- ⇒ Conférence de presse,
- ⇒ Insertion presse,
- ⇒ Banderole sur façade de la salle, de la CCI,
- ⇒ Tractage (Restaurants Universitaires, sortie des établissements scolaires, lieux de vie des jeunes, arrêts de bus et tram, ...).

**Supports**

- ⇒ Presse écrite locale
- ⇒ Presse spécialisée, gratuits,
- ⇒ Presse périodique des Communautés de Communes, Villes, Conseil Général, Conseil Régional
- ⇒ Radios
- ⇒ Sites internet
- ⇒ Réseaux sociaux
- ⇒ Vidéos avec des influenceurs
- ⇒ Flyers + affiches (mailing /e-mailing)
- ⇒ Banderole sur façade CCI
- ⇒ Autres...



Pour la presse écrite, attention aux dates d'échéances de parution. Préparez rapidement vos supports. Pensez à vérifier les dates de bouclage de tous les supports écrits.

**Partenaires**

- Rectorat
- Conseil Régional
- Conseil Général
- Ville et Communauté d'agglomérations
- DREETS
- ONISEP
- L'ETUDIANT
- Fondation JAE
- Génération 15-25
- Sponsors
- APEC
- France Travail
- Mission locale
- Transition pro
- CIBC ou autre
- Acteurs du CEP
- ...

Pensez aussi à toutes les prestations en nature.

### **Les partenariats nationaux signés par CCI France ou en cours de signature :**

CCI France a signé une convention de partenariat avec **McDonald's France** – le 10 décembre 2021, pour une durée de 5 ans, le soutien par les franchisés est possible, dans le cadre de cette convention. Les accords de financement sont à la discrétion des franchisés.

CCI France a signé une convention avec **l'OPCO ATLAS**, le 25 octobre 2023 dont un axe promotion des métiers est prévu. Des conseillers de l'OPCO pourront être sollicités lors des Nuits de l'orientation. ATLAS met à disposition son logo qui sera présent sur les supports nationaux.

**La liste des partenaires officiels de CCI France vous sera remise fin juin 2025.**



## La nuit de l'Orientation, une manifestation « à tiroirs »

### Un ensemble complet de prestations et de services

**Le visiteur, qu'il soit jeune, parent et/ou adulte en reconversion ou en recherche d'emploi doit pouvoir se poser les bonnes questions et y trouver un début de réponses.**

Pour ce faire, la CCI organisatrice doit pouvoir mettre en œuvre tout ou partie du panel d'activités décrites sommairement ci-dessous et tel que détaillées dans les fiches 5.1 à 5.10 ci-après.

#### ① Les activités **incontournables**

##### **L'espace "Speed-dating des métiers ou de l'emploi »**

Au travers de rencontres individuelles et dynamiques de courte durée (10-15 mn), il s'agit de rendre concret l'exercice d'un métier par la présence de professionnels qui échangent en direct et en face-à-face sur leur profession.

##### **L'espace "Conseil individuel" orientation ou reconversion**

Tout au long de la soirée, les visiteurs auront la possibilité de rencontrer des conseillers d'orientation qui seront à leur écoute pour échanger, répondre aux questions et les guider dans leur projet d'orientation.

##### **L'espace multimédia "Découvrir son métier/Quizz métier"**

Grâce à un libre accès à des PC/tablette aménagés et équipés du **logiciel Inforizon, Diagorienté** ou d'autres logiciels, les visiteurs pourront réaliser en ligne des tests de positionnement, découvrir des familles de métiers et rechercher l'adéquation entre leurs centres d'intérêt et les métiers existants.

##### **Des animations ludiques et festives tout au long de la soirée**

De nombreuses animations seront organisées afin d'assurer une ambiance festive et conviviale dans tous les espaces dédiés à la Nuit de l'orientation de votre CCI.

#### ② Les activités **complémentaires**

##### **Des ateliers débats métiers : durée à titre indicatif, 25/30 mn**

Ces ateliers débats, organisés idéalement en petit comité (10 à 15 personnes), permettront un réel échange entre les visiteurs et le conseiller intervenant sur une thématique précise. Ces ateliers pourront être répétés deux à trois fois dans la soirée.

##### **Un espace d'information sur les métiers et les formations**

Représenté par les OPCO, les branches professionnelles, etc., cet espace aura pour vocation de rendre l'information sur les métiers et les formations accessible à tous au-delà de ceux présents dans les speed-dating des métiers et les ateliers.

##### **Une « Table ronde » orientation**

La table ronde, répétée une à deux fois dans la soirée selon le format et la durée, permettra aux jeunes et à leurs parents de bénéficier des éclairages de spécialistes de l'orientation et de l'adolescence, du monde de l'entreprise et de l'environnement économique.

### **Une « table ronde » reconversion**

La table ronde, répétée une à deux fois dans la soirée selon le format et la durée, permettra aux adultes en projet de reconversion, aux demandeurs d'emploi de bénéficier des éclairages de spécialistes du conseil en reconversion (CEP, Bilan de compétences) et de l'emploi (France Travail, APEC) du monde de l'entreprise et de l'environnement économique.



Il n'y a pas une Nuit de l'orientation mais des Nuits de l'orientation. Selon vos locaux, vos partenaires, vos moyens... vous façonnerez et adapterez le format de votre Nuit.

Respecter la philosophie et les grands principes décrits dans ce guide vous garantissent un succès assuré.

A vous de jouer !!!

## Espace Accueil

### C'est quoi ?

L'espace accueil est un espace situé dès l'entrée de la manifestation permettant d'accueillir les visiteurs et de les guider.

Sur cet espace le visiteur pourra trouver et être informé de toutes les informations relatives aux différents espaces de la manifestation afin d'organiser au mieux sa visite.

C'est à cet endroit que pourront être remis aux visiteurs des documents (plan, brochures ...) ou « goodies ». Il peut être envisagé un accueil distinct pour le public des adultes en reconversion (cf fiche 6).

L'espace accueil est également le point d'entrée des professionnels et partenaires qui interviennent sur les différents espaces de la manifestation.

L'accueil réservé aux visiteurs est très apprécié sur les Nuits.

C'est pourquoi il est important de bien travailler ces aspects lors de l'organisation et de prévoir à la fois un accueil général et des accueils sur les différents espaces de la manifestation afin d'accompagner au mieux les visiteurs dans leur parcours. Prévoir un accueil « volant » c'est-à-dire des collaborateurs qui vont parcourir la manifestation afin de renseigner les visiteurs (faire en sorte qu'ils soient reconnaissables, au point de vue vestimentaire par exemple).

### C'est où ?

L'espace accueil doit être situé à l'entrée de la manifestation bien en évidence afin que chaque visiteur y passe systématiquement. Cela permet de contrôler les flux, de compter les visiteurs entrants et sortants (en fonction de la capacité d'accueil des lieux).

**En sortie, n'oubliez pas de demander aux visiteurs de compléter et/ou de vous remettre les questionnaires de satisfaction. C'est une obligation du COP – Contrat d'objectif et de Performance signé avec l'Etat. Les résultats vous seront demandés par CCI France, lors du bilan général de la campagne.**

## Organisation

L'espace accueil est un espace important car il va permettre aux organisateurs d'orienter au mieux les visiteurs mais également orienter et informer les partenaires et professionnels qui interviennent sur la manifestation.

Aussi, il est important de distinguer les 2 types d'accueil à l'entrée :

- L'accueil des visiteurs
- L'accueil des professionnels, des partenaires, des institutionnels, de la presse, des « VIP » ...

### 1 ACCUEIL DES VISITEURS

Sur les différents espaces de la manifestation (conseil individuel, speed-dating des métiers etc.) il est primordial de prévoir un accueil. Cependant, sur ces accueils, les besoins et les attentes ne seront pas les mêmes que sur l'accueil général.

Pour la gestion et la prise en charge de ces espaces, vous pouvez faire appel à des collaborateurs / collaboratrices de votre CCI, des hôtes / hôtesses recruté(e)s pour l'occasion, faire appel à des centres de formations ayant des formations à l'accueil afin que les étudiants participent et mettent en pratique leur formation etc.

Bien les dissocier d'un point de vue vestimentaire afin qu'ils soient aisément identifiés par les visiteurs.



Quelle que soit l'option retenue, il est important que les personnes en charge de l'accueil aient connaissance de l'ensemble des espaces de la manifestation et également des structures, des partenaires et des professionnels présents afin d'orienter et informer au mieux les visiteurs.

C'est pourquoi, il est nécessaire de prévoir un « brief » pour les personnes en charge de chacun des accueils sur la manifestation afin de préciser les attentes et besoins.

Aussi, pour orienter au mieux les visiteurs il faut les questionner à leur arrivée afin de cerner leur demande et les guider à travers la manifestation.

Entre un visiteur « qui ne sait pas quoi faire » et un autre qui souhaite savoir « quel parcours avoir pour exercer tel métier », des parents qui sont très inquiets au sujet de l'orientation de leur adolescent, des adultes en recherche d'information pour eux-mêmes, le parcours de visite ne sera pas forcément le même !

⇒ Ceci peut être formalisé dans un document remis aux visiteurs.



En plus de la remise d'un « brief » aux personnes en charge de l'accueil, il peut être organisé une visite de l'ensemble de la manifestation avant l'ouverture. Cette visite peut être également conçue pour les professionnels et partenaires.

La mise en œuvre de cette visite nécessite d'inviter les personnes 30 mn avant l'ouverture et d'avoir des collaborateurs disponibles pour la mettre en place.

Sur l'espace accueil, différents documents peuvent être remis aux visiteurs notamment le plan de la manifestation (celui-ci devant être également affiché à l'entrée et à différents endroits de la manifestation).

C'est également sur cet espace que peuvent être remis les « cadeaux » ou « goodies » prévus par l'organisation pour les visiteurs ainsi que des documents complémentaires.



Idée pour les goodies : Clé USB marquée « Nuit de l'orientation », un mug marqué, une balle anti-stress marquée, un tote bag qui permettra de réunir les documentations récupérées lors de la visite, stylo, bloc-notes, ... Faites preuve d'imagination !!!

Vous pouvez également vous rapprocher des partenaires locaux pour leur demander des cadeaux à mettre à votre disposition pour offrir aux visiteurs. Ceci peut également se faire dans le cadre d'un partenariat.

**Ces goodies peuvent être remis en échange du questionnaire. Cela augmente le taux de retour. Dans ce cas, en informer les visiteurs dès l'accueil.**



Idée pour les documents remis : un document avec les coordonnées des structures partenaires présentes, le programme de la manifestation, une publication des partenaires, un questionnaire de satisfaction, le programme des manifestations et portes ouvertes à venir etc.



Il est bien entendu important de quantifier le nombre de visiteurs. Aussi il peut être confié à une personne en charge de l'accueil ou une personne de la sécurité de comptabiliser le nombre de visiteurs.

Pour cela il existe des appareils qui permettent de comptabiliser par impulsion.

En fonction de votre lieu d'accueil, vous pouvez être contraint de n'accueillir qu'un nombre maximum de visiteurs en simultané. Aussi pour cela il vous faudra prévoir un système de comptage permettant de savoir combien de personnes vous avez en même temps dans les locaux.

## 2 ACCUEIL DES PARTENAIRES ET PROFESSIONNELS

A l'arrivée des partenaires et professionnels, il est important que les personnes en charge de l'accueil puissent donner les informations sur les espaces ainsi que des informations pratiques :

- Espace détente à disposition
- Vestiaire
- Cocktail en cours ou en fin de manifestation le cas échéant



Certaines personnes en charge de l'accueil peuvent être chargé(e)s d'accompagner les professionnels et partenaires depuis l'entrée jusqu'à l'espace sur lequel ils interviennent et leur donner ces modalités pratiques en chemin.

Il est également important que l'ensemble des partenaires et professionnels ait connaissance de tous les espaces de la manifestation pour optimiser le parcours des visiteurs.

Pour cela, il peut leur être remis le même document (le guide du visiteur, un plan de situation) que celui remis aux visiteurs (synthèse, localisation et objectif des différents espaces). Pour plus d'information sur ce document, se reporter aux éléments mentionnés plus haut.

## Espaces détente

### C'est quoi ?

L'espace détente est un espace à destination des partenaires et professionnels. Cet espace leur offre la possibilité de venir se restaurer et « faire une pause ».

### C'est où ?

L'espace détente doit être situé dans un espace un peu à part mais pas trop éloigné des espaces sur lesquels les partenaires et professionnels seront présents afin de faciliter l'accès. Si une restauration est prévue sur cet espace il faudra également prendre en compte la proximité avec des équipements de restauration (réfrigérateur notamment).

Lors de leur accueil, il sera important d'informer les partenaires et professionnels que cet espace est à leur disposition et leur préciser sa localisation.

### Organisation

Pour l'organisation de l'espace détente il vous faudra déterminer en amont ce que vous souhaitez y faire et à qui vous souhaitez en donner l'accès.

Pour cela il pourra être nécessaire de prévoir des personnes à l'accueil de cet espace pour vérifier les accès et éventuellement remettre des badges aux exposants.

Le minimum est de prévoir un espace sur lequel les partenaires et professionnels peuvent venir faire une pause et boire quelque chose. Les horaires d'ouverture de la manifestation impliquent également de prévoir une restauration (au moins « légère ») pour ces personnes.

Il est entendu que les boissons et la restauration proposées sur l'espace détente sont gratuites en échange de la participation et de la présence des partenaires et professionnels.

Pour la gestion de cet espace, vous pouvez faire appel à un traiteur mais il est également possible de faire appel à un centre de formation qui peut à la fois « produire » et servir.

Si cette option vous intéresse, prenez contact assez tôt avec le/les centre(s) de formation afin qu'ils puissent s'organiser en conséquence et intégrer cette prestation dans le programme pédagogique.

Aussi, la prise en charge de cet espace peut également se faire dans le cadre d'un partenariat négocié.

Ne pas oublier de contacter le service qui gère les marchés à la CCI et/ou celui qui gère la restauration/les cocktails.



Vous pouvez prévoir de faire servir les partenaires et professionnels directement sur les espaces sur lesquels ils seront. En effet, certains d'entre eux seront peut-être très sollicités et n'auront pas toujours la possibilité de s'absenter pour se rendre sur l'espace détente.



Vous pouvez prévoir des pancartes « en pause » à déposer par les exposants sur leur espace lorsqu'ils se rendent sur l'espace détente afin d'indiquer aux visiteurs leur prochain retour.



Pour cet espace, il faut prévoir du mobilier, un éclairage et une décoration propices à la détente.

## FICHE N°5.3

# Espace multimédia/Espace réalité virtuelle

### C'est quoi ?

C'est un espace important de la manifestation qui permet aux jeunes et aux familles d'accéder à un logiciel d'évaluation des centres d'intérêts. C'est une base de réflexion, non une fin en soi. Il est donc proposé aux visiteurs de rencontrer ensuite un conseiller de l'espace conseils individuels afin d'échanger sur les résultats et ainsi approfondir la réflexion.

Les logiciels utilisés peuvent être Inforizon, Diagorienté, Hello Charly.

**Un espace réalité virtuelle** peut aussi être proposé. Le visiteur se trouve immergé dans un métier de son choix, grâce à des casques. Une liste des métiers proposés doit être mise à disposition, ainsi qu'une personne conseil en cas de difficulté technique.

Les vidéos peuvent être produites par la CCI avec à l'appui des entreprises ressortissantes ou louées.

### C'est où ?

Choisir une salle adaptée en fonction du nombre de PC et postes de réalité virtuelle à installer, pensez aux :

- Tables
- Chaises
- Prises électriques
- Imprimantes

La salle des séances est très souvent utilisée dans certaines CCI



Dans ce cas, prévoir une affichette dans la salle permettant d'expliquer aux visiteurs à quoi sert la salle des séances dans une CCI.



Certains logiciels nécessitent des connexions Internet, vérifier que la salle permet de telles connexions et s'assurer que les installations supportent un nombre de connexions important en simultané (optionnel). Veuillez noter que ça n'est pas le cas du logiciel Inforizon.

## Organisation

### 1. En amont

#### Dans le cas de l'utilisation d'Inforizon ou Diagoriente ou Hello Charly

Il est possible pour le visiteur de se positionner avant l'évènement, toutefois prévoir des imprimantes pour qu'il puisse éventuellement imprimer ses résultats.

#### Points clés

- ⇒ Faire un point en amont de la manifestation avec les services informatiques et techniques.
- ⇒ C'est un espace très prisé, le ratio est d'environ 10 postes minimum pour 500 visiteurs (prévoir au minimum 15/20 postes).
- ⇒ Les postes peuvent être pris dans les services + écoles partenaires ... ou loués (solution à éviter car coûteuse + nécessité de passer un marché public).
- ⇒ Penser à l'installation du logiciel sur chaque poste donc anticiper en fonction du nombre + prévoir des antivols si vous utilisez des portables.



Vous pouvez peut-être négocier un prêt de matériel dans le cadre d'un partenariat.

Si possible, prévoir plusieurs chaises sur un même PC car la majorité des visiteurs viennent en famille.

Mettre une ou plusieurs imprimantes à disposition permettant aux visiteurs d'imprimer les résultats + les fiches métiers. Dans ce cas, il faut prévoir qui alimentera en papier ces imprimantes et prévoir un stock de papier dans la salle.



Remettre, si vous le souhaitez, en cadeau aux visiteurs une clé USB leur permettant d'enregistrer les résultats du test et les fiches métiers.

Vérifier ce que le WIFI peut supporter, en fonction des outils utilisés et du débit demandé (ex : site avec visionnage de films demande du débit).

Faire des essais avant le jour J.

### 2. Le soir de la manifestation

Prévoir au moins une personne du service informatique + des personnes pour répondre aux questions des visiteurs, surveiller la salle, gérer l'imprimante... la gestion des impressions génère un ratio d'une personne pour 10/15 postes.



Vous pouvez prévoir un pôle accueil à la sortie de l'espace pour inciter les visiteurs à rencontrer un conseiller avec les résultats de leur test.

## FICHE N°5.4

# Espace conseils individuels orientation/reconversion

### C'est quoi ?

C'est un espace à forte valeur ajoutée et très prisé des visiteurs.

C'est un entretien d'environ 15 à 20 minutes avec conseiller afin de faire le point sur le projet du visiteur (s'il en a un), le guider, l'aider à se poser les bonnes questions, répondre à ses questions.

### C'est où ?

Tout dépend du nombre de conseillers et de la configuration des locaux.

Ils peuvent être dans :

- Des stands
- Les bureaux des collaborateurs de la CCI
- Regroupés dans une même salle autour de mange-debouts ou tables

### Organisation

**Attention !** Comme évoqué en introduction, cet espace est très prisé. Il ne faut donc pas minimiser le nombre de conseillers à mobiliser.

Les conseillers ne sont pas nécessairement des professionnels de l'orientation mais ils doivent avoir l'habitude de mener des entretiens avec des jeunes et bien sûr, se sentir à l'aise pour recevoir les jeunes et les familles qui viennent sur cette manifestation.

Exemple de structures pouvant déléguer des conseillers :

- Ecoles de la CCI ou de partenaires
- CIO/psychologues scolaires
- Génération 15-25
- Cité des métiers
- Mission Locale
- CEP, CIBC
- APEC, France Travail
- ...

## 1. Avant la manifestation

Les réunir afin de leur présenter les objectifs de cet espace (voir modèle de fiche ci-dessous), il peut être intéressant de les faire travailler ensemble sur la fiche entretien.

Les conseillers n'ont souvent pas les mêmes compétences, il peut être intéressant d'élaborer un document listant les domaines sur lesquels ils peuvent répondre.

## 2. Le jour J

Prévoir un accueil spécifique permet de filtrer et analyser les demandes des visiteurs et les orienter sur les conseillers compétents pour leur répondre.



Vous pouvez imprimer une fiche expliquant l'objectif et le fonctionnement de cet espace et qui sera remise aux visiteurs qui patientent dans la file d'attente.

Veiller à ce que les entretiens ne débordent pas en termes de timing.

## Espace Speed dating des métiers/**de l'emploi**

### C'est quoi ?

C'est un espace incontournable d'une Nuit de l'Orientation.

C'est un espace de rencontres entre les professionnels et les visiteurs : des rencontres de 10 à 15 minutes qui doivent permettre à l'interlocuteur :

- ➊ D'échanger avec un professionnel sur la réalité de son métier
- ➋ De rencontrer des entreprises en recherche de profils à recruter

C'est l'un des trois espaces qui génère le plus de visiteurs et qui requiert donc une très grande mobilisation au niveau du staff CCI.

C'est un espace « dynamique », animé, dans lequel il faut créer les conditions du mouvement.

### C'est où ?

Tout dépend du nombre de professionnels mobilisés et de la configuration des locaux.

Dans un lieu suffisamment grand pour pouvoir idéalement organiser les métiers par pôles / secteurs d'activités.

Si possible, choisir un espace qui se prête aux entretiens (utilisation des bureaux dans les CCI) ou une grande salle complètement dédiée et aménagée spécifiquement.

### 2 EN AMONT

#### Choix et mobilisation des professionnels

Lister tout un panel de métiers, le plus large possible, prendre en compte les métiers en tension, les métiers émergents.

Pour faciliter le choix, il est possible de raisonner par grandes familles de métiers, par grands secteurs d'activités et de sélectionner des métiers dans chacun des secteurs. Ex. : médical, enseignement, informatique, métiers transversaux...

L'exhaustivité n'est bien sûr pas possible, l'idéal est toutefois d'avoir une représentation la plus large possible. Ne pas oublier les métiers qui ne sont pas ressortissants d'une CCI, les professions libérales, artistiques, socioculturelles, artisanales...



Qui solliciter pour trouver des professionnels ?

- ✓ Les partenaires,
- ✓ Les réseaux animés par les conseillers CCI : n'oubliez pas vos collègues, conseillers sur le terrain, qui sont en contacts avec les entreprises
- ✓ Les institutionnels
- ✓ Les OPCO et branches
- ✓ Les autres chambres consulaires
- ✓ Les écoles et organismes de formation...

Bien en amont de la manifestation, prendre contact avec les professionnels choisis, via son réseau professionnel ou personnel.

Ne pas hésiter à demander aux professionnels eux-mêmes de mobiliser leur propre réseau.

Favoriser la mixité d'âge et de sexe : un professionnel confirmé et un jeune en formation, sur un même stand.

Proposer aux professionnels :

- ✓ Soit de rester toute la soirée (situation idéale),
- ✓ Soit de se positionner sur un créneau horaire, mais cela implique de trouver un 2<sup>ème</sup>, voire un 3<sup>ème</sup> professionnel du même secteur.



Prévoir un binôme. Cela permet aux professionnels de faire des pauses. C'est également une sécurité en cas de désistement de dernière minute.

**En cas d'affluence**, rappeler aux professionnels qu'ils peuvent échanger avec plusieurs personnes en même temps, les questions des uns pouvant intéresser les autres.

Leur communiquer la date et le lieu de l'événement ainsi que la philosophie de la soirée. Bien leur préciser qu'ils devront s'adresser au public pendant 3, 4 ou 5 heures d'affilée. Leur transmettre la fiche exposant.

Dès réception des fiches exposants, la question des intitulés de métiers sera posée. Au-delà du titre du professionnel, il faut réfléchir avec chacun, à un intitulé qui parle aux visiteurs. **Attention au langage/vocabulaire des adultes, parfois différent de celui des jeunes.**



Ne pas sous-estimer le temps nécessaire pour mobiliser les professionnels.

**La communication sur les professionnels présents**

L'expérience montre qu'identifier rapidement les professionnels présents permet ensuite de communiquer sur leur participation : sites internet, réseaux sociaux, etc.



Dès qu'un professionnel valide sa participation, vous pouvez l'annoncer sur les réseaux sociaux. Faites du buzz !! Valorisez leur présence sur vos supports de com !

**Logistique**

Se renseigner en interne sur la possibilité d'utilisation du mobilier.

**Points clés**

⇒ Bien penser l'aménagement, les conditions du face à face, éviter les stands et privilégier un aménagement avec des tables basses, des mange-debout.



Faire attention au confort des professionnels qui vont rester sur cet espace toute la soirée.

⇒ Si nécessaire, faire appel à un standiste et n'oubliez pas les délais en cas d'éventuel passage par un marché public si la CCI n'a pas déjà un marché public sur ce poste de dépenses.

⇒ Prévoir des chevalets « Pause » lorsque les professionnels s'absentent momentanément. Cela permet de savoir que le professionnel est bien présent et qu'il va revenir. De la même façon, si un professionnel arrive plus tard ou part plus tôt, le signaler sur son stand à l'aide d'un chevalet. Cela évite aux visiteurs une attente inutile.



Eviter au maximum de genre de situations. Cela génère de la frustration.

### Questionnaire de satisfaction

Prévoir un questionnaire de satisfaction spécifique pour les professionnels (exemple proposé en fin de mode d'emploi).

Prévoir un briefing avec les professionnels

#### Points clés

- ➊ Idéalement entre 2/3 semaines et 2 mois avant la manifestation, inviter les professionnels à un briefing pour leur présenter l'événement, le public, la philosophie, les questions qui pourraient être posées, leur donner la liste des autres métiers présents ou envisagés, etc.
- ➋ Les inviter à venir 30 à 45 minutes avant le début de la Nuit, pour leur faire visiter les lieux, leur expliquer qu'ils seront amenés à renvoyer les visiteurs vers d'autres stands (ex : le boulanger pourra renvoyer vers le conseiller d'orientation pour que le jeune sache où il peut préparer son diplôme de boulangerie) ;



Entretenir la convivialité entre les exposants, créer des petites attentions : goodies sur les tables, café/viennoiserie pendant la soirée.

#### Points clés

Lors du briefing s'il a lieu avant la manifestation (ou s'il n'a pas lieu, le mentionner dans la fiche exposant), préciser les éléments suivants concernant :

- ➊ L'aménagement de la salle – Préciser qu'il n'est pas utile de venir avec des kakémonos ;
- ➋ L'utilisation du PC. A éviter si possible. A contrario, si cette option est prévue par la CCI, mettre en garde les professionnels sur les aspects liés à la relation qui pourrait être coupée/interrompue par une démonstration sur un PC et sur le problème de la gestion du temps (10'-15') ;
- ➌ L'accès à Internet : préciser qu'il est forcément limité (dû au nombre conséquent de connexions) et conditionné à l'utilisation d'ordinateurs ;
- ➍ Les règles d'engagement et de participation à la Nuit : bien préciser que l'engagement est pris jusqu'à la fin de la manifestation (afin d'éviter des départs de professionnels avant l'heure de fin de la manifestation).



Prévoir qu'un faible pourcentage de professionnels annulera sa participation. Penser à des solutions de réaménagement ou à des professionnels « jokers » ou à des binômes.



Les inciter à venir avec un objet qui représente leur métier (quand cela est logistiquement possible !!!)

## ② PENDANT LA MANIFESTATION

### Accueil des professionnels

Prévoir un accueil personnalisé pour les exposants. Il est important que chaque professionnel connaisse l'ensemble des espaces prévus au cours de la Nuit.

Leur remettre un badge avec leur nom et leur fonction ainsi que le brief.

### Animation de l'espace

Prévoir une borne d'accueil à l'entrée de cet espace pour guider les visiteurs en fonction de leurs centres d'intérêts : temps d'attente estimé, etc.

Certains professionnels sont moins sollicités. Dans ce cas, il faut rendre les visiteurs plus curieux en les incitant à découvrir ces métiers « méconnus ». Prévoir des personnes de l'assistance qui iront au-devant des visiteurs.

Penser à faire remplir les questionnaires de satisfaction avant le départ des professionnels.



**Ne pas sous-estimer les besoins en personnel pour l'accueil et l'animation de cet espace**

## ② EN AVAL

Envoyer un courrier de remerciement aux professionnels, signé du Président si possible, accompagné du bilan de la manifestation, la revue de presse, etc.

**Un professionnel comblé est un professionnel fidélisé !**

## Espace professionnel et d'information

### C'est quoi ?

C'est un espace permettant aux visiteurs de trouver :

- des informations globales sur les filières, les métiers, les formations, le processus de reconversion
- les lieux ressources, les structures qui pourront les informer, les accompagner à l'issue de la manifestation.

Il est complémentaire au Speed-dating.

### C'est où ?

Dans un lieu suffisamment grand pour pouvoir installer des stands ou simplement des tables et des chaises.

### Organisation

#### 1 EN AMONT

##### ⇒ Choix des secteurs professionnels

Lister les secteurs d'activité à représenter, en prenant, soit des secteurs non représentés dans le Speed-dating et/ou des secteurs en partie identiques car cela permet aux visiteurs d'avoir une vision globale du secteur puis de rencontrer un professionnel en face à face sur le Speed dating.

Privilégier les contacts avec les OPCO et les branches professionnels.

Si certaines ne souhaitent pas ou ne peuvent pas participer, contacter [en dernier recours](#) un organisme de formation.



Dans ce cas, préciser bien les objectifs de l'espace. Il ne s'agit pas d'exposer l'offre de formation mais de parler métiers, filières... Il est possible également faire venir une entreprise représentative du secteur.

Concernant les espaces d'information, le but est de permettre aux visiteurs d'identifier les lieux ressource qui pourront les accueillir à l'issu de la manifestation.

- CIO
- OPCO et branches professionnelles
- Cité des métiers
- Mission Locale
- Travailler/Etudier à l'étranger, ...

Prévoir également des stands pouvant être animés par la CCI : information alternance, création d'entreprises...

### ⌚ **La communication sur les professionnels présents**

L'expérience montre qu'identifier rapidement les professionnels présents permet ensuite de communiquer sur leur participation : sites internet, réseaux sociaux...

Il n'est pas toujours aisé pour les visiteurs mais également pour les organisateurs, de connaître tous les métiers que couvre un secteur d'activité ex : agriculture... quels métiers ? Quels diplômes ?

L'idéal est donc de demander à chaque exposant d'en faire la liste afin :

- De les mettre en ligne sur le site de la CCI – Utiliser les pages de [cci.fr : https://www.cci.fr/ressources/formation/orientation-professionnelle/les-metiers-par-secteur](https://www.cci.fr/ressources/formation/orientation-professionnelle/les-metiers-par-secteur)
- De les mettre à disposition des visiteurs qui pourront les consulter (dans des lutins) - privilégier une entrée par ordre alphabétique ex : vétérinaire = stand agriculture.
- Sur le site Internet il est également possible, à côté de la liste des stands de faire figurer les sites métiers que vous retrouverez en fin de ce mode d'emploi.

### ⌚ **Logistique**

Se renseigner en interne sur les possibilités d'utilisation du mobilier.

Si nécessaire, faire appel à un standiste (à prévoir dans le budget).

Penser à la signalétique, afficher le nom de secteur d'activité, veillez à ce qu'il soit facilement compréhensible par les visiteurs. **Il est prévu sur la fiche signalétique, un code couleur spécifique aux espaces dédiés à la reconversion et recherche d'emploi.**

### ⌚ **Questionnaire de satisfaction**

Prévoir un questionnaire de satisfaction pour les professionnels.

## ⌚ Le briefing avec les professionnels/Exposants

Prévoir un briefing avec les professionnels.

### Points clés

- ⌚ Idéalement entre 2/3 semaines et 2 mois avant la manifestation, inviter les professionnels à un briefing pour leur présenter l'événement, le public, la philosophie, les questions qui pourraient être posées, leur donner la liste des autres métiers présents ou envisagés, etc.
- ⌚ Les inviter à venir 30 à 45 minutes avant le début de la Nuit, pour leur faire visiter les lieux, leur communiquer les messages à faire passer aux jeunes, leur expliquer qu'ils seront amenés à renvoyer les visiteurs vers d'autres stands (ex : le boulanger pourra renvoyer vers le conseiller d'orientation pour que le jeune sache où il peut préparer son diplôme de boulangerie)

Entretenir la convivialité entre les exposants, créer des petites attentions : goodies sur les tables, café/viennoiserie pendant la soirée.

### Points clés

Lors du briefing s'il a lieu avant la manifestation (ou s'il n'a pas lieu, le mentionner dans la fiche exposant), préciser les éléments suivants concernant :

- ⌚ L'aménagement de la salle – Préciser qu'il n'est pas utile, voire interdit, de venir avec des kakémonos
- ⌚ L'utilisation du PC. A éviter si possible. A contrario, si cette option est prévue par la CCI, mettre en garde les professionnels sur les aspects liés à la relation qui pourrait être coupée/interrompue par une démonstration sur un PC et sur le problème de la gestion du temps (10'-15')
- ⌚ L'accès à Internet : préciser qu'il est forcément limité (dû au nombre conséquent de connexions) et conditionné à l'utilisation de PC (cf. supra)
- ⌚ Le fait qu'aucun affichage de nom d'entreprise n'est permis
- ⌚ L'intitulé de leur stand
- ⌚ Les règles d'engagement et de participation à la Nuit : bien préciser que l'engagement est pris jusqu'à la fin de la manifestation (afin d'éviter des départs de professionnels avant l'heure de fin de la manifestation).



Prévoir qu'un faible pourcentage de professionnels annulera sa participation. Penser à des solutions de réaménagement ou à des professionnels « jokers » ou à des binômes.

## 2 PENDANT LA MANIFESTATION

### → Accueil des professionnels

Prévoir un accueil personnalisé pour les exposants, il est important que chaque professionnel connaisse l'ensemble des pôles : les conseillers d'orientations, le logiciel d'intérêt, etc. Leur remettre un badge avec leur nom et leur fonction ainsi que le brief.

### → Animation

Prévoir une borne d'accueil à l'entrée de cet espace pour guider les visiteurs en fonction de leurs centres d'intérêts : temps d'attente estimé, etc. Pensez à faire remplir les questionnaires de satisfaction avant le départ des professionnels.



**Ne pas sous-estimer les besoins en personnel pour l'accueil et l'animation de cet espace.**

## 3 EN AVAL

Envoyez un courrier de remerciement aux professionnels, signé du Président, si possible, avec le bilan de la manifestation, la revue de presse, etc.

**Un professionnel/exposant comblé est un professionnel fidélisé !**

## Ateliers thématiques

### C'est quoi ?

Ce sont des moments dynamiques dédiés à l'échange et aux débats sur différentes thématiques entre les professionnels et les jeunes avec leur famille.

Ces ateliers sont d'une durée relativement courte, maximum ½ heure.

Il peut y avoir différentes formes d'ateliers :

- ⇒ Des **ateliers flash**. Un ou deux atelier(s) par heure maximum.
  - Présentation d'un thème avec ou sans PowerPoint puis échanges questions/réponses ou
  - Débat sur un thème avec échanges questions/réponses sur un thème
  
- ⇒ Des **ateliers coaching jeunes et adultes en reconversion**  
Ces ateliers peuvent avoir lieu plusieurs fois au cours de la soirée.
  - Conseils pour se présenter en entretien professionnel : échanges et jeux de rôles et/ou
  - Conseils CV et lettre de motivation



Prévoir des ateliers coaching pour les parents !

### C'est où ?

Il s'agit de réserver plusieurs salles afin que les intervenants puissent échanger tranquillement dans un endroit calme avec les visiteurs.

Les salles doivent être facile d'accès et se prêter à ce type d'échanges.

### Organisation

- ⇒ Prévoir un ou deux intervenants par atelier : mixer les intervenants (partenaires, professionnels, conseillers d'orientation, institutionnels, branches, autres chambres consulaires, organismes de formation...).

Il est souvent préférable de prévoir deux intervenants.

Demander aux intervenants leur besoin particulier en amont du Jour J afin de ne pas avoir à gérer des demandes de dernières minutes.

⇒ **Prévoir une annonce micro ou sur écran géant pour informer du début de chaque atelier.**

Prévoir une personne responsable de la gestion de la salle :

- Préparation de la salle : mise en place des chaises et des tables, lumière, eau pour les intervenants, vérification des micros et son si besoin, mise en place de la présentation PowerPoint si besoin.
- Prévenir les intervenants de l'heure de leur intervention et se charger d'assurer leur présence à l'heure.
- Comptage du nombre de participants.
- Ecoute des remarques des participants et des intervenants pour assurer des remontées d'informations.
- Prendre des photos.

Si besoin d'une présentation PowerPoint :

- Prévoir un ordinateur portable.
- Récupérer la présentation en amont du jour J. En effet, il se peut que certaines versions de PowerPoint ne soient pas compatibles avec la vôtre si vous utilisez vos propres ordinateurs.
- Prévoir un vidéoprojecteur et un écran.
- Prévoir un câble antivol pour l'ordinateur.

⇒ **Prévoir une signalétique précise des salles dédiées aux ateliers pour éviter aux visiteurs de se perdre et d'arriver en retard aux ateliers.**

En fonction du type d'organisation que vous aurez mis en place, décider s'il est possible de laisser entrer les visiteurs en cours d'atelier.

⇒ **Prévoir très en amont la liste des ateliers, les intitulés exacts et les noms des intervenants** afin de pouvoir les inscrire sur les supports à imprimer : flyers, affiches, carnet de route, etc.

Un intitulé ne pourra pas être décidé à la dernière minute car vous devrez prévoir l'impression de vos documents plusieurs semaines à l'avance.

⇒ **Prévoir une partie du questionnaire de satisfaction dédiée à la qualité de ces ateliers.**

## Tables rondes / Conférences

### Organisation

Ce n'est pas un espace obligatoire car il est parfois difficile à remplir. Il faut donc être vigilant sur le choix des thèmes. Il est recommandé de plutôt traiter de grandes questions pouvant intéresser un large public et d'éviter des thèmes « institutionnels » qui n'intéresseront qu'un nombre restreint de visiteurs.

Il faut apporter des informations pratiques. La table-ronde ne doit pas se résumer à un débat théorique sur une question de fond. Exemples de thèmes qui marchent : Comment s'orienter quand on ne sait pas quoi faire ? Orientation et adolescence, quels métiers pour demain ?

Pour la reconversion : quels leviers financiers pour aborder son projet de reconversion ? Reconversion : et si je créais mon entreprise ?

C'est plus un espace fréquenté par les parents. Très souvent, les jeunes y participent parce que les parents en ont fait le choix d'où l'importance de centrer les propos sur des sujets qui peuvent les intéresser.

Il est important de donner une information sur les conférences dès l'accueil. Demander aux hôtesses d'inciter les visiteurs à y participer. Prévoir des annonces micro.

Prévoir éventuellement un accueil.

**Attention** à l'aménagement de la salle surtout si elle n'est pas complètement remplie, les personnes se mettent naturellement près de la sortie, prévoir un collaborateur dans la salle.

**Attention** aux horaires car les visiteurs restent entre 1 et 2 heures sur la manifestation et s'il y a des files d'attente sur certains espaces, ils ne les quitteront pas pour y assister.



Démarrer la table-ronde / conférence une ½ heure après l'ouverture, cela permet de diriger les visiteurs vers cette espace.

Durée recommandée de la table-ronde/conférence, 45 minutes, maxi 1 heure avec les questions.

Les horaires et thèmes doivent figurer sur les flyers ou sur le site Internet.

### Intervenants / Animateurs

Le choix des intervenants est déterminant :

- Spécialiste du thème
- Bon orateur

- Parlant avec des mots simples
- Connaissant les préoccupations des visiteurs

Pour le public jeune, intervenants peuvent être :

- Un pédopsychiatre, psychiatre, psychologue, pédiatre
- Un jeune
- Un parent ou représentant de parents d'élèves
- Un représentant de l'Education nationale / CIO
- Un représentant d'entreprise (CCI, OPCO, branche pro, Medef, club d'entreprises, AJE...)
- Un représentant d'une ou plusieurs écoles de la CCI

Pour le public adulte en reconversion, les intervenants peuvent être :

- Un panel de représentant représentatif des acteurs de l'emploi : conseiller France Travail ou APEC, Mission locale,
- Un conseiller CEP, Bilan de compétences, Transition pro,
- Un témoin qui a réussi sa reconversion ou qui a créé son entreprise,
- Une entreprise qui a déployé Transco ou la ProA,
- Un témoin qui a bénéficié d'une Préparation Opérationnelle à l'emploi
- Un demandeur d'emploi qui a bénéficié d'une immersion professionnelle l'ayant aidé à définir sa nouvelle orientation professionnelle
- etc.



Certains intervenants demandent à être rémunérés ou indemnisés (ex. les pédopsychiatres, pédiatre...).

Il faut également choisir un animateur.

Passer par un professionnel a un coût. Si votre budget est limité, voir parmi les collègues ou partenaires qui pourrait l'animer. Trouver un bon animateur accessible convivial et connaissant les préoccupations des visiteurs.

Il faut les rencontrer en amont afin d'échanger avec eux sur le sens et les messages que vous souhaitez délivrer.

## Animation et décoration

### C'est quoi ?

Dans le concept des [Nuits de l'orientation](#), le contexte festif et zen est incontournable et peut être décliné au niveau de l'animation et de la décoration.

### C'est où ?

Par définition, la décoration se retrouvera sur l'ensemble de la manifestation même si certains espaces peuvent être plus ciblés que d'autres.

L'animation, en fonction du concept retenu, pourra être localisée à un endroit particulier ou être itinérante.

### Organisation

La liste des animations pouvant contribuer à rendre l'événement festif est très large. Toutes les pistes sont envisageables et sont laissées à l'imagination des CCI.

Le concept de « festif » doit être envisagé à géométrie variable. Il est à affiner par chaque CCI en fonction du message qu'elle souhaite faire passer et du budget qu'elle peut y consacrer. L'idée de base étant de créer une ambiance d'orientation sans stress dans un esprit « cool et zen ».

En fonction du concept retenu par la CCI, il conviendra d'en évaluer le coût et d'examiner la faisabilité (aménagement locaux, logistique etc.).



**Idée :** La notion d'animation peut se retrouver dans l'aménagement des espaces, la décoration des lieux, le choix du mobilier. Par exemple : un éclairage de couleur, la présence de plantes dans les différentes espaces et la diffusion d'une musique « sons de la nature » ...



Comme animation, il peut également être envisagé de proposer un espace détente aux visiteurs leur permettant ainsi de « faire une pause » dans leur parcours et de bénéficier d'une restauration légère.

Il est aussi possible de leur proposer une expérience immersive en 5D. Cela contribue également à l'esprit convivial et décontracté de la manifestation.

Généralement les boissons et restauration proposées sur cet espace sont gratuites. Si vous souhaitez les rendre payantes, prenez les dispositions réglementaires nécessaires.

Cette prestation peut également être prise en charge dans le cadre d'un partenariat négocié.

Si vous mettez en place un espace détente pour les visiteurs, il faudra veiller à son aménagement et sa décoration. Attention s'il y a trop de chaises ou de fauteuils le public restera plus longtemps et cela nuira à la circulation sur cet espace. Vous pouvez donc privilégier le mobilier type « mange-debout ».

Les animations sur les Nuits de l'orientation peuvent être de 2 types :

- Animation « intégrée » au concept d'orientation ex : quizz orientation, relooking etc.
- Animations autres : type concert de clôture de la manifestation



Quelques idées d'animations (liste non exhaustive)

- ⌚ Intervention d'une ligue d'improvisation, de clowns... (en un endroit donné ou itinérant sur la manifestation)
- ⌚ Expérience immersive 5D
- ⌚ Atelier DJ
- ⌚ Diffusion de musique
- ⌚ Quizz musical
- ⌚ Des jeux avec des lots à gagner
- ⌚ Un concert
- ⌚ Ateliers relooking ou coaching
- ⌚ Bar à smoothies, bar à bonbons
- ⌚ Restaurations diverses (crêpes, cocktails...)
- ⌚ Démonstration de Thaï Chi et de danse
- ⌚ Escape Game
- ⌚ Etc.

Des partenaires peuvent vous proposer des animations « clés en main » (prestation gratuite ou payante).

Cette prestation peut également être prise en charge dans le cadre d'un partenariat négocié.



Si vous décidez de diffuser de la musique dans la manifestation :

- ⌚ Vérifier les possibilités acoustiques des salles
- ⌚ Se rapprocher de la SACEM afin de connaître les démarches à effectuer (peu onéreux)
- ⌚ Faire des tests pour le volume de la musique. Elle peut être couverte par le « bruit de fond » de la manifestation. Si elle est trop forte, elle peut gêner les échanges entre visiteurs et professionnels.
- ⌚ Faire le choix de la musique à la fois en fonction de la cible de la manifestation mais également du contexte. Attention à une perte de la crédibilité de la manifestation.

Pour l'aménagement des différents espaces, certaines CCI font appel à un standiste. Pour cela, il faut engager des démarches de consultation ou de marché public. Prenez en compte ces délais dans votre retro planning !

Ces professionnels pourront bien entendu vous conseiller sur l'aménagement des espaces. Déterminez avec eux le mobilier et « l'ambiance » que vous souhaitez donner à votre manifestation. Vous pouvez faire appel à eux ou d'autres professionnels pour la partie décoration



Ne pas hésiter à faire appel à des centres de formation pour travailler sur la décoration de la manifestation (lycée horticole, formation fleuristerie, décoration etc.) et l'animation (section cinéma par exemple). Cette solution permet à la fois de valoriser la formation des étudiants, de leur proposer un projet pédagogique et d'avoir une prestation à un coût plus réduit.



Quel que soit le choix effectué en matière d'aménagement et de décoration, ne pas oublier de respecter les règles de sécurité du bâtiment accueillant la manifestation.

## Signalétique et habillage des espaces

### C'est où ?

Le kit communication de la signalétique comporte :

- Un fichier Power Point pour imprimer et personnaliser le fléchage des ateliers.
- Un fichier du kakémono en Indesign.

### Organisation

Code couleur :

- Le bleu est la couleur principale de l'événement
- Le violet n'est à utiliser que pour le thème de la reconversion

### Exemples de signalétique et habillage





# Accueil des adultes demandeurs d'emploi et/ou en reconversion

## C'est quoi ?

Parce qu'aujourd'hui, il faut faire des choix tout au long de sa vie professionnelle, La **Nuit de l'orientation** destinée à l'origine aux jeunes, s'ouvre aux adultes demandeurs d'emploi et/ou en reconversion.

De nouveaux acteurs sont invités afin d'accompagner cette nouvelle cible à construire l'amorce d'un parcours de reconversion ou d'emploi.

Ainsi, il est indispensable des **convier les acteurs tels que** :

- ⌚ France Travail
- ⌚ APEC
- ⌚ Acteurs du conseil en évolution professionnelle
- ⌚ Bilan de compétences
- ⌚ Transition Pro
- ⌚ Le département
- ⌚ La Mission locale
- ⌚ Les associations d'aide aux demandeurs d'emploi ([SNC](#), [Vise emploi](#), ...)

Prévoir de mobiliser les entreprises qui rencontrent des difficultés de sourcing, envisager des locations de stands pour ces entreprises.

C'est également l'occasion de mettre en lumière **la création et la reprise d'entreprise** accessible aux demandeurs d'emploi et aux personnes ayant un projet de reconversion.

## Communication

Une communication spécifique, est à déployer sur les messages de type :

- Les premières étapes de la reconversion
- Les voies et dispositifs de reconversions : Pro-A, Transco, CPF, CPF de transition...
- En un évènement, rencontrez les accompagnateurs de la reconversion
- Venez rencontrer les entreprises qui recrutent
- Tout savoir sur la création ou la reprise d'entreprise !
- Trouvez votre idée de création d'entreprise
- Vous avez un projet de reconversion ? Venez bénéficier d'un accompagnement individualisé



Quelques supports (quizz, vidéos, documents) sur la création et la reprise d'entreprise de publics demandeurs d'emploi ou en reconversion sont disponibles sur ces liens.

- ⇒ [Testez-vous avant d'entreprendre](#)
- ⇒ [Testez votre détermination à entreprendre](#)
- ⇒ [Testez vos aptitudes](#)
- ⇒ [Préparer votre création d'entreprise](#)
- ⇒ [La recette d'une création d'entreprise réussie](#)
- ⇒ [Vidéos de témoignages sur la reprise d'entreprise](#)

## C'est où ?

Les espaces de l'évènement pourront être communs sur un certain nombre de thématiques de type découverte des métiers, mais il faudra prévoir **un espace dédié avec une signalétique adaptée** de type « Espace reconversion », « Espace Emploi »

Prévoir un parcours identifié (code couleur signalétique), avec un plan spécifique de l'implantation des salles et des stands.

## Organisation

Si la configuration des locaux le permet, prévoir un accueil dédié aux personnes en reconversion ou en recherche d'emploi, afin de leur remettre le plan du parcours dédié aux visiteurs en reconversion/recherche d'emploi.



Proposer une prise de rendez-vous individualisé à l'arrivée du visiteur (Les prises de rendez-vous en amont de l'évènement risquent de provoquer des annulations avec des blocages de plage-horaires inutiles). En attendant le rendez-vous, lui proposer le parcours qui va lui permettre de découvrir les métiers qui recrutent, les ateliers conseils, les job dating, ...



### Quelques idées de stands dans l'espace reconversion / recrutement

- ⇒ Pôle conseil : 1<sup>er</sup> accueil pour définir le besoin et orienter vers le bon stand
- ⇒ Stand – Les entreprises qui recrutent
- ⇒ Stand – Conseil en évolution professionnelle (APEC, France Travail, ...)
- ⇒ Stand – Bilan de compétences - VAE
- ⇒ Stand – Accompagnement à la création de son CPF
- ⇒ Stand – Entreprendre (animé par la CCI !)
- ⇒ Etc.



### Quelques idées d'ateliers thématiques dans l'espace reconversion / recrutement

- ⇒ Refaire son CV
- ⇒ Se former
- ⇒ Se faire conseiller sur le parcours en reconversion
- ⇒ Diagorienté (jeunes et adultes)
- ⇒ Etc.



Créer un "mur" d'offres basé sur des softskills pour favoriser les mises en relation : offres entreprises / capacité du candidat

#### Points clés

- ⇒ Proposer des témoignages de personnes ayant réussi leur reconversion
- ⇒ Proposer des témoignages d'entreprises ayant accueilli des personnes en reconversion
- ⇒ Proposer des témoignages d'entreprises qui recrutent sans CV
- ⇒ Proposer un espace de job dating auprès des entreprises qui ont des offres d'emploi

## Annexe 1 – Contacts organisateurs des nuits de l'orientation – Saison 2024

Région	CCI	Référent Nuits de l'orientation	Adresse mail	Téléphone
Auvergne Rhône-Alpes	LYON METROPOLE ST ETIENNE ROANNE	Jérémie GONZALEZ	j.gonzalez@lyon-metropole.cci.fr	04 72 40 59 37
	AIN	Sandrine PAGNEUX Sandrine LATOURRE	s.pagneux@ain.cci.fr; s.latourre@ain.cci.fr	04 74 14 19 26 04 74 14 19 14
	ALLIER	Nathalie BOURIN-DELAIRE	n.bourin-delaire@allier.cci.fr	04 70 02 50 51
	ARDECHE	Claude VEYRENCHÉ	claude.veyrenche@ardeche.cci.fr	04 75 36 16 56
	DROME	Thierry SANCHEZ - Laurence GUILAUD	l.guillaud@drome.cci.fr; t.sanchez@drome.cci.fr	04 75 75 70 13 04 75 75 70 18
	ALLIER	Nathalie BOURIN-DELAIRE	n.bourin-delaire@allier.cci.fr	04 70 02 50 51
	NORD ISERE	Julien Monmirel	j.monmirel@nord-isere.cci.fr	04 74 95 71 73
	GRENOBLE	Florence Nicoud Artaud	florence.nicoud-artaud@grenoble.cci.fr	04 76 28 29 50
	HAUTE LOIRE	Pauline GOURGEON	p.gourgeon@hauteloire.cci.fr	04 71 09 90 06
	SAVOIE	Catherine MONIOT	C.Moniot@savoie.cci.fr	04 79 75 57 78
	PUY DE DOME	Julie CARDOSO	julie.cardoso@puy-de-dome.cci.fr	04 73 43 43 68
Bourgogne	COTE D'OR - SAONE ET LOIRE	Apolline GATTI	a.gatti@mdb.cci.fr	06 42 19 91 94
Franche-Comté	YONNE	Hervé AUBERGER	h.auberger@yonne.cci.fr	06 89 74 96 67
Bretagne	CCI ILLE ET VILAINE	Nadia MERIL	<a href="mailto:nmeril@fac-metiers.fr">nmeril@fac-metiers.fr</a>	06 79 86 59 51
	CCI COTES D'ARMOR	GUENEGOU Lise	<a href="mailto:lise.guenegou@cotesdarmor.cci.fr">lise.guenegou@cotesdarmor.cci.fr</a>	02 96 78 62 25 07 62 14 18 49
	CCI METROPOLITAINE BRETAGNE OUEST	Anita LOURY	<a href="mailto:anita.loury@ifac-brest.fr">anita.loury@ifac-brest.fr</a>	02 29 00 60 35 06 72 07 33 70

Centre Val-de-Loire	CCI DU CHER	Laure TINOCO	<a href="mailto:LAURA.TINOCO@CHER.CCI.FR">LAURA.TINOCO@CHER.CCI.FR</a>	06 63 34 59 71 02 48 67 80 92
	CCI EURE ET LOIR	Anaïs HERVE	<a href="mailto:anais.herve@cci28.fr">anais.herve@cci28.fr</a>	06 75 85 32 83 02 37 84 28 28
	CCI INDRE	Adélia COSTA	<a href="mailto:adelia.costa@indre.cci.fr">adelia.costa@indre.cci.fr</a>	02 54 53 52 17
	CCI TOURAINE	Antoine HEBERT	<a href="mailto:antoine.hebert@touraine.cci.fr">antoine.hebert@touraine.cci.fr</a>	06 80 24 73 13
	CCI LOIR ET CHER	Caroline BOUCHER	<a href="mailto:caroline.boucher@loir-et-cher.cci.fr">caroline.boucher@loir-et-cher.cci.fr</a>	02 54 44 64 71 07 64 87 32 72
	CCI LOIRET	Sarah MAURY	<a href="mailto:sarah.maury@loiret.cci.fr">sarah.maury@loiret.cci.fr</a>	02 38 77 77 13
Corse	Bastia	Nicole SPINOSI	n.spinosi@ccihc.fr	07 88 04 92 02 04 95 54 44 36
	Ajaccio	GUEHL CONDELLO Montagna	mguehl@sudcorse.cci.fr	06 26 95 08 63 04 95 20 10 46
Grand Est	ALSACE EUROMETROPOLE	Sabine STENZEL	s.stenzel@alsace.cci.fr	06 91 25 51 38 06 59 34 64 60
	VOSGES	Céline POIROT	ce.poirot@vosges.cci.fr	03 29 35 79 00
	MARNE ARDENNES	Christelle LABESTE	c.labeste@marneardennes.cci.fr	06 49 23 02 57
	GRAND NANCY	Géraldine HUMBERT	directionformation@eesc.fr	03 83 95 36 00
	MOSELLE	Amélie LAMAZE  Anne DOUR	<a href="mailto:am.lamaze@moselle.cci.fr">am.lamaze@moselle.cci.fr</a> <a href="mailto:a.dour@moselle.cci.fr">a.dour@moselle.cci.fr</a>	06 60 16 34 22
Hauts-de-France	CCI Grand Hainaut	Nathalie DELELIS	<a href="mailto:n.delelis@hautsdefrance.cci.fr">n.delelis@hautsdefrance.cci.fr</a>	07 86 60 31 71
	CCI Aisne	Cléo NOTTA	<a href="mailto:c.notta@aisne.cci.fr">c.notta@aisne.cci.fr</a>	07 89 22 35 49
	CCI Oise	Véronique DOLLET	<a href="mailto:Veronique.DOLLET@cci-oise.fr">Veronique.DOLLET@cci-oise.fr</a>	06 08 50 42 93
	CCI Amiens-Picardie	Simon AYMERIC	<a href="mailto:aymeric.simon@amiens-picardie.cci.fr">aymeric.simon@amiens-picardie.cci.fr</a>	03 22 82 22 25
	CCI Artois	Jennifer PAPET	<a href="mailto:j.papet@artois.cci.fr">j.papet@artois.cci.fr</a>	03 21 23 84 94
	CCI Littoral Hauts de France	Rémy SKORA	<a href="mailto:r.skora@littoralhautsdefrance.cci.fr">r.skora@littoralhautsdefrance.cci.fr</a>	03 28 22 70 27

Ile-de-France	CCI Paris Île-de-France	Philippe REGIMBART	pregimbart@cci-paris-idf.fr	07 62 62 49 46
	CCI Seine-et-Marne	Anaïs MOREAU	<a href="mailto:anais.moreau@seineetmarne.cci.fr">anais.moreau@seineetmarne.cci.fr</a>	06 89 13 43 06
	CCI Yvelines	Cécile BLANCHET-PANZERA	cblanchetpanzera@cci-paris-idf.fr	07 88 61 55 71
	CCI Seine-Saint-Denis	Louis-Baptiste GUÉRIN	lbguerin@cci-paris-idf.fr	06 59 73 99 87
Normandie	CCI Ouest Normandie	Franck HELIX	<a href="mailto:franck.helix@normandie.cci.fr">franck.helix@normandie.cci.fr</a>	02 33 64 68 10
	CCI Rouen Métropole	Coralie ROUTIER	<a href="mailto:coralie.routier@ifa-rouen.fr">coralie.routier@ifa-rouen.fr</a>	02 35 52 85 11
	CCI Portes de Normandie	Sophie LECLERC-VOIDIE	<a href="mailto:sophie.leclerc@escci.fr">sophie.leclerc@escci.fr</a>	06 37 66 42 23
Nouvelle-Aquitaine	Pau Béarn	Sandrine LAFARGUE	<a href="mailto:s-lafargue@pau.cci.fr">s-lafargue@pau.cci.fr</a>	05 59 82 51 09 / 07 61 12 34 37
	Pays Basque - Bayonne	Laure SALLEFRANQUE	<a href="mailto:l.sallefranque@bayonne.cci.fr">l.sallefranque@bayonne.cci.fr</a>	05 59 46 59 62
	Deux-Sèvres	Corinne DENIT	<a href="mailto:c.denit@cci79.com">c.denit@cci79.com</a>	06 12 32 40 39
	Vienne - Poitiers	Honorine ROULEAU	<a href="mailto:hrouleau@campus120.cci.fr">hrouleau@campus120.cci.fr</a>	05 49 37 44 50 - 06 82 35 76 04
	Charente-Angoulême	Flavien DELÂGE	<a href="mailto:flavien.delage@ccicharente-formation.fr">flavien.delage@ccicharente-formation.fr</a>	
		Virginie LICATA	<a href="mailto:vlicata@charente.cci.fr">vlicata@charente.cci.fr</a>	06 65 82 46 37
		Jean-François VIGNAUD	<a href="mailto:jfvignaud@charente.cci.fr">jfvignaud@charente.cci.fr</a>	07 61 16 25 13
	Charente-Maritime Rochefort		<a href="mailto:s.bonneau@charente-maritime.cci.fr">s.bonneau@charente-maritime.cci.fr</a>	06 85 82 82 72
	Haute-Vienne Limoges	Aurélie JAUFFRE	<a href="mailto:aurelie.jauffre@limoges.cci.fr">aurelie.jauffre@limoges.cci.fr</a>	07 61 94 53 99
	Dordogne	Cathy RANOUX	<a href="mailto:c.ranoux@ecoles.dordogne.cci.fr">c.ranoux@ecoles.dordogne.cci.fr</a>	06 24 96 41 53
	Creuse	Véronique LANGLOIS	<a href="mailto:vlanglois@creuse.cci.fr">vlanglois@creuse.cci.fr</a>	06 85 52 10 73
	Corrèze	Sylvie BOUSQUET	<a href="mailto:sbousquet@correze.cci.fr">sbousquet@correze.cci.fr</a>	07 86 90 24 50
	Landes	Sophie GRENIER	<a href="mailto:sophie.grenier@landes.cci.fr">sophie.grenier@landes.cci.fr</a>	05 58 05 44 54 - 06 07 32 41 91
	Charente-Maritime Jonzac	Stéphane BONNEAU	<a href="mailto:s.bonneau@charente-maritime.cci.fr">s.bonneau@charente-maritime.cci.fr</a>	06 85 82 82 72
	Lot-et-Garonne	Alexia BRONDEAU (de)	<a href="mailto:a.debrondeau@lot-et-garonne.cci.fr">a.debrondeau@lot-et-garonne.cci.fr</a>	
		Pauline CASTEX	<a href="mailto:p.castex@lot-et-garonne.cci.fr">p.castex@lot-et-garonne.cci.fr</a>	06 18 73 02 20

Occitanie	Ariège	Florence CANAL	<a href="mailto:f.canal@ariege.cci.fr">f.canal@ariege.cci.fr</a>	06 65 81 29 07
	Aveyron	Emmanuelle VIDAL LACOMBE	<a href="mailto:e.vidal@aveyron.cci.fr">e.vidal@aveyron.cci.fr</a>	05 65 77 77 75
	Gers	Sarah MATHIEU	<a href="mailto:s.mathieu@gers.cci.fr">s.mathieu@gers.cci.fr</a>	05 62 61 62 17
	Hérault	Delphine VIGNEAU AZNAR	<a href="mailto:d.vigneau@herault.cci.fr">d.vigneau@herault.cci.fr</a>	07 64 43 39 93
		Ingrid PEREZ	<a href="mailto:i.perez@herault.cci.fr">i.perez@herault.cci.fr</a>	06 17 90 02 17
	Lot	Brenda DUPIAS	<a href="mailto:brenda.dupias@lot.cci.fr">brenda.dupias@lot.cci.fr</a>	
		Séverine CREUX	<a href="mailto:severine.creux@lot.cci.fr">severine.creux@lot.cci.fr</a>	05 65 20 35 14
		Sandrine MOULENE	<a href="mailto:sandrine.moulene@lot.cci.fr">sandrine.moulene@lot.cci.fr</a>	
	Lozère	Rachelle FLEURY	<a href="mailto:r.fleury@lozere.cci.fr">r.fleury@lozere.cci.fr</a>	07 64 20 48 22
		Violaine BOUCHER	<a href="mailto:v.boucher@lozere.cci.fr">v.boucher@lozere.cci.fr</a>	06 48 69 94 80
Pays de la Loire	Tarn	Cyril COUSINIE	<a href="mailto:c.cousinie@tarn.cci.fr">c.cousinie@tarn.cci.fr</a>	05 67 46 60 00
	Tarn-et-Garonne	Pauline LEMAIRE	<a href="mailto:p.lemaire@tarn-et-garonne.cci.fr">p.lemaire@tarn-et-garonne.cci.fr</a>	660708946
	CCI MAINE ET LOIRE	Sandrine CAPELE	<a href="mailto:sandrine.capele@maineetloire.cci.fr">sandrine.capele@maineetloire.cci.fr</a>	06 45 74 94 86
	CCI MAYENNE	Anne-Marie DEROUAULT	<a href="mailto:anne-marie.derouault@mayenne.cci.fr">anne-marie.derouault@mayenne.cci.fr</a>	06 77 88 95 11
Pays de la Loire	SARTHE	Julia POTE	<a href="mailto:julia.pote@lemans.cci.fr">julia.pote@lemans.cci.fr</a>	
	VENDEE	Emmanuelle ALAIN	<a href="mailto:emmanuelle.alain@vendee.cci.fr">emmanuelle.alain@vendee.cci.fr</a>	02 51 45 32 93

Provence Alpes côtes d'Azur	CCI des Alpes-de-Haute-Provence	Nicole ROUAS	<a href="mailto:n.rouas@digne.cci.fr">n.rouas@digne.cci.fr</a>	F : 04.92.30.80.92 P : 07.88.26.20.87
	CCI des Hautes-Alpes	Annie FAYOLLET	<a href="mailto:a.fayollet@hautes-alpes.cci.fr">a.fayollet@hautes-alpes.cci.fr</a>	F : 04.92.56.56.81
	CCI Nice-Côte-d'Azur	Karine LAREDO	<a href="mailto:karine.laredo@cote-azur.cci.fr">karine.laredo@cote-azur.cci.fr</a>	F : 04.92.29.43.18
	CCI du Pays d'Arles	Thierry-Olivier GASCARD	<a href="mailto:togascard@arles.cci.fr">togascard@arles.cci.fr</a>	P : 06.30.61.54.14
	CCI métropolitaine Aix-Marseille-Provence	PELLEGRINO Wilfried	<a href="mailto:wilfried.pellegrino@cciaamp.com">wilfried.pellegrino@cciaamp.com</a>	F : 04.91.39.56.55 P : 06.38.24.09.05
	CCI métropolitaine Aix-Marseille-Provence	PELLEGRINO Wilfried	<a href="mailto:wilfried.pellegrino@cciaamp.com">wilfried.pellegrino@cciaamp.com</a>	F : 04.91.39.56.55 P : 06.38.24.09.05
	CCI du Var	SAMSON Karine	<a href="mailto:karine.samson@var.cci.fr">karine.samson@var.cci.fr</a>	F : 04.94.22.80.33 P : 06.01.18.84.06

## Annexe 2 – Exemples de vidéos « Nuit de l'orientation »

Vidéos des CCIT saisons 2023 et 2024 :

[CCI Loiret](#) - 2023

[CCI Amiens Picardie](#) - 2023

[CCI Seine et Marne](#) - 2023

[CCI Vienne](#) - 2023

[CCI des Landes](#) - 2024

[CCI Charente-Maritime](#) - 2024

[CCI Amiens-Picardie](#) - 2024

## Annexe 3 – Eléments de langage – Elus CCI

Depuis 2008, les CCI organisent les « Nuits de l'orientation » pour aider les collégiens, lycéens, étudiants à découvrir les métiers, filières et carrières qui s'offrent à eux. Durant ce moment privilégié et festif, des spécialistes de l'orientation, des chefs d'entreprise mais aussi des salariés accompagnent les jeunes dans leur réflexion et répondent aux questions qu'ils se posent sur leur avenir professionnel.

Cette année, les chambres de commerce et d'industrie organisent, pour la troisième édition consécutive, le **mois de la découverte des métiers**. Depuis 2023, le concept est ouvert aux adultes en reconversion et demandeurs d'emploi.

### Concept des « Nuits de l'orientation »

Le concept des Nuits de l'orientation repose sur la **mise en avant d'informations sur les métiers, sur des outils de positionnement ou de simulation, des rencontres avec des professionnels**. Il ne s'agit pas d'un salon présentant les offres de formation. Les différents acteurs de l'orientation et de l'emploi du territoire sont présents et interviennent chacun de façon complémentaire afin d'accompagner selon la cible : les jeunes et leur famille, les adultes en reconversion, les demandeurs d'emploi dans la projection et le choix d'un métier futur.

Pour l'édition 2024, **78 Nuits de l'orientation** ont été organisées par les CCI un peu partout en France accueillant plus de **113 000 visiteurs**.

### Comment se déroule une Nuit ?

Les « Nuits de l'orientation » se déroulent sur tout le territoire national et les DROM, durant une soirée entière en semaine ou au cours du week-end, souvent entre 13h et 22h, la CCI va accompagner et informer collégiens, lycéens, étudiants, adultes en reconversion, demandeurs d'emploi, sur un large éventail de métiers et les possibilités de carrière.

**Au programme** : des **conférences, des entretiens personnalisés avec des conseillers d'orientation ou de l'emploi, des speed dating avec des responsables d'entreprise, des moments de découverte des métiers sous la forme de de vidéos, d'immersion en réalité virtuelle, ainsi que des tests et quizz d'auto-positionnement**. C'est l'occasion de se repérer dans des univers professionnels multiples, et parfois complexes, et de trouver leur voie sans stress.

### Nos atouts

- 4 400 chefs d'entreprise à la tête des CCI,
- La connaissance des besoins des entreprises et des métiers de demain,
- Une capacité à mobiliser les différents réseaux d'acteurs de l'orientation et de l'emploi en local

### Partenariats ouverts à tous les acteurs de l'emploi, de l'orientation et de l'apprentissage

Pour faire de cette manifestation un rendez-vous fédérateur de l'orientation, CCI France a mis en place **des partenariats nationaux** avec ATLAS, McDonald's France.

Les OPCO contribuent également à ces évènements selon les territoires.

## Annexe 4 - Listes des métiers par secteur d'activité (*liste non-exhaustive*)

- ⇒ Liste des métiers de l'agriculture et de l'agroalimentaire : [ici](#)

- [Tractoriste viticole](#)
- [Agent d'élevage porcins](#)
- [Conducteurs de machines agricoles](#)
- [Chef de culture](#)
- [Agent de chai, caviste](#)

- ⇒ Liste des métiers de l'architecture et de l'immobilier : [ici](#)

- [Architecte d'intérieur](#)
- [L'agent immobilier](#)
- [Coach en décoration](#)
- [Architecte](#)
- [Décorateur / Décoratrice d'intérieur](#)

- ⇒ Liste des métiers de l'automobile : [ici](#)

- [Secteur de l'automobile](#)
- [Vendeur moto](#)
- [Contrôleur technique](#)
- [Carrossier peintre](#)
- [Mécanicien camion](#)
- [Vendeur et mécanicien vélo](#)

- ⇒ Liste des métiers de la banque, de l'assurance et de la finance : [ici](#)

- [Conseiller bancaire](#)
- [Conseiller d'assurance](#)
- [Analyste financier](#)
- [Trader](#)
- [Gestionnaire de patrimoine financier](#)

- ⇒ Liste des métiers du bâtiment et des travaux publics : [ici](#)

- [Ingénieur Génie Civil](#)
- [Chef de chantier](#)
- [Conducteur de travaux](#)
- [Grutier](#)

⇒ Liste des métiers de la coiffure, de l'esthétique et du soin : [ici](#)

- [Coiffeur](#)
- [Esthéticienne - Cosméticienne](#)
- [Spa Manager](#)
- [Diététicien](#)
- [Maquilleur professionnel](#)

⇒ Liste des métiers du commerce, de la vente et de la grande distribution : [ici](#)

- [Vendeur conseiller en magasin](#)
- [Boucher](#)
- [Boulanger](#)
- [Responsable de magasin](#)
- [Visual Merchandiser](#)

⇒ Liste des métiers de la communication, du marketing et du graphisme : [ici](#)

- [Responsable marketing](#)
- [Chargé de Communication](#)
- [Social media Manager](#)
- [Technicien réalisateur de supports de communication](#)
- [Journaliste reporter d'image](#)

⇒ Liste des métiers du droit, de la comptabilité et des ressources humaines (RH) : [ici](#)

- [Chargé de recrutement](#)
- [Comptable](#)
- [Directeur des Ressources Humaines](#)
- [Juriste d'entreprise](#)
- [Avocat](#)

⇒ Liste des métiers de l'enseignement et de la formation : [ici](#)

- [Directrice de crèche](#)
- [Entraîneur sportif](#)
- [Moniteur éducateur](#)
- [Enseignant](#)

⇒ Liste des métiers de l'environnement et du développement durable : [ici](#)

- [Responsable de secteur - Propreté](#)
- [Technicien forestier](#)
- [Agent d'entretien et de rénovation](#)
- [Responsable Qualité Hygiène Sécurité Environnement](#)
- [Consultant RSE et développement durable](#)

⇒ Liste des métiers de l'hôtellerie et de la restauration : [ici](#)

- [Directeur d'hôtel](#)
- [Serveur](#)
- [Chef cuisinier](#)
- [Réceptionniste](#)
- [Sommelier](#)

⇒ Liste des métiers de l'industrie : [ici](#)

- [Opérateur régulateur sur machine à commandes numériques](#)
- [Tourneur Fraiseur](#)
- [Technicien de maintenance](#)
- [Roboticien](#)

⇒ Liste des métiers du numérique et de l'informatique : [ici](#)

- [Développeur informatique](#)
- [Chef de projet](#)
- [Expert Cyber sécurité](#)
- [Web Designer](#)
- [Traffic Manager](#)

⇒ Liste des métiers du patrimoine, du tourisme et d'art : [ici](#)

- [Agent d'accueil](#)
- [Peintre décorateur](#)
- [Agent de voyage](#)
- [Archéologue](#)
- [Régisseur d'œuvres d'art](#)

- ⇒ Liste des métiers de la santé et des services à la personne : [ici](#)

- [Médecin généraliste](#)
- [Pharmacien](#)
- [Ambulancier](#)
- [Infirmière](#)
- [Auxiliaire Puériculture](#)

- ⇒ Liste des métiers de la sécurité et de la défense : [ici](#)

- [Policier](#)
- [Pompier](#)
- [Marin](#)
- [Gendarme](#)
- [Agent de sécurité](#)

- ⇒ Liste des métiers du transport et de la logistique : [ici](#)

- [Logisticien](#)
- [Opérateur logistique](#)
- [Conducteur routier](#)
- [Conducteur de train](#)
- [Cariste](#)

## Annexe 5 – Questionnaires de satisfaction

### Questionnaire partenaires



*Vous avez participé à la Nuit de l'Orientation, merci de nous faire part de vos remarques en complétant le questionnaire ci-dessous :*

Nom/Prénom :

Entreprise/structure :

Mail :

Téléphone :

**Vous avez animé un speed dating  
métier/emploi :**

1 – Métier/emploi représenté :

**Vous avez animé un atelier :**

1 – Intitulé de l'atelier :

2 – Combien d'entretiens avez-vous réalisés durant la soirée ?

Moins de 5       De 5 à 10       Plus de 10

3 – Comment qualifiez-vous la qualité des échanges avec les visiteurs ?

Très bonne       Bonne       Correcte       Médiocre

4 – Quelles ont été les questions récurrentes ?

5 – Vous avez reçu en majorité de visiteurs :

Personne seule       En groupe       pour les jeunes, avec leurs parents

6 – Etes-vous satisfait de l'organisation du speed dating / de l'atelier ?

Oui       Non

Pourquoi :

7 – Sur une échelle de 1 à 10, pouvez-vous donner une appréciation globale à la Nuit de l'Orientation :  
(1 = mauvais, 10 = très bien)

8 – Etes-vous prêt à renouveler votre participation l'année prochaine ?

Oui       Non

Pourquoi :

9 – Vos suggestions d'amélioration pour une prochaine édition :

*Merci de votre collaboration*

## Questionnaire visiteurs



*Questionnaire à remettre à l'accueil*

**1. Comment avez-vous été informé(e) de la Nuit de l'Orientation ?**

*(Plusieurs réponses possibles)*

Affichage :

- Sur bus    Au collège/Lycée    Bâche devant la CCI  
 Autre(s) : Préciser :

Tract/Programme distribué

Internet :  Site de la CCI

Autre(s) site(s) : préciser :

Réseaux sociaux :  Facebook    Twitter    TikTok    Instagram

Par l'école    Par la famille/les amis    Spot Radio    Article dans la presse

Autre(s) : préciser :

**2. Etes-vous venu(e) :  Seul(e)    En famille    Avec des amis**

Autre : préciser :

**3. Etes-vous :  Collégien(ne)    Lycéen(ne)    Etudiant(e)**

Autre : préciser :

**4. Dans une échelle de 1 à 10 quelle appréciation globale donneriez-vous à la Nuit de l'Orientation :  
(1 = mauvais, 10 = très bien)**

**5. Cette journée/soirée a-t-elle répondu à vos attentes ?**

- Oui    Non

Si non, pourquoi ?.....

**6. Vos commentaires :**

- Ce qui a manqué :
- Ce que vous avez apprécié :

*Merci pour vos réponses*