

Relevé de décisions groupe de travail CEP 30.09.2025

Lieu	Visio conference
Participant(e)s	MEDEF : Séverine Touchard, co-présidente / U2P : Michaël de Cambourg, Olivier Morel / UDES : Manuella Amiot / FO : Eric Anquetil / CFDT : Jean-luc Michel / DRAFPIC : Didier Magnier / Agence de l'Orientation : Yvan Salida, Marlyse Demarre / CARIF-OREF : Laure BARAZZUTTI Transition prof : Arnaud Mahieu / Avenir Actifs : Sylvie Gilbert / CHEOPS : Anthony Guyon
Excusé(e)s	AFPA : Nathalie Le Bourgeois

1. Introduction et rappel du contexte

Séverine Touchard accueille les participants et rappelle le contenu des échanges précédents, notamment :

- La présentation du fonctionnement de la Commission Instruction de Transition Pro.
- Les interventions d'Avenir Actif, de l'Apec et de Cheops sur les actions menées par les opérateurs du CEP.
- La nécessité de renforcer la coordination entre acteurs pour améliorer la visibilité du dispositif CEP, au-delà de sa seule dimension « reconversion ».

2. Constats partagés

- **Visibilité insuffisante du CEP** auprès des salariés et des entreprises.
- **Perception du CEP comme un outil de reconversion**, ce qui freine son appropriation par les employeurs.
- **Manque d'appropriation par les entreprises**, malgré son potentiel comme outil RH et de management.
- **Difficulté d'accès à l'information** pour les petites structures, souvent sans fonction RH dédiée.
- **Faible mobilisation des organisations syndicales et patronales** sur le terrain.

3. Enjeux et orientations stratégiques

- **Articulation avec les axes du CRPE** : transition démographique, emploi des travailleurs expérimentés, accompagnement des bénéficiaires du RSA, transition écologique.

- **Intégration du CEP dans les politiques régionales** comme outil transversal.
- **Approche territoriale différenciée** : adapter les actions selon les réalités locales (ex. Cherbourg vs Orne).

4. Propositions et pistes d'action

Communication et marketing du CEP

- Développer un **discours commun** et des **éléments de langage** pour repositionner le CEP comme outil de développement professionnel.
- **Changer la sémantique** : éviter l'association systématique à la reconversion.
- **Créer des supports pédagogiques** adaptés aux entreprises et aux salariés.
- **Utiliser les réseaux sociaux** et formats courts (ex. TikTok) pour toucher tous les publics.

Actions ciblées

- **Expérimentations locales** sur des territoires pilotes.
- **Participation aux événements existants** (forums, clubs RH, comités locaux pour l'emploi).
- **Mobilisation des CFA et lycées** pour informer les jeunes en amont.
- **Intégration du CEP dans les prestations RH (PCRH)** cofinancées par l'État et les OPCO.

Suivi et évaluation

- Mieux **mesurer l'impact des actions de communication**.
- Identifier les **canaux les plus efficaces** (QR codes, partenaires, bouche-à-oreille).
- **Auditionner les opérateurs** pour mieux comprendre les usages et retours qualitatifs.

5. Décisions prises

- **Création d'un groupe de travail restreint** pour réfléchir à la stratégie de communication et au repositionnement du CEP :
 - Membres : Sylvie Gilbert, Mikaël De Cambourg, Manuela Amiot, Anthony (Cheops), Marlys Demare.
 - **Réunion prévue le 26 novembre à 11h00.**
- **Prochaine réunion plénière du GT CEP :**
Date : 8 décembre 2025 de 13h30 – 15h00

6. Conclusion

Les échanges ont permis de poser un diagnostic partagé sur les freins à la mobilisation du CEP et d'ouvrir des pistes concrètes pour améliorer sa visibilité et son appropriation. L'engagement collectif des acteurs régionaux est essentiel pour faire évoluer les représentations et favoriser l'usage du CEP comme levier de développement des compétences.