

# Journée « Portes Ouvertes »

## 1. Plan Planifier

**Pourquoi organiser des portes ouvertes** (attractivité, recrutement ...) ?

**Pour qui ?** (élèves, familles, chefs d'établissements et équipes éducatives (collèges, CFA ...), professionnels, élèves de l'établissement, corps d'inspection, médias et partenaires locaux.

**Participe-t-elle à la construction du parcours Avenir de l'élève ? :**

- ambition scolaire,
- insertion professionnelle,
- susciter, confirmer des vocations,
- travailler sur les représentations pour une orientation choisie ...

**Comment valoriser les filières et l'image de l'établissement ?**

## 2. Do Mettre en œuvre

### Organisation générale

Quelles sont les instances réunies afin de préparer cette action ? (conseil pédagogique, CVL, CA ...) Sur quel échéancier ?

Comment est mobilisé l'ensemble des acteurs (Enseignants, élèves, direction, agents, personnels administratifs, professionnels, parents délégués ...) ?

Quelles actions de sensibilisation sont-elles conduites avec les établissements d'origine et du secteur ?

### Organisation logistique

Quelles sont les modalités d'accueil ainsi que les présentations envisagées ? Comment sont définies les modalités d'accueil ?

Comment adapter les temps d'accueil au contexte de l'établissement (matin et soirée, demi-journée, journée continue, sur deux jours, organisation concertée en bassin ...) ?

Quel message l'établissement veut-il transmettre aux différents types de visiteurs (présentation du projet d'établissement, actions innovantes ...) ?

### Communication

Quelles sont les stratégies de communication de l'événement ?

### Evaluation de l'événement

Quelles modalités d'évaluation sont envisagées (enquête de satisfaction, retours d'expérience ...) ?

Quels outils sont mis en œuvre afin de mesurer l'impact et les effets de l'événement ?

## 3. Check Evaluer

Proposition de d'indicateurs de suivi

- Nombre de personnes impliquées dans la préparation de l'événement,
- Nombre de réunions préparatoires, d'actions entreprises,
- Nombre d'établissements partenaires participants,
- Enquête de satisfaction,
- Nature et nombre de visiteurs,
- Taux de fréquentation des stands (MDL, UNSS, Internat...)
- Nature et types de messages selon les publics accueillis,
- Impact des canaux de diffusion sur la fréquentation de l'événement (« comment nous avez-vous connu ») ?
- Outils d'auto-évaluation de chacune des filières présentées,
- Evolution du taux de pression,
- Adéquation des indicateurs avec le contexte de l'établissement,
- Enquête de satisfaction.



4. Act

Agir

Points forts

Points faibles

DIAGNOSTIC PARTAGÉ

Objectifs

Actions