



## Stratégies de communication pour information et orientation des nouveaux bacheliers en Côte d'Ivoire : état des lieux et perspectives

**Amessan ARSENE**

Doctorant / Université Félix Houphouët Boigny

UFR, Information, Communication et Arts

Abidjan, Côte d'Ivoire

[amessanarsene@gmail.com](mailto:amessanarsene@gmail.com)

### **Résumé**

*Cet article examine les stratégies de communication mobilisées pour accompagner les nouveaux bacheliers ivoiriens dans leur transition vers l'Enseignement Supérieur, dans un contexte d'inégalités sociales et de désillusions académiques. Malgré les campagnes d'information menées par l'État et des structures privés, les résultats des enquêtes effectuées révèlent une faible consultation des inspecteurs d'orientation. En effet, sur 600 nouveaux bacheliers interrogés, seuls 14,54 % d'entre eux affirment les avoir sollicités (**Graphique à barres 1**). Par conséquent, comme le confirme par le **Graphique à barres 2**, leur influence dans la prise de décision du nouveau bachelier reste marginale (5,67 %), comparée aux facteurs principaux que sont la motivation personnelle (53,06 %) et l'entourage familial et amical (37,64 %). S'appuyant sur la théorie de la communication organisationnelle et sur celle du sentiment d'efficacité personnelle, cette étude a utilisé une approche mixte, alliant recherche documentaire, questionnaires et entretiens pour apprécier les stratégies de communication en vigueur dans l'information des nouveaux bacheliers. Des dysfonctionnements dans l'accessibilité numérique, la coordination interinstitutionnelle et la rétroaction ont ainsi été révélés. D'où la proposition d'opter pour l'éducation à l'orientation comme levier stratégique de communication pour optimiser les chances d'information et de réussite des nouveaux bacheliers en Côte d'Ivoire.*

**Mots-clés :** Orientation, information, nouveaux bacheliers, stratégies de communication, Côte d'Ivoire.

### **Abstract**

*This article explores the communication strategies employed to support Ivorian high school graduates in their transition to higher education, within a context marked by social inequalities and academic disillusionment. Despite campaigns led by the government and private stakeholders, surveys reveal limited engagement with guidance counselors : only 14.54% of the 600 graduates surveyed sought their assistance. Their influence on decision-making remains marginal (5.67%), compared to personal motivation (53.06%) and input from family and friends (37.64%). The study, grounded in organizational communication and self-efficacy theories, adopts a mixed-methods approach combining literature review, questionnaires, and interviews. It highlights dysfunctions related to digital accessibility, inter-institutional coordination, and the lack of feedback mechanisms. Career education is thus proposed as a strategic communication lever to enhance information delivery and improve the academic success of new graduates in Côte d'Ivoire.*

**Keywords :** *Guidance, information, high school graduates, communication strategies, Côte d'Ivoire.*



## Introduction

En Côte d'Ivoire, L'orientation scolaire prend une importance stratégique, notamment au moment du passage de l'Enseignement Secondaire à l'Enseignement Supérieur. Certes, depuis l'indépendance, l'État a mis en place des dispositifs d'information pour accompagner cette transition, considérée comme un levier essentiel du développement national.

Cependant, malgré ces efforts institutionnels, ce passage demeure marqué par de nombreux défis : manque d'information claire, méconnaissance des filières, absence d'accompagnement personnalisé et inégalités d'accès aux sources d'information. Ainsi, la réussite au baccalauréat, bien qu'elle symbolise une étape importante, ouvre souvent une période d'incertitude pour les nouveaux bacheliers qui peinent à identifier les filières adaptées à leur profil et à accéder à des sources fiables d'information. Parallèlement, l'État s'interroge sur l'efficacité des stratégies de communication mises en œuvre pour répondre à ces besoins.

Dans un contexte où l'Enseignement Supérieur se diversifie et où les exigences du marché de l'emploi évoluent rapidement, les choix d'orientation deviennent plus complexes. Plus encore, cette complexité est accentuée par la concurrence de plus en plus marquée entre canaux de communication formels et canaux de communication informels qui se disputent la distribution des informations auxquelles les nouveaux bacheliers doivent se référer pour une bonne insertion dans l'Enseignement supérieur. Or, une orientation réussie repose sur une information actualisée,

fiable, accessible et sur des interactions cohérentes entre les acteurs du système éducatif.

C'est dans cette dynamique que s'inscrit la présente étude, dont l'enjeu est d'assurer aux nouveaux bacheliers une orientation équitable et valorisante, en phase avec les talents et aspirations individuelles. Les objectifs spécifiques visés sont les suivants :

- Analyser les canaux de communication actuellement utilisés pour informer et orienter efficacement les nouveaux bacheliers.
- Évaluer les forces et les limites des dispositifs d'information et d'orientation existants.
- Proposer des stratégies de communication innovantes et inclusives, accessibles et adaptées aux différents profils des nouveaux bacheliers et aux exigences du marché de l'emploi.

Dans ce contexte, la problématique centrale que soulève cette étude est celle-ci : Comment repenser les stratégies de communication entre l'Enseignement Secondaire et l'Enseignement Supérieur afin d'orienter plus efficacement les nouveaux bacheliers vers des filières de formation adaptées à leur profil ?

## **1. Fondement théorique de l'étude**

Afin de conférer à cette recherche une assise scientifique et analytique solide, deux théories ont été mobilisées. Elles offrent des outils conceptuels pertinents pour comprendre, expliquer et interpréter les stratégies de communication existantes dans le processus d'orientation des nouveaux bacheliers en Côte d'Ivoire.

La première est **la théorie de la communication organisationnelle** développée par W. Charles Redding. Elle



Received: 14/11/2025 Accepted: 03/01/2026 Published: 17/03/2026

permet d'analyser la structuration des stratégies de communication au sein des institutions éducatives ivoiriennes et leur contribution à la réalisation des objectifs d'orientation fixés par l'Etat. Elle aide à décrypter la logique des dispositifs adoptés par l'État ivoirien pour informer et accompagner les nouveaux bacheliers dans leur transition vers l'Enseignement Supérieur.

La seconde est **la théorie du sentiment d'efficacité personnelle** formulée par le psychologue canado-américain Albert Bandura. Elle explore les croyances qu'un individu entretient quant à sa capacité à accomplir une tâche. Dans le contexte de l'orientation post-baccalauréat, cette théorie explique pourquoi certains nouveaux bacheliers, confiants en leurs compétences, privilégient des sources non institutionnelles pour s'informer et choisir seuls leur filière. L'auto-efficacité influence ainsi leur autonomie dans la recherche d'information et leur prise de décision.

Ces deux approches, complémentaires sur le terrain, constituent une grille d'analyse pertinente pour évaluer les dispositifs de communication existants et proposer, si nécessaire, des améliorations adaptées aux besoins réels des jeunes bacheliers ivoiriens.

**Mais avant, il convient de procéder à l'état des lieux des dispositifs de communication institutionnels utilisés dans ce processus en Côte d'Ivoire.**

## **2. État des lieux des dispositifs de communication institutionnels**

**En Côte d'Ivoire**, l'orientation post-baccalauréat repose sur un ensemble de dispositifs institutionnels de communication mis en place par l'État pour informer, guider

et accompagner les nouveaux bacheliers vers l'Enseignement Supérieur. Les canaux de communication, mobilisés à cet effet, se répartissent en trois grandes catégories :

## **2.1. Les sources institutionnelles de communication**

Elles regroupent les discours officiels adressés aux acteurs de l'orientation, les campagnes médiatiques, ainsi que les guides d'orientation conçus et mis à la disposition des nouveaux bacheliers.

### **2.1.1. Les guides officiels d'orientation**

Dans le cadre de l'accompagnement des nouveaux bacheliers, le Ministère de l'Enseignement Supérieur publie chaque année un outil important intitulé : *Le Guide du Bachelier*. Ce document officiel, disponible en version numérique sur la plateforme du Ministère et en format imprimé, vise à faciliter l'information et l'orientation des nouveaux bacheliers vers l'Enseignement Supérieur. Il leur permet de rechercher les établissements par localité ou par filière, d'explorer les options correspondant à leur série de baccalauréat obtenu, et de simuler leur orientation dans les Universités publiques. Il offre aussi une vue d'ensemble des formations disponibles dans les Universités et les Grandes Ecoles, qu'elles soient publiques ou privées, tout en précisant les conditions d'admission et les démarches d'inscription. Ce document propose enfin un accompagnement personnalisé, prenant en compte les aptitudes individuelles des nouveaux bacheliers et les exigences du marché de l'emploi. Il constitue ainsi un levier stratégique pour une orientation éclairée et une insertion réussie dans le système national d'Enseignement Supérieur.



Received: 14/11/2025 Accepted: 03/01/2026 Published: 17/03/2026

Autre source institutionnelle de communication, les messages diffusés sur les plateformes officielles d'orientation du MESRS. À titre d'illustration, l'un de ces messages précise:

« Les nouveaux bacheliers sont invités à faire leurs choix (établissements et filières) en fonction de leur série du BAC et de leur âge. Après avoir effectué leur paiement en ligne via Trésor Money, ils peuvent accéder à la plateforme avec leurs paramètres de connexion et imprimer leur fiche de demande d'orientation. Ce processus vise à garantir une orientation transparente, équitable et adaptée aux profils académiques des étudiants ».

Par ailleurs, d'autres acteurs institutionnels jouent également un rôle central dans l'accompagnement des nouveaux bacheliers.

### ***2.1.2. Les Centres d'Information et d'Orientation (CIO)***

Les CIO informent et orientent les nouveaux bacheliers, leurs familles et les adultes en reconversion. Ils organisent des Journées d'Information et d'Orientation (JIO) pour présenter les filières universitaires et professionnelles. Comme exemple concret, le CIO de Sassandra ou le Directeur, Malé N'dri André, a récemment exhorté les bacheliers à faire des choix en tenant compte de leurs capacités intellectuelles et des conditions d'admission. Par le biais des brochures, des guides et des outils numériques, ils aident les futurs étudiants à comprendre les débouchés et exigences, tout en encourageant des choix autonomes. Ils les accompagnent dans les démarches d'inscription et facilitent les échanges avec les établissements, notamment lors de la Journée du Bachelier. Ils valorisent aussi la formation professionnelle, en expliquant

ses atouts et perspectives, pour une orientation plus adaptée au marché ivoirien.

Parmi ces acteurs et facteurs conseillers, l'inspecteur d'orientation demeure le principal acteur du système d'orientation.

### *2.1.3. Le rôle déterminant des inspecteurs d'orientation*

Présents depuis l'Enseignement Secondaire, les inspecteurs d'orientation traduisent les politiques éducatives en accompagnement personnalisé pour les nouveaux bacheliers. De concert avec les Directeurs de Centres d'Information et d'Orientation (CIO), ils travaillent auprès des collégiens, des lycéens, des jeunes en voie d'insertion professionnelle et des étudiants. Relais humains des messages institutionnels, leur rôle est capital dans l'information et l'accompagnement des élèves et surtout des nouveaux bacheliers vers de bons choix de filières à effectuer pour leur orientation. Ils leur expliquent particulièrement les procédures, les offres de formation et les aident à identifier aptitudes et projets professionnels. Ils accueillent également le public adulte. Ils aident ceux qui les consultent à élaborer leur projet d'orientation ou de réorientation. Pour réussir ces missions, ils utilisent différentes techniques : entretien individuel, travaux de groupe, évaluations, etc.

Présents lors des Journées d'Information et d'Orientation, ces inspecteurs assurent un conseil individualisé, favorisant des choix adaptés aux profils et au marché de l'emploi. Ils sensibilisent à l'autonomie, guident dans les démarches administratives et facilitent les échanges avec les établissements supérieurs. Acteurs pédagogiques et administratifs, ils interviennent également en équipe dans les



Received: 14/11/2025 Accepted: 03/01/2026 Published: 17/03/2026

établissements et CIO, renforçant l'efficacité des dispositifs institutionnels et une orientation plus équitable et pertinente.

#### ***2.1.4. Les journées de l'orientation du Bachelier (JOB)***

Organisées par le Ministère de l'Enseignement Supérieur, les JOB informent les nouveaux bacheliers sur les filières et établissements post-baccalauréat. Animées par les Universités, les Grandes Écoles et les Instituts, ces journées offrent des données actualisées sur les formations, conditions d'accès et débouchés. Pour y parvenir, elles favorisent les échanges directs entre les nouveaux bacheliers et les acteurs du supérieur : inspecteurs d'orientation, enseignants, professionnels et étudiants autour de l'orientation, du civisme et de la qualité éducative. Elles aident ainsi les nouveaux bacheliers à faire des choix adaptés à leurs profils et facilitent leur intégration dans l'Enseignement Supérieur.

D'autres événements complémentaires, comme les Journées de l'Orientation et de l'Emploi ou le Salon virtuel, enrichissent aussi ce dispositif d'information, via divers supports.

#### ***2.1.5. Les affichages, les brochures et les dépliants***

Il s'agit de documents mis à la disposition des nouveaux bacheliers et de leurs parents par les établissements supérieurs, lors des journées et salons d'orientation (*affichages, brochures, dépliant, etc.*) ou au sein des établissements. L'objectif de leur emploi est d'informer les nouveaux bacheliers sur les filières d'orientation existantes et sur celles correspondant à leurs potentialités, que ce soit à l'Université ou dans les Grandes Ecoles. Raison pour laquelle, lors de ces rencontres, ces documents comportant des

informations précises sur les critères d'accès aux différentes filières, leurs sont distribués et leur contenu expliqué. Ce travail d'information est assuré soit par des inspecteurs d'orientation, soit par des responsables d'établissements supérieurs qui, de plus en plus anticipent, en allant à la rencontre des lycéens dans leurs établissements.

Malheureusement, le contenu de ces affichages et brochures, paraissant de manière ponctuelle, demeure générique, peu explicatif, et difficilement accessible aux nouveaux bacheliers en difficulté de lecture ou en situation de handicap. D'où le recours aux médias traditionnels par les structures étatiques.

## **2.2. Les médias traditionnels et les campagnes médiatiques**

### ***2.2.1-les médias traditionnels au service des nouveaux bacheliers ivoiriens***

Les médias traditionnels que sont la radio, la télévision et la presse écrite, jouent un rôle croissant dans l'accompagnement et l'information des nouveaux bacheliers ivoiriens. À travers des contenus pédagogiques tels que des émissions éducatives, des reportages spécialisés et des articles thématiques, ces supports **classiques** sensibilisent les jeunes diplômés et leurs familles aux enjeux de l'orientation académique.

Soutenues par le Ministère de l'Enseignement Supérieur et des partenaires privés, ces actions mobilisent une diversité de canaux : communiqués de presse, annonces sur les réseaux sociaux, interviews et spots publicitaires. C'est ainsi que la chaîne publique, **RTI 1**, propose l'émission « ***Orientation express*** », avec des interviews de responsables d'Universités et de Grandes Ecoles, des conseils pratiques et des explications sur les filières disponibles. Les chaînes privées



Received: 14/11/2025 Accepted: 03/01/2026 Published: 17/03/2026

comme NCI (« *Parcours Sup CI* »), LIFE TV et 7info diffusent également des programmes éducatifs tout au long de l'année scolaire.

Du côté de la radio, plusieurs émissions ciblent les nouveaux bacheliers. Ainsi, « *Campus FM* » sur Radio Côte d'Ivoire leur offre des chroniques sur les filières et les débouchés ; « *Orientation universitaire* », sur Fréquence 2, propose des débats et interviews avec des acteurs académiques ; quant à « *MICRO Campus* » sur Radio JAM, elle permet aux auditeurs d'interagir en direct sur les démarches d'orientation, avec des spécialistes.

Ces initiatives visent à informer les nouveaux bacheliers sur les calendriers de préinscription, les critères d'admission (*résultats au bac, âge, capacité d'accueil*) et à leur garantir une orientation équitable et transparente. Dans cette dynamique, certaines Universités et Grandes Ecoles lancent leurs propres campagnes médiatiques, via les médias classiques et les plateformes numériques, pour promouvoir leurs filières et attirer de futurs étudiants.

Par ailleurs, des stratégies locales et communautaires sont utilisées pour informer les acteurs du processus résidant dans les zones rurales.

### 2.2.2 – *Les stratégies locales et communautaires*

Ces stratégies viennent renforcer les dispositifs nationaux d'information et d'orientation, notamment dans les zones rurales où l'accès à l'Internet demeure limité. C'est ainsi que les médias de proximité, tels que les radios communautaires (*Radio Fraternité à Divo, Radio Sinai à Korhogo, Radio Tonpki à Man, Radio Bouaké FM, etc.*) et les chaînes de télévision locales (RTI Bouaké), sont mobilisés par l'Etat pour relayer les

campagnes d'information et toucher un public plus large de nouveaux bacheliers.

Fait notable, l'implication d'anciens étudiants dans ces campagnes, à travers le partage de leurs expériences et témoignages réalistes, permet d'inspirer de nombreux nouveaux bacheliers dans leur prise de décision. Leurs récits concrets offrent une vision réaliste des parcours universitaires et des opportunités professionnelles, tout en favorisant une prise de décision éclairée.

### **2.3. Les stratégies numériques officielles d'orientation**

Dans un contexte marqué par la digitalisation croissante des services publics, l'État ivoirien a progressivement adapté ses dispositifs de communication afin de mieux répondre aux besoins d'une jeunesse intellectuelle de plus en plus connectée. Ces portails sont essentiels pour éviter aux nouveaux bacheliers les erreurs d'orientation, accéder à des informations fiables et actualisées, suivre toutes les étapes du processus d'orientation. C'est ainsi que depuis plusieurs années, des stratégies numériques sont mises en place par le Ministère de l'Enseignement Supérieur, avec pour visée de garantir une accessibilité accrue aux informations sur les cursus proposés, les conditions d'admission et les débouchés, une transparence renforcée et une efficacité optimale dans le processus d'orientation post-baccalauréat. Trois plateformes numériques officielles dédiées à l'orientation post-baccalauréat constituent les piliers de ce dispositif :

- **bac.mesrs-ci.net** : Première étape du processus, ce portail de préinscription permet aux nouveaux bacheliers d'effectuer le paiement des frais via Trésor Money, de sélectionner les filières selon la série du baccalauréat et de suivre l'évolution de leur



Received: 14/11/2025 Accepted: 03/01/2026 Published: 17/03/2026

orientation. C'est le site central pour suivre le processus d'orientation dans les universités et grandes écoles.

- **orientationsup.net** : Ce site leur offre la possibilité de consulter leurs résultats d'orientation, de s'informer sur les filières disponibles et de procéder à leur inscription dans les établissements publics ou privés. Il gère également la réaffectation vers les Grandes Ecoles privées, si le bachelier n'est pas orienté dans le public.
- **enseignement.gouv.ci** : Il diffuse les actualités relatives aux Journées de l'Orientation du Bachelier (JOB), aux politiques éducatives et aux filières disponibles. Il constitue une source d'information fiable et institutionnelle, garantissant la cohérence entre les directives ministérielles et les pratiques des établissements.

L'articulation de ces trois plateformes traduit la volonté de l'État ivoirien de moderniser l'orientation scolaire par le numérique. Dans une société ivoirienne en constante évolution, ces outils numériques facilitent la prise de décision éclairée et augmentent les chances de réussite du nouveau bachelier dans son parcours d'orientation. Néanmoins, cette initiative, ambitieuse mais fragile, appelle une évaluation méthodologique rigoureuse afin de mesurer son efficacité réelle et son impact sur l'équité du système.

### 3. La stratégie méthodologique et matériels d'enquêtes

#### 3.1. Les types de recherche mobilisés

Plusieurs approches méthodologiques ont été combinées afin de répondre de manière rigoureuse et cohérente aux objectifs poursuivis par cette étude. Cette pluralité de

méthodes permet d'appréhender le phénomène de l'orientation post-baccalauréat en Côte d'Ivoire sous différents angles, en intégrant à la fois les dimensions humaines, institutionnelles et statistiques.

- **La recherche qualitative** : cette recherche s'est centrée sur l'analyse des dispositifs de communication existants et sur les perceptions des nouveaux bacheliers ivoiriens. En donnant la parole aux acteurs concernés (*nouveaux bacheliers, inspecteurs d'orientation, établissements, parents, etc.*), elle a permis d'explorer en profondeur les représentations, les pratiques et les dynamiques sociales liées au processus d'orientation. Elle a ainsi contribué à mettre en lumière les attentes, les difficultés et les stratégies d'adaptation des différents acteurs.
- **La recherche descriptive** : elle a servi à établir un état des lieux précis des dispositifs de communication déployés par les institutions ivoiriennes. Elle a aussi permis d'évaluer leur efficacité en identifiant leurs forces (*accessibilité, diversité des supports, rôle des acteurs institutionnels*), mais aussi leurs limites (*contenu générique, faible adaptation aux publics spécifiques*). Cette approche a donc fourni une vision synthétique et critique du système de communication en place.
- **La recherche quantitative**, enfin, a permis de recueillir et d'analyser des données chiffrées relatives au niveau d'information des nouveaux bacheliers, à leur accès aux outils numériques, aux disparités géographiques, ainsi qu'à l'impact des campagnes de communication sur leurs décisions. Ces résultats ont également contribué à évaluer l'adéquation des politiques



Received: 14/11/2025 Accepted: 03/01/2026 Published: 17/03/2026

éducatives et leur capacité d'ajustement face aux évolutions sociales et technologiques.

Pour conclure, la complémentarité de ces trois approches méthodologiques confère à cette étude une vision globale et intégrée. Elle renforce sa validité scientifique en articulant compréhension qualitative, description systématique et mesure quantitative. Ce choix méthodologique garantit ainsi une analyse rigoureuse et adaptée aux enjeux complexes de l'orientation post-baccalauréat en Côte d'Ivoire.

### 3.2. Le champ de l'étude

Pour cette recherche, deux zones représentatives ont été retenues : Abidjan et Bouaké.

**Abidjan**, capitale économique et principal pôle éducatif, concentre Universités, Grandes Ecoles, CIO et plateformes numériques, offrant un cadre structuré favorable à l'analyse des dispositifs de communication éducative utilisés. À l'inverse, **Bouaké**, deuxième ville du pays, présente un environnement semi-urbain marqué par une moindre centralisation des services, un accès limité à l'information et une digitalisation inégale.

Le choix de ces deux zones met en évidence des disparités régionales et permet une comparaison entre un contexte urbain dense et un cadre semi-urbain plus contraint, révélant les inégalités d'accès à l'information et les défis institutionnels liés à l'orientation post-baccalauréat.

### 3.3. Présentation de la population cible

La population cible regroupe les principaux acteurs concernés par le processus d'orientation post-baccalauréat en Côte d'Ivoire. Le tableau ci-dessous synthétise mieux les

profils mobilisés afin de mieux saisir la configuration institutionnelle et sociale de cette population consultée.

<b>Catégorie</b>	<b>Effectif</b>	<b>Localisation / Institution</b>	<b>Rôle dans l'étude</b>
Nouveaux bacheliers	600	Abidjan et Bouaké (Journées et salons d'orientation 2024-2025)	Représentativité du système éducatif, expériences et attentes
Inspecteurs d'orientation	15	Abidjan, Bouaké et Dabou	Accompagnement institutionnel, relais des politiques éducatives
Agents des Centres d'Information (CIO)	10	Abidjan	Soutien à l'orientation, diffusion d'informations
Représentants UFHB	2	Université Félix Houphouët-Boigny, Cocody	Acteurs de l'enseignement supérieur
Représentants UNS	2	Université Privée Nord-Sud, Abidjan	Acteurs de l'enseignement supérieur



<b>Catégorie</b>	<b>Effectif</b>	<b>Localisation / Institution</b>	<b>Rôle dans l'étude</b>
Représentants UIPA	2	Université Internationale Privée d'Abidjan	Acteurs de l'enseignement supérieur
Représentants LOKO	2	Université Internationale Privée LOKO	Acteurs de l'enseignement supérieur
Représentants EST-LOKO	2	Grande École Supérieure de Technologie	Filières technologiques et professionnelles
Représentants ISTCO	2	Institut Supérieur Technique La Colombe	Filières technologiques et professionnelles
Représentants ITES	2	Institut de Technologies et Spécialités, Cocody	Filières technologiques et professionnelles

La consultation de cette population a permis d'analyser les pratiques de communication institutionnelles en vigueur en zones urbaines et semi-urbaines, en tenant compte des disparités régionales. L'apport de ces experts en communication éducative éclaire aussi la pertinence et l'adaptation des outils aux usages numériques des jeunes bacheliers. Cette diversité d'acteurs sollicités, auprès desquels les données ont été collectées, offre une vision globale et représentative des pratiques et enjeux liés à

l'information, à l'accompagnement et à l'orientation vers l'Enseignement Supérieur en Côte d'Ivoire.

### 3.3. Les méthodes de collecte des données utilisées

Plusieurs techniques de collecte de données ont été mobilisées. Cette approche pluri-méthodologique a permis de croiser les sources et d'obtenir une vision globale et nuancée des stratégies de communication utilisées dans l'information et l'orientation.

Le tableau ci-dessous présente les principales méthodes utilisées.

**Tableau : les principales méthodes utilisées pour la collecte des données**

Technique de collecte utilisées	Description	Objectif principal
Revue documentaire	Analyse de textes officiels, rapports, articles scientifiques et médiatiques	Poser les bases théoriques et cerner les enjeux institutionnels et sociaux
Entretiens semi-directifs	Échanges avec nouveaux bacheliers, inspecteurs d'orientation, enseignants et responsables d'établissements	Recueillir des témoignages sur les pratiques et attentes en matière d'orientation
Enquête par questionnaires	600 nouveaux bacheliers interrogés	Identifier les sources d'information



<b>Technique de collecte utilisées</b>	<b>Description</b>	<b>Objectif principal</b>
	lors d'événements d'orientation	utilisées et évaluer leur satisfaction
Observation participante	Immersion dans les forums, les salons et les journées portes ouvertes	Comprendre les dynamiques d'interaction entre institutions et futurs étudiants
Analyse des plateformes numériques	Évaluation des sites et applications d'orientation (fonctionnalités, accessibilité, contenus)	Mesurer la qualité des outils numériques mis à disposition des nouveaux bacheliers

Ces techniques complémentaires ont permis de recueillir des données riches, à la fois qualitatives et quantitatives, essentielles pour évaluer l'efficacité des dispositifs de communication institutionnels existants et envisager, si nécessaire, des pistes d'amélioration adaptées aux besoins des nouveaux bacheliers ivoiriens.

### **3.4-Echantillon d'étude**

Cette étude s'est appuyée sur l'échantillonnage probabiliste simple qui est une méthode au cours de laquelle chaque nouveau bachelier de la population des nouveaux bacheliers possède la même probabilité d'être choisi pour intégrer l'échantillon. C'est ainsi que l'échantillonnage a permis d'interroger 600 nouveaux bacheliers au total des

nouveaux bacheliers présents aux journées d'orientation indiquées ci-dessous.

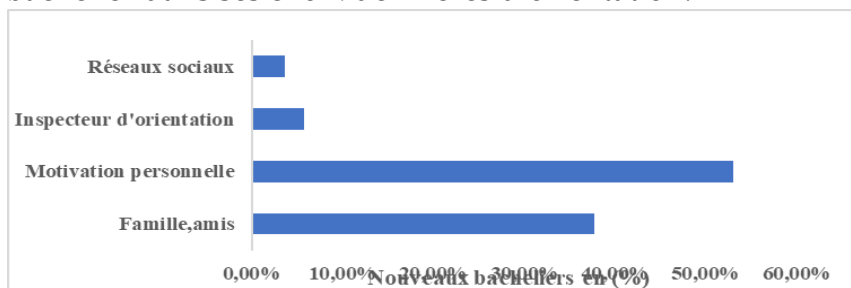
Concrètement, cette technique a permis, pour l'approche quantitative, de recueillir des informations auprès des nouveaux bacheliers venus participer au Salon de l'orientation des nouveaux bacheliers au lycée classique d'Abidjan les 11, 12 et 13 juillet 2024, puis aux journées de l'orientation du bachelier (JOB) du 15 au 17 juillet 2025 à l'Université Félix Houphouët Boigny de Cocody. Pour se faire, des questionnaires auxquels ils ont répondu directement selon leurs connaissances et expériences du phénomène à l'étude, leur ont été adressés.

Quant à l'approche qualitative, les entretiens ont été réalisés auprès de personnes issues du milieu de l'Éducation, après sollicitation de rendez-vous, et conformément à la technique d'échantillonnage par quotas.

## 4. Résultats de l'étude

### 4.1-Influences des acteurs sur les choix des filières d'orientations par les nouveaux bacheliers

**Graphique à barres 1:** La contribution des acteurs du processus d'orientation à la prise de décision du nouveau bachelier dans ses choix de filières d'orientation.



**Source :** Enquêtes réalisées par ARSÈNE Amessan, juillet 2024, Abidjan.



### **Orientation post-baccalauréat : entre choix personnels et influences extérieures**

Le graphique à barres 2 met en évidence les **facteurs d'influence dans le choix des filières** des nouveaux bacheliers. La majorité (**53,06 %**) fonde sa décision sur sa **motivation personnelle**, traduisant une volonté croissante d'autonomie et une affirmation progressive de l'individu dans son projet académique.

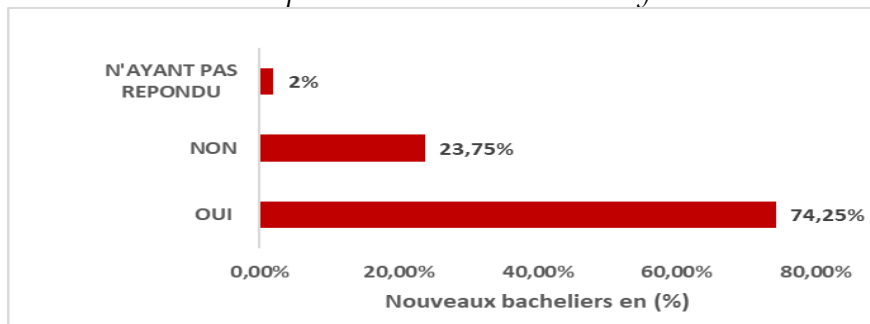
Cependant, **37,64 %** s'appuient sur leur **entourage**, ce qui souligne le poids des influences sociales et familiales, parfois bénéfiques mais aussi susceptibles de contraindre les choix. L'avis des **inspecteurs d'orientation** n'est pris en compte que par **5,67 %** des nouveaux bacheliers, révélant une **marginalisation préoccupante** des dispositifs institutionnels censés garantir une orientation rationnelle et équitable.

Enfin, les **réseaux sociaux (3,63 %)** apparaissent comme une source émergente, encore marginale mais en expansion, avec le risque de diffuser des informations non vérifiées.

En somme, l'enquête met en lumière une **pluralité de sources d'influence**, mais un **déséquilibre marqué**. En effet, la prépondérance des motivations personnelles et des influences sociales contraste avec la faible mobilisation des acteurs institutionnels. Pour renforcer l'efficacité du système d'orientation, il est nécessaire de **revaloriser le rôle des inspecteurs d'orientation**, d'encadrer l'usage des réseaux sociaux et de sensibiliser les familles afin que leur influence soit davantage un soutien qu'une contrainte.

## 4.2-Attitudes et comportements sur la communication relative aux filières d'orientation

**Graphique à barres 2 :** Les rencontres et échanges des nouveaux bacheliers avec les Inspecteurs d'Orientation au lycée.



*n*

**Source :** Enquêtes réalisées par Arsène Amessan, juillet 2024, Abidjan



*Inspecteurs d'orientation : une présence encore inégale sur le territoire national.*

Ce graphique montre que **74,25 %** des nouveaux bacheliers ont eu des échanges avec les inspecteurs d'orientation en Terminale, confirmant leur présence et leur rôle dans l'accompagnement des élèves, surtout dans les lycées publics.

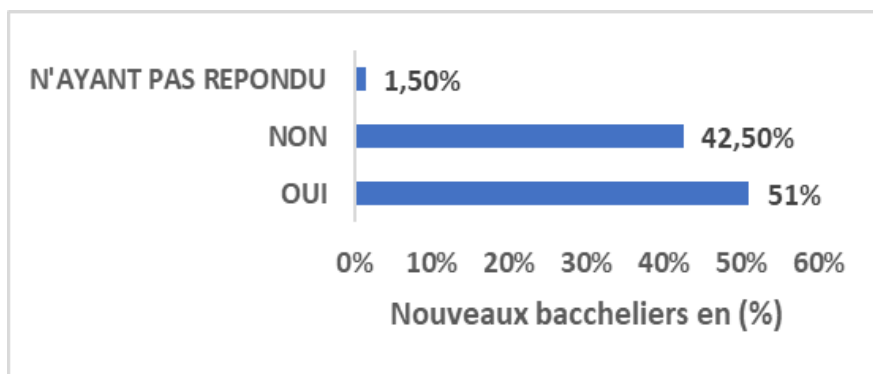
Cependant, **23,75 %** déclarent n'avoir jamais eu de contact, révélant une inégalité d'accès liée à une couverture insuffisante, notamment dans les établissements privés ou en zones rurales. Cette absence fragilise l'équité du système d'orientation.

Les **2 %** de non-réponses traduisent une possible indifférence ou méconnaissance du dispositif, ce qui interroge la pertinence de la stratégie de communication.

En définitive, l'enquête met en lumière une présence contrastée des inspecteurs : forte dans certains contextes, mais insuffisante ailleurs. Pour améliorer l'efficacité du système, il est nécessaire de renforcer leur implantation dans les lycées privés et périphériques, diversifier les canaux de communication (notamment numériques) et sensibiliser davantage les élèves à l'importance de l'orientation.

### 4.3- Connaissance des enquêtés sur le processus d'information et d'orientation

**Graphique à barres 3 : La perception par les nouveaux bacheliers des informations reçues de la part des inspecteurs d'orientation**



**Source :** Enquêtes réalisées par ARSÈNE Amessan, juillet 2024, Abidjan

#### *Satisfaction mitigée des nouveaux bacheliers face aux inspecteurs d'orientation*

Le graphique à barres 4 révèle une **satisfaction mitigée** des nouveaux bacheliers vis-à-vis des informations reçues des inspecteurs d'orientation. En effet, **51 %** se déclarent satisfaits, tandis que **42,50 %** expriment une insatisfaction totale, et **1,50 %** n'ont pas répondu. Ce quasi-équilibre traduit une communication jugée utile par une majorité, mais encore insuffisante pour une part importante des élèves. Cette situation met en évidence plusieurs points :

- **Une efficacité partielle** : plus de la moitié des bacheliers reconnaissent l'utilité des informations, ce



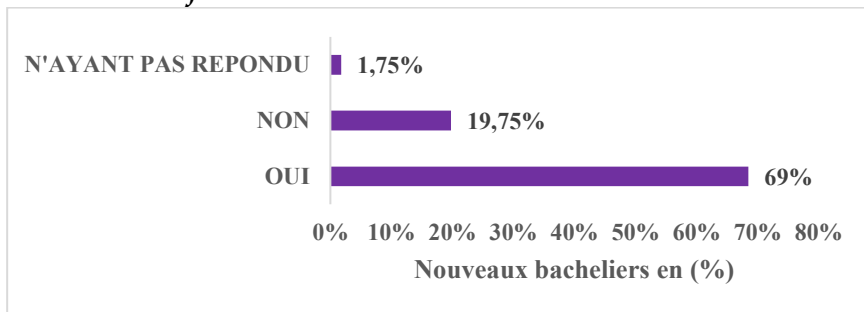
Received: 14/11/2025 Accepted: 03/01/2026 Published: 17/03/2026

qui confirme que le dispositif institutionnel joue un rôle réel dans l'accompagnement.

- **Un déficit de qualité et de pertinence** : la forte proportion d'insatisfaits (42,50 %) montre que les informations officielles fournies ne répondent pas toujours aux attentes, qu'elles manquent de clarté ou d'accessibilité.
- **Un problème de perception** : le faible taux de non-réponses (1,50 %) suggère que les élèves connaissent le dispositif, mais ne le considèrent pas toujours comme essentiel ou crédible.

En résumé, ces résultats traduisent une **fragilité du système d'orientation** : les inspecteurs sont présents, mais leur communication reste inégale et parfois inefficace. Pour améliorer la situation, il faut **renforcer la qualité des informations**, les rendre plus accessibles et adaptées aux besoins des bacheliers, et diversifier les supports de diffusion (rencontres directes, plateformes numériques, campagnes ciblées). Autrement dit, l'enjeu est de transformer la visibilité actuelle des inspecteurs en une **véritable valeur ajoutée**, capable de garantir une orientation plus claire, équitable et pertinente.

**Graphique à barres 4 : La contribution réelle des journées de l'orientation dans l'acquisition, par les bacheliers y participant, d'informations suffisantes et fiables pour bien choisir leurs filières d'orientation.**



**Source :** Enquêtes réalisées par ARSÈNE Amessan, juillet 2024, Abidjan.



### **Efficacité des journées et salons d'orientation selon les nouveaux bacheliers**

**Le graphique à barres 5** montre que **69 %** des nouveaux bacheliers ayant participé aux journées et salons d'orientation se disent satisfaits des informations reçues, car jugées fiables et utiles pour le choix de leur filière. Ce résultat confirme l'importance de ces dispositifs interactifs, qui apparaissent comme des espaces privilégiés de sensibilisation et de diffusion d'informations académiques. Leur efficacité tient, néanmoins, à la possibilité pour les élèves d'échanger directement avec des professionnels de l'orientation et de découvrir concrètement les filières disponibles.

Cependant, la proportion de **19,75 %** de nouveaux bacheliers insatisfaits révèle des limites importantes. Elle traduit soit une inadéquation entre les attentes des élèves et le contenu proposé, soit une insuffisance dans la qualité ou la profondeur des informations délivrées. Autrement dit, si ces journées jouent un rôle central, elles ne parviennent pas toujours à répondre aux besoins spécifiques de tous les participants, notamment ceux issus de filières moins représentées ou de zones éloignées.

Par ailleurs, les **1,75 %** de non-réponses peuvent refléter une indifférence, une méconnaissance du dispositif ou encore une difficulté à évaluer la pertinence des informations reçues. Ce chiffre, bien que faible, souligne l'importance d'améliorer la communication et l'accompagnement pour que chaque nouveau bachelier perçoive la valeur ajoutée de ces événements. Au final, cette enquête confirme l'utilité des journées et salons d'orientation, mais elle met aussi en évidence la nécessité de renforcer leur contenu, leur

accessibilité et leur adaptation aux profils diversifiés des nouveaux bacheliers.

Pour accroître leur impact, il faut diversifier les supports (*numériques, ateliers pratiques, témoignages d'anciens étudiants*), assurer une couverture plus homogène sur l'ensemble du territoire et mieux intégrer les inspecteurs d'orientation dans ces dispositifs. Ainsi, ces journées pourraient évoluer d'un simple cadre informatif vers une véritable plateforme inclusive et stratégique d'accompagnement académique et professionnel.

## **5. Discussion des résultats obtenus**

### **5.1. La théorie de la communication organisationnelle : un fondement stratégique pour l'orientation des nouveaux bacheliers en Côte d'Ivoire**

En Côte d'Ivoire, les objectifs et la nature de l'orientation dépendent des choix politiques et de la politique nationale de l'éducation établis par l'Etat. C'est lui qui détermine le caractère premier de l'orientation. La théorie de la communication organisationnelle permet de justifier la décision de l'Etat ivoirien d'organiser seul le processus d'information et d'orientation des nouveaux bacheliers. La décision de l'Etat ivoirien d'organiser seul ce processus via des plateformes s'inscrit dans une logique de communication organisationnelle. Il s'agit pour lui de contrôler les messages fournis aux nouveaux bacheliers car, en centralisant la communication, il évite les distorsions, les rumeurs et les interprétations erronées qui peuvent surgir des canaux informels. Il veut uniformiser les procédures, car une plateforme unique permet de standardiser les étapes (*paiement, choix de filières, impressions de fiches*), garantissant



Received: 14/11/2025 Accepted: 03/01/2026 Published: 17/03/2026

ainsi l'équité et la transparence. L'Etat aspire, de la sorte, renforcer sa légitimité, car en se positionnant comme l'unique source d'information officielle, il affirme son autorité et sa responsabilité dans l'orientation académique. Il veut donc réduire les incertitudes et assurer la réussite car une communication institutionnelle bien structurée rassure les nouveaux bacheliers et leurs familles, en leur offrant des repères clairs.

Au passage, il faut relever que cette théorie distingue la communication institutionnelle (*portée par l'Etat ou ses organes*) de la communication informelle (*portée par les pairs, les réseaux sociaux, les forums*). En choisissant de monopoliser le processus, l'Etat veut limiter les interférences des sources non vérifiées, préserver la crédibilité du système éducatif, orienter les comportements des nouveaux bacheliers vers des choix conformes aux politiques et objectifs publiques préétablies. Cette approche lui permet de piloter les flux d'orientation en fonction des capacités des établissements, collecter des données fiables pour la planification académique, éviter les dérives commerciales ou les pressions sociales liées aux filières. Pour l'essentiel, cette théorie convoquée éclaire la décision de l'Etat ivoirien comme une stratégie visant à garantir la cohérence, la légitimité et l'efficacité du processus d'orientation. Elle montre que la centralisation de l'information n'est pas seulement une mesure administrative, mais une démarche communicationnelle structurée, au service de la gouvernance éducative.

Cependant, de nombreuses insuffisances persistent et compromettent l'efficacité des dispositifs de communication institutionnelles. Il y a d'abord l'offre universitaire publique qui reste inadéquate face à la demande croissante, entraînant

la saturation des filières et le redéploiement de nombreux bacheliers vers des établissements privés, souvent sans préparation. Ces établissements sélectifs posent des enjeux de coût et de qualité et privilégient l'employabilité. Cette situation révèle une désorientation accentuée par l'absence d'interaction entre secondaire et supérieur, le manque d'accompagnement structuré, la faible présence des inspecteurs d'orientation dans certains établissements, et une communication descendante encore peu interactive. L'absence de plateforme centralisée, la faible accessibilité numérique en zones défavorisées et l'influence familiale ou sociale aggravent les inégalités.

Par ailleurs, les réseaux sociaux et groupes informels, bien qu'influents, demeurent peu intégrés aux dispositifs officiels, favorisant parfois la désinformation. Le manque de contenus innovants et de suivi post-orientation fragilise l'intégration des nouveaux bacheliers et accroît les risques de réorientation tardive.

En réalité, les stratégies institutionnelles d'information, encore trop ponctuelles, peinent à répondre efficacement aux besoins croissant d'information des nouveaux bacheliers qui ont recours de plus en plus à des canaux de communication non institutionnels, favorisé par l'essor des nouvelles technologies, jugés plus accessibles pour s'informer et s'orienter. **Et la théorie du sentiment d'efficacité personnelle justifie amplement cette nouvelle orientation empruntée par les futurs étudiants dans leur quête d'informations.**

## **5.2. La Théorie du sentiment d'efficacité personnelle et les choix des filières d'orientation**

Le recours croissant des nouveaux bacheliers ivoiriens aux stratégies de communication non institutionnelles est



Received: 14/11/2025 Accepted: 03/01/2026 Published: 17/03/2026

expliqué par la théorie du sentiment d'efficacité personnelle développée par Albert Bandura. Cette théorie explique que les nouveaux bacheliers se tournent de plus en plus vers des sources informelles parce qu'ils croient que ces canaux leur permettront d'atteindre leurs objectifs, à cause des incertitudes du système formel. En Côte d'Ivoire, les nouveaux bacheliers doivent souvent choisir une orientation universitaire ou professionnelle dans un contexte marqué par une information institutionnelle parfois insuffisante ou difficile d'accès, des doutes sur la fiabilité ou la clarté des canaux officiels, une forte influence des pairs, réseaux sociaux, forums, et groupes WhatsApp. Selon Bandura, ces jeunes peuvent développer une forte croyance en leur capacité à naviguer le système éducatif en utilisant des sources alternatives (*réseaux sociaux, forums, témoignages, conseils de pairs*) car ils perçoivent les canaux informels comme plus réactifs, accessibles et adaptés à leurs besoins immédiats. Ces canaux, empathiques, renforcent leur confiance, facilitent la compréhension et favorisent l'autonomie décisionnelle. Ils ont souvent observé des pairs réussir grâce à ces sources, renforçant leur propre sentiment d'efficacité. Ils croient pouvoir mieux comprendre et interpréter l'information via des discussions informelles que par des brochures ou sites institutionnels. Ce recours est donc justifié par une stratégie adaptative des nouveaux bacheliers qui s'ajustent à un environnement perçu comme complexe ou opaque, un désir de ces bacheliers de reprendre la main sur leur avenir, en choisissant des sources qu'ils maîtrisent. Une validation sociale, les témoignages et conseils d'anciens bacheliers renforcent leur confiance en ces canaux. Ce recours aux sources informelles constitue une manifestation concrète de

leur sentiment d'efficacité personnelle, car ils croient pouvoir réussir leur orientation en s'appuyant sur des moyens qu'ils jugent plus efficaces, même s'ils sont informels.

Cependant, un usage exclusif ou non encadré de ces canaux informels comporte des risques préjudiciables à l'avenir de ces futurs étudiants.

### **5.3. Les risques liés au recours aux stratégies de communication non institutionnelles**

Les canaux informels (*forums, réseaux sociaux, etc.*) exposent les nouveaux bacheliers à la désinformation, aux rumeurs ou aux arnaques. Ainsi, les témoignages individuels, souvent non représentatifs, peuvent induire des attentes irréalistes et des choix inadaptés. L'absence de régulation creuse les inégalités entre jeunes connectés et ceux dépendants des dispositifs officiels. La surcharge informationnelle complique la distinction entre données fiables et messages contradictoires, nuisant à la prise de décision. La diffusion de stéréotypes et de conseils biaisés peut orienter les bacheliers vers des filières inappropriées et fragiliser leur parcours académique.

Face à ces limites embûches qui créent des désagréments dans les parcours universitaires, l'État ivoirien doit songer à intégrer l'éducation à l'orientation dans le processus d'orientation, afin d'assurer aux nouveaux bacheliers une transition plus équitable vers l'Enseignement Supérieur.

### **5.4. L'éducation à l'orientation : un levier stratégique de communication**

L'éducation à l'orientation est une nécessité stratégique pour accompagner les nouveaux bacheliers dans leurs choix, réduire les frustrations liées aux affectations imposées et



Received: 14/11/2025 Accepted: 03/01/2026 Published: 17/03/2026

soutenir le développement socio-économique du pays. Cette éducation préconisée se distingue de l'actuelle information ponctuelle des nouveaux bacheliers, effectuée par les autorités ivoiriennes de l'éducation. Elle se caractérise par son caractère continu, réflexif et personnalisé. Elle repose sur la connaissance de soi, la découverte des environnements professionnels et académiques, le développement de compétences décisionnelles. Elle s'inscrit ainsi dans une logique de formation à la citoyenneté et à l'autonomie, en permettant aux élèves de construire progressivement leur projet personnel et professionnel jusqu'à l'Enseignement Supérieur. Cette éducation visera à donner à chaque élève, dès la classe de 5<sup>e</sup> par exemple et tout au long de la scolarité, les outils, les compétences et la méthodologie qui lui permettront de construire graduellement son projet aux différentes étapes de sa formation. En intégrant cette éducation à l'orientation dans le parcours des futurs bacheliers, l'Etat ivoirien investira dans une stratégie de communication durable qui favorisera la réussite académique, l'insertion professionnelle et la cohésion sociale. Les nouveaux bacheliers seront mieux préparés à des choix académiques et professionnels éclairés, et l'efficacité du système éducatif et l'insertion socio-économique des jeunes seront renforcées. Ce sera, pour l'Etat, un levier essentiel pour transformer l'éducation en moteur de développement.

Mais, pour la réussite de cette nouvelle politique d'orientation, tous les acteurs du système devront être impliqués dans cette éducation orientante. Leur formation et leur accompagnement sont donc essentiels pour les outiller et construire une culture d'orientation partagée. Les théories du choix rationnel, de l'adéquation formation-emploi et de

l'équité sociale offrent une base solide pour justifier cette démarche d'orientation préconisée.

## **Conclusion**

L'examen des données relatives aux choix de filières d'orientation en Côte d'Ivoire met en lumière un enjeu central : la faiblesse de l'information disponible et l'insuffisance de l'accompagnement des nouveaux bacheliers vers l'Enseignement Supérieur. Cette situation favorise des décisions influencées par le suivisme, l'effet de mode ou les pressions sociales, au détriment d'une orientation rationnelle et motivée. Les conséquences sont multiples : inadéquation entre formation et emploi, risque accru d'échec académique, et saturation de certaines filières sans réelle correspondance avec les besoins du marché du travail.

Si les inspecteurs d'orientation demeurent des acteurs déterminants de ce processus, aux côtés des chefs d'établissement et des équipes pédagogiques, les événements d'orientation et les outils numériques apparaissent comme des leviers complémentaires, capables de pallier les insuffisances du suivi personnalisé et de renforcer l'autonomie décisionnelle des élèves. Aussi, pour répondre aux défis auxquels le système éducatif ivoirien demeure confronté dans son ensemble, il importe, pour l'Etat, de consolider ces dispositifs, d'en assurer la régularité et la pérennité et d'en élargir l'accessibilité, notamment dans les zones défavorisées. Une telle démarche contribuerait à une information plus équitable, à une orientation plus efficace et mieux alignée sur les objectifs de performance nationale de développement.



Received: 14/11/2025 Accepted: 03/01/2026 Published: 17/03/2026

Toutes les époques ont eu l'impression de traverser une crise, de vivre un désir de changement, de s'engager dans une voie nouvelle. Toutes ont éprouvé le besoin de faire le point, de présenter le bilan de cette immense entreprise qu'est l'œuvre humaine. Ce travail a essayé, à sa manière, de faire le bilan de la gestion, par l'Etat de Côte d'Ivoire, du processus d'orientation des nouveaux bacheliers qui lui a été confié par les années précédentes, d'évaluer la portée de l'information fournie aux nouveaux bacheliers dans leurs choix des filières d'orientation, avant de proposer une voie nouvelle par laquelle il souhaite envoyer les futurs étudiants vers de nouveaux horizons. Une orientation bien pensée ne se limite pas à informer : elle inspire, accompagne et valorise les talents. En donnant aux nouveaux bacheliers les moyens de faire des choix éclairés grâce à une éducation continue, la Côte d'Ivoire investit mieux dans son capital humain et prépare des générations capables de relever les défis à venir. D'où la suggestion de l'éducation à l'orientation. Elle permettra de transformer l'orientation en un véritable levier de réussite académique et professionnelle, tout en contribuant à une meilleure planification du système éducatif et à l'optimisation du capital humain ivoirien.

## Bibliographie

**CAMES (Conseil Africain et Malgache pour l'Enseignement Supérieur)**, « *Réflexions sur l'orientation post-bac en Afrique francophone* », Rapport 2020, Secrétariat général du CAMES, Ouagadougou, Burkina Faso, entre 20 et 40 pages.

- CAMES (Conseil Africain et Malgache pour l'Enseignement Supérieur)** (30 juin, 2021). « *L'articulation entre secondaire et supérieur : enjeux et perspectives* », Rapport de travail, Édité par le Secrétariat général du CAMES, Ouagadougou, Burkina Faso, 15 pages.
- DIALLO Mamadou** (2019), *Communication éducative et accès à l'information scolaire en Afrique de l'Ouest*, Éditions L'Harmattan, Dakar, Sénégal, 147 pages.
- KONE Adama**, (2020). « *Les déterminants du choix des filières universitaires chez les étudiants ivoiriens* », Revue Ivoirienne de Sciences Sociales, Vol. 5, n°2, pp. 45–62, Abidjan, Côte d'Ivoire, Université Félix Houphouët-Boigny, centres de recherche en sciences humaines et sociales, 18 pages.
- Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique (MESRS)**, Côte d'Ivoire (2023), *Rapport annuel sur l'orientation des bacheliers*, Secrétariat général du MESRS Abidjan, Côte d'Ivoire, 25 et 35 pages.
- Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique (MESRS)**, Côte d'Ivoire (2025), *Guide d'orientation des nouveaux bacheliers*, Guide Institutionnel, édité annuellement par le Secrétariat Général du MESRS, Abidjan, Côte d'Ivoire, Edition 2025 ;
- N'GORAN N'FAISSOH FRANCK STEPHANE**, (Mai 2025), *Perception de la note et comportements déviants des étudiants en milieu universitaire à Abidjan (CÔTE D'IVOIRE)*, Revue Fulbright- Afrique, 35 pages.
- N'GUESSAN Koffi**, (2020). « *Les défis de l'orientation scolaire en Côte d'Ivoire : entre saturation des filières et déficit*



Received: 14/11/2025 Accepted: 03/01/2026 Published: 17/03/2026

*d'information* », Revue Ivoirienne de l'Éducation, 12(1), 45–62, Abidjan, Côte d'Ivoire, 18 pages.

**N'GUESSAN Koffi**, (2022). « *Réseaux sociaux et orientation scolaire : entre opportunité et désinformation* », Mémoire de Master, Université Félix Houphouët-Boigny, Abidjan, Côte d'Ivoire.

**N'GUESSAN, Koffi** (2018) – *L'orientation scolaire et universitaire en Côte d'Ivoire : enjeux et perspectives*. → Article académique analysant les limites du système avant et après la réforme, notamment la fracture numérique et la centralisation.

**Simon Benjamin BASSOLE**, (2025), "*La 8e édition des Journées d'orientation du bachelier prévue du 15 au 17 juillet à l'université de Cocody*", publié le 7 juillet 2025 sur le site de l'Agence Ivoirienne de Presse (AIP).

**TCHAM Michel. & KOUADIO Ange**, (2019). « *Communication institutionnelle et orientation scolaire : étude comparative entre zones urbaines et rurales* », in Revue Communication & Société, 8(2), 88–105, Canada, Québec, Montréal, Édition les Presses de l'Université du Québec (PUQ), 17 pages.

**UNESCO** (2021), « *Repenser l'orientation scolaire et professionnelle en Afrique subsaharienne* », Paris, France, UNESCO, 21 pages.

**UNESCO**, (2017). « *L'orientation scolaire et professionnelle en Afrique : enjeux et perspectives* », Paris, UNESCO, 21 pages.