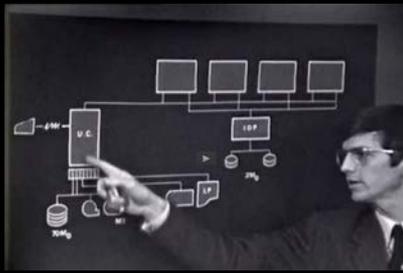
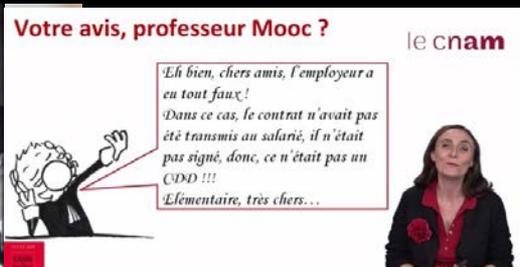
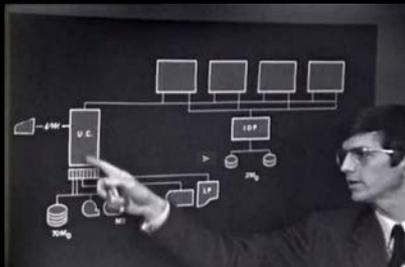


Le Conservatoire national des arts et métiers, un écosystème favorable au développement des usages du numérique



le cnam

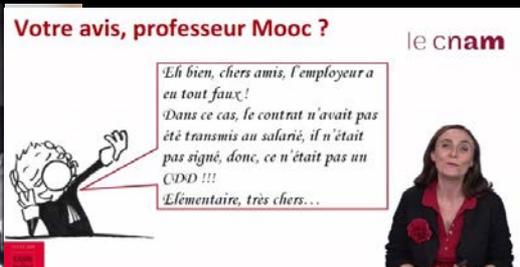
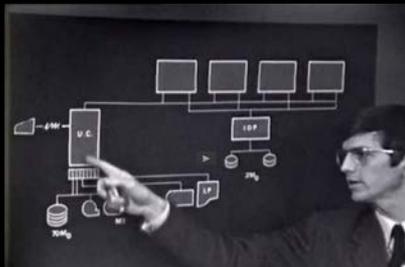
- Une mission historique « Omnes docet ubique »
- De la télévision du milieu des années 60 aux MOOC, une relation complice avec les technologies
- Une offre de formation modulaire
- Les auditeurs du Cnam sont des actifs
- Plus de 50% de l'offre de formation accessible à distance
- Plus de 10 000 classes numériques actives sur la plateforme du Cnam
- Un réseau de centres Cnam en France et dans le monde



le cnam

En 2011 le Cnam décide de penser sa stratégie numérique pour prendre en compte :

- Les attentes sociales de ses auditeurs en matière de formation et de numérique
- La variété des pratiques pédagogiques de ses enseignants (universitaires et experts du monde de l'entreprise)
- Les demandes émergentes des acteurs socio-économiques pour des dispositifs de formation outillés par le numérique



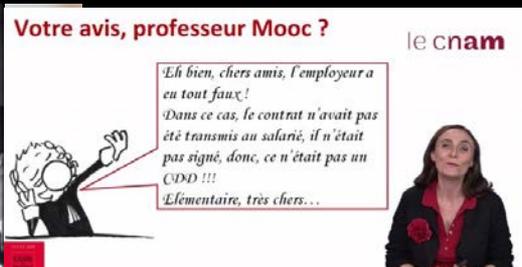
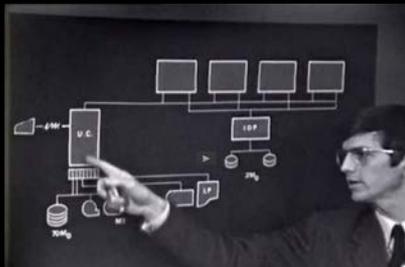
le cnam

L'élaboration de la stratégie numérique du Cnam n'a pas interrogé le SI global (couches basses et hautes) mais seulement son activité cœur de métier : la formation tout au long de la vie.

3 axes structurants :

- Des programmes de transformation par le numérique
- Une offre numérique « massive »
- Une offre de formation continue numérique pour les entreprises et les institutions à l'échelle de la francophonie

Et un pari : les projets stratégiques devraient entraîner l'évolution des différentes briques du système d'information



le cnam

Un schéma directeur composé de 6 programmes et 32 projets

Gouvernance et
organisation

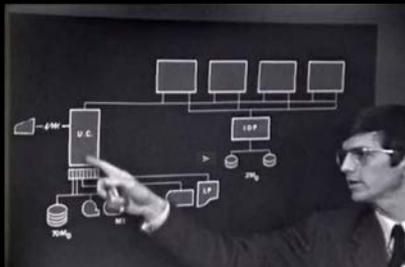
Services aux
métiers

Services
d'accompagnement
des auditeurs

Attractivité de
l'offre

Infrastructures

Nouvelles offres /
Nouveaux publics

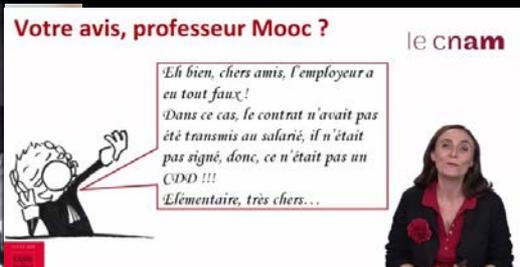
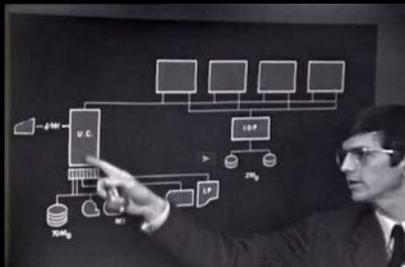


le cnam

Un schéma directeur composé de 6 programmes et 32 projets

Gouvernance et
organisation

Nouvelles offres /
Nouveaux publics



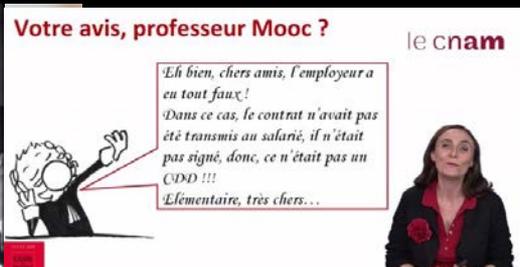
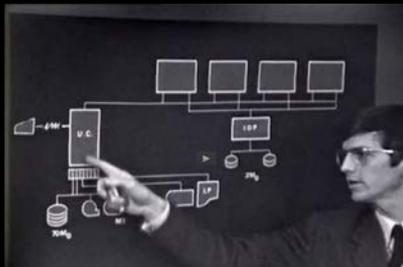
le cnam

Pour la gouvernance et l'organisation :

- Ne pas construire « l'étoile noire »
- Faire confiance aux territoires, au sens des métiers comme au sens géographique (le Cnam est un réseau !)

Au bout de deux ans, les acteurs du numérique se donnent de nouveaux noms :

- Un service informatique devient un laboratoire numérique
- Le service TICE devient un service d'accompagnement aux usages du numérique
- Le service de production audiovisuel s'appelle maintenant « la fabrique »



le cnam

Ce qui était en jeu pour
une nouvelle offre

La **M**asse

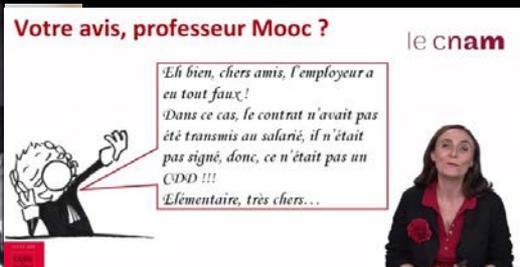
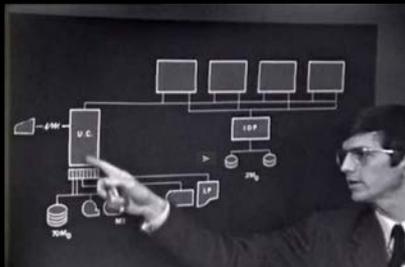
L' **O**uverture

Stratégie :

- Les missions de nos établissements par rapport à une demande sociale et/ou la construction de la marque
- La place des MOOC par rapport à notre offre de formation : substitution ou complémentarité

Tactique :

- La mobilisation des moyens humains et techniques
- La résolution de l'équation économique



le cnam

Ce qui était en jeu pour
une nouvelle offre

La **M**asse

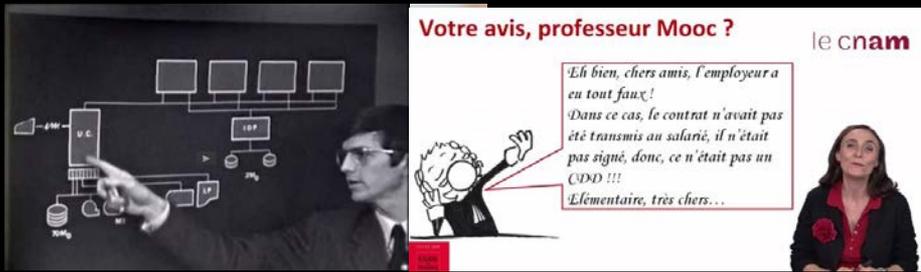
L' **O**uverture

Stratégie :

- La formation tout au long de la vie pour la francophonie
- Une offre complémentaire par rapport à notre offre de formation

Tactique :

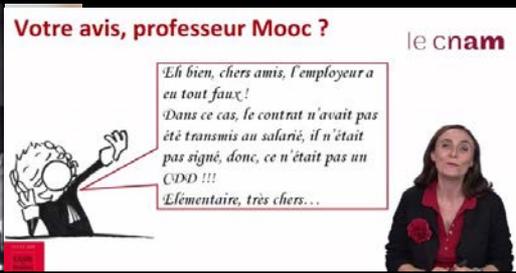
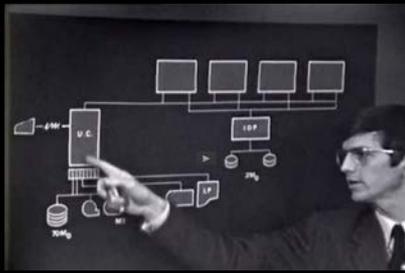
- Une adéquation renforcée entre moyens et technologies
- Le numérique au service de nos missions de service public
- L' intérêt d'organisations privées et publiques la privatisation des MOOC



le cnam

... Deux ans plus tard

- Visibilité du Cnam renforcée : nous totalisons près de **300 000** inscriptions cumulées sur les 24 sessions de nos 20 MOOC
- Un public qui est celui du Cnam
- Un taux de satisfaction en 85 % et 95 %
- Des MOOC certifiants et utilisés en FOD
- Adaptation et Commercialisation des MOOC en B2B
- Des MOOC coproduits (Institut Pasteur, CSFRS)
- Des MOOC intégrés dans le cursus d'universités francophones : Universités du Cambodge, de Madagascar, d'Haïti, formation de plus de 2 000 doctorants de 5 universités marocaines



le cnam

Des MOOC intégrés dans le cursus d'universités francophones : Universités du Cambodge, de Madagascar, d'Haïti, formation de plus de 2 000 doctorants de 5 universités marocaines...

Qui révèlent au-delà du phénomène des MOOC :

- L'attente d'une offre de formation francophone outillée par le numérique
- La nécessité de proposer des démarches variées : co-construction, adaptation, incarnation

Et donc des perspectives de collaborations entre nos établissements