

# J e u n e s s e & **ENTREPRISES**

Le journal de l'Association Jeunesse et Entreprises

## DOSSIER

**GRAND ANGLE** p. 3

**Améliorer  
le parcours  
d'orientation  
des jeunes**

**FOCUS** p. 12

**Christian Lurson,  
SODEXHO**

**RÉSEAU** p. 16

**Nouvelles  
des Clubs AJE**

**ANALYSES** p. 20

**L'emploi  
des jeunes  
revient  
à un rythme  
honorabile**

**JEUNES, AUGMENTEZ  
VOS CHANCES LORS  
DE LA RECHERCHE  
D'UN JOB !**

**Numéro 40** • 4<sup>e</sup> trimestre 2007 - ISSN 1769 - 4698

[www.jeunesse-entreprises.com](http://www.jeunesse-entreprises.com)



## Un colloque symbolique à la Sorbonne

LE COLLOQUE annuel d'AJE est toujours une manifestation symbolique de l'intérêt grandissant, peut-être même de la passion de certains d'entre nous, pour l'information, la formation et l'insertion professionnelle des jeunes.

Les troubles créés récemment par de jeunes désœuvrés justifieraient à eux seuls la continuité acharnée de notre action depuis vingt ans, et la jeune secrétaire d'État, Fadela Amara, nous conforte par son cri du cœur, aussi rugueux que sincère : **«Halte à la glandouille des jeunes!»**

Si notre importante réunion a lieu le 16 octobre dans le grand amphithéâtre de la Sorbonne, si chargé d'histoire, c'est que le ministre de l'Éducation nationale, Xavier Darcos, sera en quelque sorte chez lui, tout comme le recteur Maurice Quenet. Nos autres invités, Henri Proglio, président de Veolia Environnement, et Jean-François Bernardin, président de l'ACFCI, si présents dans cette bataille, nous montreront leurs actions en faveur des jeunes, de tous les jeunes. Car les trois études qui ont été menées par nos excellents experts d'AJE concernent le collège, le lycée et l'enseignement supérieur avec des recommandations fortes pour l'orientation professionnelle, souvent tâtonnante et parfois erronée. Mais la recherche précoce d'un métier ne peut être une démarche logique enseignée dans les bons livres. Ce numéro des Nouvelles de Jeunesse et Entreprises le montre éloquentement.

Et même plus tard, la recherche d'un emploi avec présentation d'un CV bref et convaincant n'est pas un long fleuve tranquille mais une rivière agitée, avec cascades et tourbillons, dont les meilleurs sauront sortir indemnes et parfois même renforcés.

L'accumulation des problèmes des jeunes pourrait nous rendre pessimistes. Mais l'intérêt constant des adultes responsables, le nombre d'excellents livres qui sortent actuellement sur les jeunes et leurs formations, le souci croissant des parents, la prise de conscience des enseignants et l'effort récent des entreprises pour investir dans la formation de leurs prochains salariés, tout ceci donne un regain à l'optimisme qui ne nous a jamais quittés, même si nous avons souvent trouvé, comme Sully Prudhomme, **«des lions debout sur notre chemin»**.

Yvon GATTAZ  
Président



## SOMMAIRE

### GRAND ANGLE

- Colloque national :  
Améliorer le parcours  
d'orientation des jeunes p. 3
- Semaine École-Entreprise :  
du 19 au 24 novembre p. 6
- Formation d'entrepreneurs :  
Challenges 2008  
et création d'entreprises p. 7

### DOSSIER

JEUNES, AUGMENTEZ  
VOS CHANCES LORS DE  
LA RECHERCHE D'UN JOB! p. 8

### OUTILS

#### Livres et CD-Rom :

- « Collège-Lycée : service public  
d'éducation ? »
- Le guide du parrainage AJE
- « Le DRH du 3<sup>e</sup> millénaire » p. 11

### FOCUS ENTREPRISE

#### Christian Lurson, SODEXHO :

« S'engager pour les jeunes » p. 12

### PARTENAIRES

- L'UNAPL p. 14
- Le CIDJ p. 15

### RÉSEAU

- Nouvelles des clubs p. 16
- AJE près de chez vous p. 17

### ANALYSES

- Comparaison interrégionale p. 18
- Le CAJ 40  
du 1<sup>er</sup> semestre 2007 :  
l'emploi des jeunes revient  
à un rythme honorable p. 20



## COMMENT AMÉLIORER LE PARCOURS D'ORIENTATION DES JEUNES, DU COLLÈGE À L'ENSEIGNEMENT SUPÉRIEUR ?

Le thème choisi par AJE pour son colloque national du 16 octobre 2007, « **Entreprises - Enseignants - Parents : Ensemble pour la réussite des jeunes** », a servi de fil conducteur à trois commissions de travail qui ont réuni l'ensemble des partenaires d'AJE en amont de la séance plénière et se sont appuyées sur la synthèse d'une enquête qualitative se rapportant à chaque commission : Collège, Lycée et Enseignement supérieur.

**C**ETTE ENQUÊTE, menée de juin à août 2007, qui a suscité des propositions et témoignages de grande qualité, a été dépouillée et analysée par Maurice Bruni, Françoise Corouge et Bernard Ferry, experts AJE, qui en ont réalisé la synthèse. Nous vous la restituons ci-après. Les résultats complets sont disponibles sur [www.jeunesse-entreprises.com](http://www.jeunesse-entreprises.com) à la rubrique Enquêtes.

### COMMISSION N° 1 - COLLÈGE « LA PREMIÈRE ÉTAPE D'ORIENTATION PROFESSIONNELLE »

#### Doit-on généraliser à tous les collégiens une introduction à la vie économique et aux métiers ?

Nombre de personnes estiment qu'il est nécessaire d'introduire les premiers éléments d'une formation à la vie économique et aux métiers pour tous les collégiens.

La grande majorité des personnes interrogées est en faveur d'une formation obligatoire sur la vie économique. Toutefois, certaines limites sont évoquées, comme la capacité d'accueil des entreprises et la nécessité de ne pas pénaliser les formations de base, qui seront indispensables pour éviter des rattrapages à l'âge adulte lors de reconversions.

L'évolution et le renforcement de la DP3 sont souhaités par le corps enseignant dans le cadre d'un partenariat avec les chefs d'entreprise, les fédérations professionnelles et les associations de parents d'élèves.

En conséquence de quoi, le positionnement de cette option et son contenu seraient à revoir dans le cadre plus général des programmes avec un système à deux niveaux :

- une formation obligatoire intégrant le stage d'observation actuel ;
- un enseignement optionnel, qui serait le prolongement plus approfondi de la formation générale.

Pour ce faire, une formation complémentaire pour tous les enseignants en charge de la DP3 et de l'orientation est souhaitable, ainsi qu'une formation à l'économie en IUFM sous forme de projet et de stage en entreprise.

Les enseignants et les représentants de l'économie s'accordent pour demander la multiplication des rencontres avec les acteurs de la vie active, à la condition que chaque action

soit bien préparée et fasse l'objet d'un travail de synthèse de la part du collégien.

Toutefois deux grands obstacles doivent être franchis :

- changer l'image de l'Option DP3, qui serait destinée aux moins bons élèves ou à ceux qui s'orienteraient vers des études courtes ou même l'alternance ;
- convaincre les entreprises de l'intérêt à moyen terme des stages de « découverte » ou d'« observation » qui ne débouchent pas immédiatement sur des embauches.

#### Comment faciliter et développer la rencontre entre les jeunes et l'entreprise ?

Une forte volonté de collaboration est présente de part et d'autre. Entreprises et enseignants se rejoignent notamment sur deux propositions de collaboration : la présentation des métiers par les parents d'élèves et les dirigeants d'entreprises locales, et le développement de forums, visites ou petits-déjeuners à thème.

Afin de motiver le corps enseignant, les parents, les jeunes et les entreprises, il convient de changer l'image de la formation professionnelle et d'engager un combat contre les préjugés mutuels. Cela passe également par l'explicitation des objectifs et des enjeux socio-économiques.

Le témoignage de jeunes salariés ou apprentis, le tutorat des collégiens par des lycéens ou étudiants, la création de binômes entre collégiens et salariés, sont autant d'idées évoquées.

#### Quelles actions mener, en amont, pour réussir une première orientation professionnelle ?

Afin de permettre aux collégiens de réussir une première étape d'orientation professionnelle, il convient de les sensibiliser aux métiers dès la 4<sup>ème</sup>, voire dès l'entrée au collège.

Il est regrettable de constater que le système actuel demande aux élèves les plus en difficulté de s'orienter le plus tôt, ce qui occasionne trop d'orientations par défaut.

Parmi les actions à mener, il est avant tout souhaitable de faire connaître aux collégiens la vie dans les entreprises et les différents métiers qui y sont exercés.

Il est regrettable que, de nos jours, les élèves ne soient toujours pas orientés en fonction du métier qu'ils souhaitent exercer, mais en fonction de leur potentiel à poursuivre ou non des études. Les parcours atypiques montrent pourtant que le premier choix n'est pas définitif.

**Des trois voies qui s'ouvrent en fin de 3<sup>ème</sup> : professionnelle, technique et générale, la voie générale est-elle suffisamment orientée vers un métier ? Comment améliorer l'information des jeunes ?**

Une minorité, constituée principalement d'enseignants, pense que la voie générale n'a pas vocation à être orientée vers un métier, même s'ils reconnaissent qu'une information sur l'économie est nécessaire.

À l'inverse, la majorité des personnes interviewées estime quant à elles, qu'il est souhaitable que la voie générale s'ouvre aux métiers.

La voie générale est trop souvent conseillée par les enseignants – pour les bons élèves – et permet d'attendre trois ans de plus sans perspective de métiers.

On pense plus filières d'études que filières de métiers.

Si les informations économiques sont faciles d'accès, celles relatives aux métiers sont incomplètes et souvent périmées.

Ainsi, l'initiative reviendrait aux entreprises et aux filières professionnelles relayées par les chambres consulaires d'améliorer l'information donnée aux jeunes.

Les parents d'élèves peuvent également tenir une place importante dans la collecte et la diffusion des informations.

Enfin, il est important de capitaliser le plus possible sur le « professeur » qui est le meilleur relais d'informations.

Pour véhiculer les messages sur l'entreprise, les jeunes apprécient les nouveaux modes de diffusion des informations tels que sites internet, jeux de simulation, blogs...

## COMMISSION N° 2 – LYCÉE

### « COMMENT ENRICHIR ENSEMBLE LES PARCOURS D'ORIENTATION DES JEUNES ? »

L'orientation des lycéens se précise en interne, c'est-à-dire à l'intérieur de l'établissement et se prépare en externe.

Les lycéens ayant souvent une vision limitée de la diversité des métiers, il est essentiel de leur faire découvrir toutes les possibilités offertes pour des compétences très variées.

La classe de seconde est jugée décisive pour l'orientation : c'est la classe au cours de laquelle doit se définir un réel projet d'orientation et permettre aux lycéens de construire un projet professionnel individualisé.

#### Responsabilisation des lycéens au regard de leurs démarches d'orientation

Il est nécessaire pour le lycéen de réaliser un bilan personnel dans les domaines du savoir (acquis/lacunes) du savoir faire (dans le cadre ou en dehors de l'enseignement) et du savoir être (personnalité, points forts, points de progrès...). Il s'agit en conséquence de mieux structurer l'emploi du temps des lycéens en prévoyant un crédit-temps visant à les sensibiliser aux démarches de l'orientation et en y intégrant des séquences de recherche documentaire. On pourrait aussi organiser un cours obligatoire sur le thème de « choisir son orientation ».

La création d'un « carnet d'orientation » qui suivrait le lycéen tout au long de sa formation permettrait d'avoir rapidement un aperçu de ses choix et « émotions » professionnelles, de son parcours et de ses aspirations.

Les propositions existantes ou nouvelles sont nombreuses : interventions de professionnels au sein des lycées, livres et/ou films sur les métiers, expériences d'immersion en entreprise, témoignages, travail des lycéens sur le tissu économique de leur région, participation obligatoire aux « portes ouvertes ».

Il faut aider les lycéens à assimiler les contraintes du marché de l'emploi, en diffusant le plus largement possible les perspectives d'embauche dans les différents secteurs et en les faisant bénéficier d'actions spécifiques telles que le bilan de compétences et l'entretien de motivation.

#### Modalités de mise en œuvre, au bénéfice des lycéens, d'une orientation continue, basée sur un suivi personnalisé

L'orientation continue basée sur un suivi personnalisé est indispensable.

Le suivi personnalisé peut se concevoir en trois étapes :

- un « contact orientation » en 3<sup>ème</sup> ;
- un accompagnement pour le choix de filière en 2<sup>nde</sup> – avec conférences, intervention d'anciens...
- une formation pré-filière, en classe de terminale générale, ainsi qu'une formation à l'organisation du travail personnel, dans un contexte universitaire ou de grandes écoles.

Quatre mesures d'accompagnement du suivi personnalisé ont été mentionnées : création d'un lien continu entre entreprises et lycéens en utilisant les nouvelles technologies (sites, blogs...), entretiens dans l'entreprise, parrainage, mise en pratique « d'ateliers de shadowing » qui visent à permettre aux lycéens de se rendre compte de la réalité d'un métier ou d'une fonction.

Il faut au niveau de l'Académie, un cadre de type « charte de développement des démarches éducatives en orientation » et des partenaires des mondes de la formation et de l'entreprise qui se connaissent. À cet égard, la mise en place d'un « enseignant référent école/entreprise » paraît très pertinente ainsi qu'un accompagnement des lycéens par des personnes issues du monde du travail.

En conclusion, dans les lycées généraux et technologiques, l'orientation professionnelle doit être structurée et valorisée, à l'égal des activités d'enseignement.

#### Clarification et dynamisation de l'articulation des interventions des différents acteurs

Les acteurs susceptibles d'intervenir dans l'orientation des lycéens sont nombreux. Chacun a un rôle important à jouer. Pour cela, il faut parvenir à casser les idées reçues qui ont tendance à générer des clivages. L'organisation de « tables rondes » apparaît un moyen privilégié. Il s'agit de tisser des liens par le biais de rencontres entre les professionnels – chefs d'entreprise, DRH – et les personnes en lien avec l'orientation (professeurs, cadres éducatifs, parents). Ces tables rondes peuvent également inclure des élèves.

La dynamique doit être impulsée au niveau de l'établissement scolaire ou du bassin d'établissements.

#### L'intégration de l'impact sur l'orientation des transformations liées à la situation de l'emploi, des métiers et des technologies.

Il est essentiel de pouvoir mener une réflexion approfondie, notamment sur l'évolution des métiers porteurs à 10 ans en s'appuyant sur les besoins de l'économie et sur



ceux des entreprises pour ajuster l'offre de formation de telle sorte que l'employabilité à l'issue des formations soit garantie, du moins sensiblement accrue.

Il pourrait être envisagé que chaque organisation professionnelle ou interprofessionnelle puisse proposer une information aux enseignants et/ou aux élèves avec un état des lieux : tissu économique, difficultés de recrutement dans certains secteurs, difficultés de débouchés sur certains métiers.

La nécessité d'une formation des enseignants, chefs d'établissement, chefs de travaux et COP est soulignée à de nombreuses reprises.

La formation doit conduire le lycéen à être « adaptable » afin d'éviter les impasses et de faciliter les reconversions. Enfin, il est important d'insister sur la réelle valeur ajoutée de la formation continue en entreprise.

### COMMISSION N° 3 ENSEIGNEMENT SUPÉRIEUR « PRÉPARER L'INTÉGRATION DES JEUNES EN ENTREPRISE »

#### Comment accompagner les étudiants tout au long de leur cursus pour les aider à optimiser leur parcours d'études supérieures et à utiliser au mieux les passerelles entre les filières ?

La validation d'un cycle universitaire doit être subordonnée à un stage en entreprise, nécessité déjà bien comprise dans les écoles.

Il faut initier très tôt une démarche de portefeuille de compétences : outils de connaissance de soi et de l'environnement de l'entreprise et de ses métiers. C'est pourquoi il est nécessaire de faire travailler les étudiants dès la première année sur la définition de leurs projets personnel et professionnel, en créant pour cela, au sein de chaque université, une structure paritaire permanente de conseil, coaching et orientation associant entreprises, enseignants et professionnels du recrutement. Des modules de sensibilisation à l'emploi (bilan de compétence, rédaction de CV, lettre de motivation, entretien de recrutement, VAE) sont à développer dans le cursus d'études.

Une idée serait de développer l'information sur les passerelles entre les filières, en n'omettant pas, en amont, d'orienter les étudiants vers les filières correspondant à leur projet professionnel.

Faire le lien entre l'enseignement et les attentes du monde professionnel est indispensable, par exemple, en faisant travailler les entreprises sur les contenus pédagogiques des programmes, en faisant intervenir les parents et les entreprises locales dans les universités et les écoles pour parler de leurs activités professionnelles, ou encore en intégrant des professionnels comme enseignants dans les cursus universitaires et les filières d'apprentissage.

Il est important que tous les étudiants soient informés lors de leur inscription sur les débouchés de leur filière. Des supports d'information mettant en relief les référentiels métier et études ainsi que les débouchés pourraient être créés.

#### Quelles actions pour aider les jeunes à se positionner sur le marché du travail en mettant en valeur non seulement leurs compétences et leurs diplômes mais aussi leur personnalité, leurs expériences personnelles et leur projet professionnel ?

Pour aider les jeunes à se positionner sur le marché du travail, il serait bénéfique de rendre obligatoire les stages en entreprise. À cet égard, la qualité de l'accueil des étudiants en entreprise revêt une importance particulière pour les mettre en confiance, encourager leurs initiatives et les réorienter en cas d'erreur de parcours.

Une autre suggestion serait de réaliser la dernière année de tous les cursus en alternance.

Enfin, le bénévolat et la prise de responsabilité en secteur associatif constituent des expériences personnelles et professionnelles valorisantes.

Le rôle de l'Université est aussi d'aider les étudiants à mettre en valeur leurs savoir-être et savoir-faire, autant que leur savoir, en incluant dans le cursus d'études des modules de formation pour faciliter leurs choix, affiner leur projet professionnel et les aider à s'approprier leur carrière grâce à des approches de type portefeuille de compétences, bilan personnel, VAE et à des rencontres avec les entreprises (forums).

#### Peut-on rendre plus accessible aux jeunes les opportunités de stage, de formation en alternance et d'offres d'emploi par une meilleure communication avec les entreprises ?

Le stage en entreprise, dans ses démarches et dans ses objectifs, doit être assimilé à un premier emploi. Il doit être généralisé, de même que l'alternance doit être encouragée par une démarche volontariste des écoles et des universités : en développant des partenariats avec les entreprises (création de réseaux à l'image des grandes écoles), en rendant plus lisibles pour les entreprises la cartographie des formations et compétences permettant une adéquation des cursus aux besoins du marché, et en valorisant les acquis de l'expérience professionnelle dans les parcours d'enseignement.

Par ailleurs, les entreprises doivent développer leur communication vers les jeunes qui constitueront leurs futures équipes. À cet égard, les salariés des entreprises peuvent être d'excellents vecteurs de communication.

Enfin, des moyens devraient être alloués à la gestion des offres des entreprises dans les lycées et les universités, celle-ci étant parfois difficile par manque de suivi et de coordination.

#### Faut-il préparer les jeunes – et comment – à la mobilité et à la formation permanente ? Comment y parvenir ensemble ?

En premier lieu, les jeunes doivent intégrer l'idée qu'un CDI ne constitue en fait qu'un début et non pas un but. Pour cela, il est nécessaire d'acquérir une bonne culture générale qui leur donnera l'agilité intellectuelle pour s'adapter aux situations nouvelles. L'Université doit ainsi enseigner la mobilité comme donnée fondamentale de la vie professionnelle et ne pas encourager une trop forte spécialisation initiale.

En effet, il faut apprendre au jeune à se positionner sur le marché, à avoir une attitude offensive plus que défensive et à devenir acteur de son développement, en encourageant le savoir-faire par le biais des stages et notamment les stages à l'étranger. Enfin, il est proposé d'utiliser la VAE pour prendre en compte les acquis professionnels et de doter les jeunes d'un portfolio de compétences dès le premier stage. ■

## NOUVEAU LANCEMENT DE LA SEMAINE ÉCOLE-ENTREPRISE

Du 19 au 24 novembre 2007 : du grain à moudre

Sept ans après sa création, la Semaine École-Entreprise aborde l'âge de raison avec optimisme : « professionnalisme » et regain d'initiatives sont à l'ordre du jour des Clubs AJE, en corrélation très certainement avec le développement de la Découverte professionnelle.

**F**IGURANT maintenant dans le calendrier annuel des manifestations organisées en partenariat avec le monde professionnel, la Semaine École-Entreprise a pu se développer grâce à l'étroite coopération du ministère de l'Éducation nationale, du Medef, du CJD et d'AJE.

### UNE PIONNIÈRE

Parmi nos fers de lance, il suffit d'observer les résultats probants de notre pionnière en Champagne-Ardenne, grâce au concours actif du Club AJE présidé aujourd'hui par Xavier Moreno. Cette mission spécifique qui lui a été confiée consiste à déplacer, au cours d'une semaine chaque année, 500 enseignants dans des entreprises lors d'une demi-journée, dont 300 dans la Marne.

### IMPLIQUER LES PARENTS D'ÉLÈVES

D'après Gwenaëlle Lamy, déléguée du Club AJE Finistère, de plus en plus de demandes émanent des établissements scolaires qui invitent les entreprises locales à se mobiliser en particulier pour intervenir dans les classes. Au programme d'AJE Finistère cette année : petits-déjeuners de rencontres chefs d'établissement - chefs d'entreprise, forte mobilisation des parents d'élèves pour parler de leurs métiers dans les classes et interventions de chefs d'entreprise afin d'y présenter leur parcours.

Autre exemple à suivre, le Club AJE 93 participe depuis quatre ans au « forum des métiers porteurs », et touche 82 collèges sur les 119 du département.

### QU'EST-CE QUE LA SEE ?

La Semaine École-Entreprise est née en 2000 d'un constat : malgré la multitude d'initiatives existantes pour faire connaître l'entreprise aux jeunes, et plus largement au système éducatif, l'entreprise demeure encore mal connue des élèves et de leurs professeurs. D'où cette initiative conjointe de l'Éducation nationale et du Medef à laquelle s'associent le Centre des Jeunes Dirigeants d'Entreprise et l'Association Jeunesse et Entreprises. La SEE s'est déroulée jusqu'à présent sept fois sur l'ensemble du territoire. Il s'agit d'une action de grande ampleur, menée sur le long terme. Elle a vocation à être renouvelée d'année en année pour toucher progressivement le plus grand nombre d'entreprises et d'établissements scolaires. C'est une opération nationale dans sa conception et sa coordination, mais dont la mise en œuvre est assurée aux niveaux local, départemental et régional, ou académique.

### LA VOCATION ET LES ENJEUX DE LA SEMAINE ÉCOLE-ENTREPRISE

Selon la lettre du ministre de l'Éducation nationale envoyée aux recteurs pour lancer officiellement l'opération 2007, les objectifs de la SEE sont les suivantes :

- faciliter le dialogue entre chefs d'entreprise et chefs d'établissement. Les équipes de direction d'entreprises et celles d'établissements scolaires sont également associées à l'opération ;
- transmettre à tous les jeunes l'envie d'entreprendre, le sens de la créativité, le goût du projet et l'esprit d'initiative. Le développement des mini-entreprises devrait s'en trouver encouragé ;
- aider à la connaissance de la réalité des entreprises par une meilleure approche du tissu économique local ;
- s'appuyer sur la DP3 : la généralisation du module DP3 à l'ensemble des collèges est consacrée pour 2007/2008 ;
- encourager le développement des séquences d'observation des classes de 3<sup>ème</sup> : l'Éducation nationale souhaite valoriser ce stage découverte de cinq jours en entreprise ;
- contribuer à la formation à l'orientation de l'ensemble des personnels éducatifs et en priorité, les enseignants de DP et les conseillers d'orientation ;
- renforcer les liens avec les IUFM : en organisant l'accueil en entreprise des enseignants, qui dans le cadre de leur formation initiale à l'IUFM, doivent accomplir un module de sensibilisation ;
- faciliter l'égalité des chances pour tous les jeunes à la recherche d'un stage.

Le Club AJE de Lorraine, quant à lui, lance un projet de mini-entreprise afin d'apporter une initiation à la vie économique aux élèves.

Dans le Nord, le Club AJE mène une action « Découverte de l'entreprise » pour les enseignants de collège à laquelle participent 15 établissements et autant d'entreprises.

De nombreux autres Clubs AJE organisent des actions dans le cadre de cette manifestation, par exemple à Marseille, en Vendée, dans le Val d'Oise, dans le Morbihan, ou encore dans le Pas-de-Calais. ■

### LA MALLETTE NUMÉRIQUE

Destinée à venir en support pour le lancement de nouvelles opérations, elle identifie et répertorie des actions de partenariats menées par type d'acteurs, responsables d'entreprise, équipes éducatives, élèves, parents d'élèves. Elle est accessible sur le site des partenaires et notamment sur [www.jeunesse-entreprises.com](http://www.jeunesse-entreprises.com) à la rubrique « Découvrir l'entreprise ».

## FORMATION D'ENTREPRENEURS...

### LES CHALLENGES DE JEUNESSE ET ENTREPRISES

#### UN PROJET GAGNANT-GAGNANT

AJE a lancé, dès la rentrée scolaire, avec sa nouvelle plaquette, la 4<sup>e</sup> édition des Challenges de Jeunesse et Entreprises, concours national destiné aux étudiants des IUT Techniques de Commercialisation, Écoles de Commerce, de Gestion et des sections BTS NRC (Négociation et Relations Clients), MUC (Management des Unités Commerciales), Assistant de Gestion PME-PMI, Commerce International, Assistant de Direction...

Ce concours permet aux jeunes d'aller à la rencontre des entreprises de leur environnement, dirigées par leurs créateurs, et de devenir leurs ambassadeurs aux niveaux national et local. Au travers d'un dossier réalisé en collaboration avec les entreprises, les jeunes mettent en exergue les domaines dans lesquels elles réussissent grâce à leur savoir-faire, leurs compétences et leur dynamisme.

Les Challenges d'AJE entrent dans le cadre des projets tutorés (voir encadré), constituant une opportunité unique

#### QU'EST-CE QU'UN PROJET TUTORÉ ?

C'est une prestation de service réalisée en continu sur l'année par un groupe d'étudiants de 2<sup>e</sup> année, voire de 1<sup>re</sup> année, encadré par un tuteur, en vue de répondre à la demande d'un commanditaire. Enseignant permanent, le tuteur contrôle le bon déroulement du projet et conseille les étudiants. Le projet tutoré fait partie intégrante de la scolarité de l'étudiant et est sanctionné par une note affectée d'un coefficient 2. Cette note mesure la qualité du travail réalisé ainsi que sa présentation écrite (rapport) et orale (soutenance).

##### • Ses objectifs :

- mettre en œuvre des méthodologies de résolution de problèmes ;
- travailler en équipe de façon autonome ;
- mieux connaître la réalité de l'entreprise ;
- développer son carnet d'adresses ;
- valoriser l'image de l'école et donc de son diplôme.

Pour tous renseignements : <http://www.jeunesse-entreprises.com>, rubrique Actualités – Challenges.

#### TÉMOIGNAGES D'ÉTUDIANTS

*« Nous avons pris au sérieux notre rôle d'ambassadeurs des entreprises pour participer au concours. Lors des différentes rencontres, nous avons agi professionnellement pour aborder les entreprises et valoriser l'image de l'IUT. »*

Les étudiants de l'IUT de Vannes

*« La remise des prix a été pour nous tous une expérience très valorisante, car nos efforts ont été récompensés. Les discours tenus à cette occasion nous ont vraiment apporté motivation et encouragements. »*

Les étudiants de l'IUT de Grenoble

et une passerelle idéale entre le monde étudiant et le monde du travail.

Les clubs et correspondants AJE apportent leur aide aux équipes d'étudiants engagés dans l'opération.

Date limite d'inscription : le 15 novembre 2007



### CONFÉRENCES-DÉBATS SUR LA CRÉATION D'ENTREPRISES DE CROISSANCE

AJE poursuit son Tour de France pour sensibiliser les étudiants de l'enseignement supérieur à la création d'entreprises de croissance, qui de TPE passeront à PE et deviendront ME.

#### À Nancy, le jeudi 11 octobre dernier

Reçus à l'École des Mines de Nancy, les participants ont pu dialoguer avec les chefs d'entreprise présents : M. Jean-Paul Maury, président-fondateur du groupe Maury-Imprimeur et vice-président de Jeunesse et Entreprises ; Thierry Alliotte, créateur du groupe Auxilia Medical et Martial Demange, créateur de DM Avenir Environnement.

#### PROCHAINES CONFÉRENCES

- Charleville-Mézières, le mardi 11 décembre.

Renseignements : Danielle Jacques – Tél. : 01 47 55 08 40  
e-mail : [danielle.jacques@jeunesse-entreprises.com](mailto:danielle.jacques@jeunesse-entreprises.com)

# JEUNES, AUGMENTEZ VOS CHANCES LORS DE LA RECHERCHE D'UN JOB!

Non, ce n'est pas un nouvel article donnant des conseils sur les meilleures méthodes et astuces pour décrocher un stage ou un emploi, mais seulement quelques idées simples destinées à changer la vision et l'approche d'un jeune en galère dans sa recherche, lorsqu'il est démoralisé par le manque de réponses à ses candidatures ou par l'absence d'entretiens.



**C**ETTE RÉFLEXION est la résultante de nombreux accompagnements individuels de jeunes par Jean-Pierre Zivy, complétée par une analyse de Jean-Claude Turquais sur le « savoir être ». Tous deux sont « experts AJE » et à ce titre, alimentent les travaux d'AJE grâce à leur expérience et à leur très bonne connaissance des jeunes.

## DIX IDÉES SIMPLES

### DÉCOUVREZ L'UNIVERS ÉCONOMIQUE DANS LEQUEL VOUS ALLEZ RENTRER

Il existe beaucoup de métiers, beaucoup de secteurs économiques, beaucoup d'entreprises, beaucoup de fonctions dans l'entreprise qui sont méconnus des jeunes, et même probablement inconnus. Il importe de les découvrir, d'abord pour se cultiver, mais surtout pour rechercher un job sur des marchés moins encombrés que le marketing, la finance, etc., dans les grands groupes bien connus de tout le monde.

Les moyens pour cela sont nombreux : revues spécialisées par secteur industriel ou économique, par fonction, guide des métiers, salons, et bien sûr annonces et sites internet. Oui, il faut lire beaucoup d'annonces, même celles qui ne semblent pas a priori intéressantes, pour élargir sa vision du marché du travail.

Cette découverte va bien sûr aider dans l'utilisation de la deuxième idée.

### DIVERSIFIEZ LA RECHERCHE

La recherche est trop souvent limitée, surtout au début, à la recherche du job idéal ; or, celui-ci n'existe probablement pas. L'idée est donc de poser sa candida-

ture de façon très large, en répondant à des annonces qui demandent un certain niveau de formation, par exemple Bac+3, même si ce n'est pas exactement son domaine de prédilection ou de formation.

Le premier avantage est bien évidemment de multiplier les chances de décrocher un entretien qui, même s'il n'est pas suivi d'une embauche, constituera tout à la fois un entraînement aux entretiens de recrutement et un boost au moral.

Le second avantage est qu'il permettra au jeune de découvrir une multitude de métiers et d'entreprises dont il n'a jamais entendu parler, et qui sont probablement porteurs d'avenir.

### LE CV SERT ESSENTIELLEMENT À DÉCROCHER UN ENTRETIEN

Le CV doit avant tout faire tilt lorsque le recruteur le voit au milieu d'une foule d'autres CV. Son rôle devient secondaire lors du face-à-face, où ce sont la personnalité du candidat, le jeu des questions/réponses, le « body language », qui font la différence.

Il faut savoir que le recruteur consacre de 10 à 30 secondes par CV et lettre de motivation lors de la première lecture de la pile qu'il a devant lui. Cette dernière doit donc être courte, concise et précise, et le CV doit se différencier à la fois dans le fond et dans la forme.

Bien sûr, lorsque votre CV aura passé avec succès le cap de la première lecture, il va être étudié en détail avant de vous convoquer.

### VOTRE CV DOIT DONC CHANTER POUR SE DIFFÉRENCIER

Par les caractères, l'utilisation judicieuse de couleurs foncées, le titre, la



## JEUNES, AUGMENTEZ VOS CHANCES LORS DE LA RECHERCHE D'UN JOB !

photo, votre CV va avoir du rythme, ce qui le rend agréable à regarder, à lire. Il va chanter ! Cela fera simplement la différence par rapport aux CV ternes qui circulent partout.

### MONTREZ VOTRE PERSONNALITÉ

Outre votre formation et vos expériences professionnelles, le recruteur vous sélectionnera pour votre personnalité (enthousiasme, dynamisme, efficacité, esprit de groupe, rigueur, etc.). Il importe de la transmettre via votre CV. À ce titre, vos centres d'intérêt peuvent témoigner facilement de votre personnalité : chef scout, président d'une association, capitaine d'une équipe de foot (y compris féminine !) sont révélateurs. Idem si vous avez financé vos études.

Vous pouvez aussi, après la description de chaque expérience, dire ce que vous avez exprimé, appris ou apprécié sur le plan personnel et comportemental. Votre CV doit vous ressembler, vous devez vous sentir bien avec lui.

### ADAPTEZ VOTRE CV

Votre CV ne doit pas être le même pour toutes les candidatures ; les points forts recherchés par le recruteur dans votre formation, vos expériences, et peut-être même dans vos centres d'intérêt, ne sont jamais les mêmes.

Il faut donc soigneusement rechercher dans l'annonce, ou sur le site internet de l'entreprise lorsqu'il s'agit d'une candidature spontanée, les éléments (mots-clés) qui séduiront le recruteur.

### FAITES ALORS BIEN RESSORTIR CES MOTS-CLÉS

Pendant les quelques secondes que le recruteur va consacrer à la première lecture, il doit saisir très vite ce qui est important ; ne le laissez pas vous découvrir au hasard de son regard, mais guidez son attention vers ce que vous considérez comme important pour lui, comme différenciateur !

En outre, l'entreprise doit avoir le sentiment que vous ne la contactez pas par hasard, au milieu de centaines d'autres ; la lettre doit aussi être unique, pas de « Madame, Monsieur, » par exemple.

### METTEZ UN TITRE À VOTRE CV

Il arrive que les recruteurs ne lisent même pas votre lettre de motivation ! Mais qu'il soit lue ou non, votre CV doit avoir un titre, pour qu'en un clin d'œil, le recruteur sache qui vous êtes (formation et personnalité), et ce que vous allez apporter à son entreprise (ce que vous recherchez). Bien entendu, ce titre changera à chaque candidature ; à titre d'exemple, un ingénieur chimiste pourrait mentionner le mot « chimiste » en écrivant à une entreprise de ce secteur, mais « ingénieur Bac+5 » lorsque la recherche est diversifiée. Ce titre devrait se limiter à deux lignes et une dizaine de mots, être centré entre l'état civil et la photo, encadré et légèrement grisé. C'est un exercice difficile qui demande de la créativité !

### RELANCEZ

Voilà, votre CV est parti ; n'hésitez pas à relancer après quelques jours. Quelques recruteurs n'aiment pas, mais



beaucoup apprécieront ce comportement pro-actif, signe d'un certain tempérament !

### PRÉPAREZ VOTRE ENTRETIEN

Comme un saut en parachute, un entretien se prépare ; lisez bien l'annonce, surlignez en jaune ce qui est important pour le recruteur, ou étudiez bien le site internet de l'entreprise, puis préparez vos questions (à poser) et vos arguments (à exposer) par rapport à ce qui sera sélectif.

### WIN-WIN

Gagnant-gagnant, tel est l'objectif d'un recrutement ; vous gagnez, parce que vous décrochez un job, et l'entreprise gagne parce qu'elle avance vers la réalisation de ses objectifs. Durant l'entretien, comportez-vous d'égal à égal !

### FAITES-VOUS ACCOMPAGNER PAR UNE PERSONNE EXPÉRIMENTÉE

La cerise sur le gâteau : ne restez pas seul(e) !

Que ce soit pour le moral et la confiance, ou pour évaluer la justesse de ses idées, la possibilité d'échanger avec une oreille attentive est un gros plus.

Outre les structures officielles, il existe de nombreux seniors, dirigeants, recruteurs, coachs, qui seuls ou dans le cadre d'associations, sont heureux de partager leur expérience avec les jeunes pour les aider à réussir plus vite et mieux.

Ne restez pas seul(e), prenez un accompagnateur !

En conclusion, il faut beaucoup de travail et d'énergie pour augmenter ses chances lors de la recherche d'un job, mais le jeu en vaut bien évidemment la chandelle. Laissez aux autres le soin de mettre leur CV en ligne, ou d'envoyer 500 CV ternes et identiques, et attendre.

## SAVOIR ÊTRE, OU... DE LA SÉDUCTION

C'est à la fin des années 90 que l'intrusion d'Internet dans le domaine de l'offre d'emploi et, dans une large mesure, dans celui du recrutement, a sensiblement modifié les pratiques en matière de recherche d'emploi. Des structures formelles ou informelles, des Services, des officines spécialisées, de multiples sites Internet proposent aujourd'hui une

aide formatée à la rédaction des CV, à celle des lettres de motivation, donnant à tout demandeur d'emploi la possibilité de s'adresser à un « guichet distributeur » pour obtenir ces documents. Ainsi, le candidat avec un stage d'aide moniteur de colonie de vacances pourra-t-il satisfaire aux conditions de recrutement exigées !

Depuis peu, de nouveaux moyens techniques, ignorés du grand public, viennent modifier la donne en matière de sélection des candidatures : des moteurs de recherche, à l'aide de logiciels spécialisés, trient par « mot-clé » contenu – ou non – dans les CV !

Pour autant, peut-on dire que l'accès – ou le retour – à l'emploi des demandeurs s'en trouve facilité ? À l'évidence non, puisque ce « parcours fléché » est devenu une exigence administrative formelle plus qu'un moyen de réelle sélection, même si ce parcours fléché reste incontournable, car de la réponse binaire qu'il apporte dépend « le » véritable moment de vérité que constitue l'entretien d'embauche.

C'est en réfléchissant à ce problème que plusieurs spécialistes du recrutement en sont venus à la conclusion que l'obstacle le plus grand rencontré par les demandeurs d'emploi pour venir – ou revenir – à l'emploi ne se situait pas, cependant, au niveau du « savoir faire » (contenu du CV, lettre de motivation, etc.), mais à celui de l'attitude et du comportement lors de l'entretien d'embauche (savoir être).

Cette question du « savoir être » est transgénérationnelle. Elle affecte tout autant, sans qu'il faille pour autant généraliser, le primo demandeur – jeune quittant le système scolaire et « affrontant » l'entreprise – que ceux déjà familiarisés, en principe, avec le processus d'un recrutement. De même, on remarque qu'elle est ressentie à tous les niveaux, diplômés et non diplômés étant pratiquement à armes égales dans ce domaine, seul le niveau d'éducation – d'éducation et non pas d'instruction – étant susceptible de le minimiser. Aucune surprise en cela quand on sait que deux attitudes dominantes sont au cœur du problème : la méfiance et l'anxiété.

## LA MÉFIANCE SE DÉSARME

La méfiance est le signe de la peur. Elle est le fait aussi bien du recruteur que du demandeur.

La méfiance est l'antithèse de la confiance. Si elle s'installe et perdure, aucune relation positive, saine, ne s'établira.

La méfiance est désarmée par le sourire, la courtoisie, la simple politesse.

La méfiance, une fois désarmée, permet d'avancer dans le dialogue, sur des bases sereines.

## L'ANXIÉTÉ SE MAÎTRISE

L'anxiété est plus complexe à dominer... et plus pour certains que pour d'autres !

Nous sommes tous susceptibles de l'éprouver, en fonction des circonstances.

Elle s'alimente de la peur de l'inconnu, de la conscience de nos points faibles, de la crainte d'un jugement négatif. Mais l'anxiété se maîtrise.

Quel est l'enjeu dans cette affaire ? Et s'il s'agissait tout simplement d'un problème de... séduction ?



Si l'on veut bien regarder la question sous cet angle, la stratégie à mettre en œuvre au cours d'un entretien d'embauche revêt un tout autre caractère.

La méfiance disparaît bien vite, parce que le sourire est là, et, dans le meilleur des cas, la politesse, la courtoisie. Encore faut-il, il est vrai, avoir ces « fondamentaux » dans sa culture de base ! Que chacun – ou chacune – s'interroge sur l'attitude qu'il – ou elle – adopte quand il (elle) veut séduire ?

Va-t-on se montrer gauche, mal à l'aise ? Ne va-t-on pas essayer de se montrer sous son jour le plus favorable ? Et trouver des mots et des arguments pour convaincre ? Ne va-t-on pas être attentif – très attentif ! – aux réactions de son interlocuteur ? Et chacun d'imaginer les différents scénarios de séduction dans lesquels il – ou elle – s'est trouvé(e) impliqué !

Bien sûr, il reste l'anxiété, la peur de « ne pas être à la hauteur ». Mais là, c'est la maîtrise de soi qui entre en jeu, et chacun fait avec les moyens qui lui sont propres.

Ainsi, on voit avec quelle évidence les étapes d'un scénario de séduction peuvent s'appliquer à un entretien d'embauche. Avec un double effet bénéfique éventuel : celui de la séduction réciproque.

On voit aussi combien il peut être délicat d'aborder le problème du « savoir être », appliqué au domaine de la recherche d'emploi, car il s'agit – c'est l'évidence avec l'évocation des mécanismes de la séduction – d'une intrusion dans l'Intime de chacun.

Nous abordons ici la phase de l'entretien d'embauche et des mécanismes à mettre en œuvre pour le réussir, mais il est tout aussi évident que les mêmes questions se poseront dans des termes pratiquement identiques lorsque nous aborderons la phase de l'intégration dans une nouvelle entreprise – singulièrement si c'est la première.

Là encore, les maître-mots seront écoute, courtoisie, politesse, disponibilité à l'autre, toutes choses qui sont le *bona* d'un comportement social bien compris, mais qui, pourtant, semblent si étrangères à l'esprit de beaucoup. Il est clair que si des notions aussi fondamentales, dans la vie en société, que le respect, la simple politesse, dans le verbe ou dans l'attitude, ne font pas partie des acquis de l'éducation, la confrontation avec les exigences de l'entreprise sera rude !

Tous les professionnels en charge du recrutement vous le diront : ce que recherche une entreprise, ce n'est pas un diplôme, éventuellement une expérience, une compétence, mais avant tout, une personnalité. La personnalité ne se déduit pas d'un CV, à peine plus d'une lettre de motivations. Qu'est-ce qui fera la différence – succès ou échec – sinon la séduction exprimée, sinon le savoir-être ?

**Alors, Jeunes : ayez confiance en vos talents !** ■

## COLLÈGE - LYCÉE : SERVICE PUBLIC D'ÉDUCATION ?

Agathe Berthier et Bernard Buffard • Éditions Bénévent

**A**NALYSONS à rebours chacun des termes en question.

- L'éducation? L'Éducation nationale se doit non seulement d'instruire, mais aussi d'éduquer. Éduquer qui? les enfants? leurs parents? Est-ce possible? Si oui, au prix de quelles réformes?
- Voyons le terme « public », qui évoque le spectacle. L'école est-elle devenue une ruineuse télé-réalité dont les acteurs – enfants, parents, enseignants – ont perdu le sens de leur rôle?
- Enfin, le « service ». L'école est en crise, indéniablement. Sert-elle encore à quelque chose?



à quelqu'un(e)? Si oui, à qui? aux élèves? au corps enseignant? aux entreprises? à la société?

Cet essai, après l'analyse de notre système éducatif actuel, œuvre au projet d'un enseignement souple, certes, mais exigeant et adapté au

binôme que forment l'élève et l'entrepreneur, pour une formation professionnelle et citoyenne fondatrice d'inéluctables mutations à venir dans un monde global.

Deux enseignants passionnés posent, sans démagogie, des actions réalisables et réalistes, pour que l'école soit enfin un service public de promotion de l'individu créateur de richesses à partager.

Agathe Berthier, certifiée de Lettres modernes en collège et Bernard Buffard, professeur technique agrégé, chef de travaux dans un lycée technologique, sont des enseignants créatifs et innovateurs dans leur fonction respective.

Soucieux de développer toutes les potentialités du système éducatif, ils souhaitent mener chaque jeune à un niveau de qualification.

Leurs actions en faveur des jeunes sont toujours à la base de leur engagement, comme en témoigne l'implication forte de Bernard Buffard au sein de Jeunesse et Entreprises en tant que Délégué régional et fondateur du Club AJE de Lorraine. ■

## LE GUIDE DU PARRAINAGE AJE SUR CD-ROM

**D**EPUIS plusieurs années, Jeunesse et Entreprises dispense des formations destinées aux réseaux de parrains des Missions locales. Le déroulement de l'intervention est basé sur un guide pratique destiné aux parrains, faisant ressortir les aspects à aborder avec leurs filleuls pour les mener vers une intégration réussie en entreprise. Cet outil comporte de très nombreux exemples concrets permettant au parrain de soutenir et d'enrichir sa démarche auprès du jeune.

Afin de dynamiser les sessions de formation que nous organisons en collaboration avec nos experts, nous avons réalisé, grâce au concours du ministère de l'Emploi, un CD-Rom aux rubriques interactives qui complètent utilement le guide papier.

Ainsi, dès la rentrée 2007, chaque parrain disposera d'un Guide du parrainage, d'un dépliant « le parrainage des jeunes pour faciliter leur accès à l'emploi » et du CD-Rom. ■

11  
20

## LE DRH DU 3<sup>e</sup> MILLÉNAIRE

Edgard Added - Carine Dartiguepeyrou - Wilfrid Raffard  
Michel Saloff Coste • Éditions Village Mondial

**E**N PRISE DIRECTE avec les contradictions et les évolutions de la société, le DRH a un impact considérable sur le bon fonctionnement et les résultats d'une entreprise. Personnage clé de la direction générale, proche collaborateur du président ou du directeur dont il est souvent le confident et le conseiller personnel, il doit aussi représenter l'intérêt général et se faire l'avocat des causes délicates, le défenseur des valeurs et de l'éthique de l'entreprise, le médiateur qui sera pour tous une référence autant qu'un compagnon de route.

Après une mise en scène des grands enjeux de cette fonction dont la complexité va croissant, ce livre rassemble les témoignages de personnalités majeures exerçant au sein de groupes prestigieux. Chacun s'est prêté à un entretien et à l'écriture d'un texte sur le thème « Le DRH du 3<sup>e</sup> millénaire ». Ils y évoquent tour à tour leur parcours, leurs



motivations, leur conception du rôle de DRH et leur vision des évolutions futures.

La dernière partie du livre est consacrée à l'analyse croisée et prospective des différents entretiens, ainsi qu'à une synthèse tournée vers l'avenir. Elle explore et met en perspective les grandes questions auxquelles la fonction se verra confrontée à l'horizon des prochaines décennies.

Un ouvrage riche d'enseignements, indispensable à tous les acteurs des ressources humaines (RH, consultants et institutionnels) qui souhaitent cerner les enjeux de leur profession et anticiper activement son devenir.

**Nous tenons à remercier particulièrement Edgard Added de son fidèle soutien à Jeunesse et Entreprises pour promouvoir une stratégie humaine tournée vers les jeunes.** ■



Christian Lurson, directeur des Ressources humaines de Sodexo France

# S'ENGAGER POUR LES JEUNES

Entreprise familiale créée en 1966, Sodexo est surtout connue comme le premier prestataire mondial de restauration collective dans les entreprises, les hôpitaux ou les établissements d'enseignement. Ayant étendu progressivement ses activités vers l'ensemble « des services qui améliorent la qualité de la vie au quotidien », Sodexo compte aujourd'hui 340 000 collaborateurs dans 84 pays. Avec 30 000 personnes, dont un millier de cadres, et connaissant une forte croissance, Sodexo France forme et recrute de nombreux jeunes.

« **L'**EMBAUCHE DES JEUNES fait un peu partie de notre ADN, assure Christian Lurson, directeur des Ressources humaines de Sodexo France. **Malgré un taux de rotation (« turn over ») très faible, de l'ordre de 11% pour les employés et 6% seulement pour les cadres, notre taux de croissance nous permet de faire appel à de nombreux jeunes. Nos activités nouvelles de services globaux à nos clients (« facilities management »), venues s'ajouter à celles plus traditionnelles de la restauration, créent en outre des besoins en postes qualifiés sur un spectre d'activité plus large.**

## PLUSIEURS MÉTIERS SUCCESSIFS

« **La croissance, poursuit Christian Lurson, permet d'offrir aux jeunes des opportunités en termes d'évolution, soit hiérarchique, soit en évoluant parmi plusieurs métiers différents au cours de leur carrière.**

« **Le premier profil caractéristique chez Sodexo consiste à**

## PRÉSENT DANS QUATRE-VINGT-QUATRE PAYS

Sodexo a été créée en 1966 à Marseille par Pierre Bellon. L'entreprise est aujourd'hui présente dans 84 pays. Le chiffre d'affaires, de l'ordre de 13 milliards d'euros, est principalement réalisé en Amérique du nord (43%), en Europe continentale (34%) et en Grande-Bretagne (11%). Réalisée pour 97% dans le domaine de la restauration et des services, l'activité se répartit principalement dans les entreprises et administrations (37%), l'éducation (24%) et la santé (19%). Sodexo commercialise aussi pour ses clients des titres de services et est le 2<sup>e</sup> acteur mondial sur ce marché.

*rejoindre l'entreprise à l'âge d'une vingtaine d'années après une formation initiale de cuisinier, éventuellement complétée par une première expérience. Ce jeune va bénéficier d'une formation complémentaire et pourra accéder dès l'âge de vingt-cinq ans à un poste de responsable de site, autrement dit de gestionnaire d'un restaurant, avec son budget, son équipe et ses clients.*

« **Le besoin interne en responsables de site, précise-t-il, est actuellement de 600 postes par an, pourvus pour moitié par promotion interne et pour moitié par recrutement extérieur.** »

## UNE CONVENTION AVEC L'ÉDUCATION NATIONALE

« **Il est d'ailleurs très difficile de trouver les jeunes dont nous avons besoin, car le métier est mal connu, considéré comme difficile, voire un peu dénigré.** »

Sodexo a donc signé une Convention avec l'Éducation nationale, pour se rapprocher du monde éducatif et, ainsi accueillir des professeurs de l'enseignement technique, donner des cours dans des établissements d'enseignement, participer au Conseil d'administration d'établissements d'enseignement technique, ou travailler aux côtés de l'AFlyth (Association des Chefs d'établissements de l'Enseignement hôtelier).

Dans le domaine de l'apprentissage, Sodexo a signé la « charte de l'apprentissage » sous l'impulsion de la mission confiée à Henri Lachmann et Jean-Louis Borloo.

« **Notre objectif, précise Christian Lurson, est d'accueillir 750 apprentis dans les dix-huit mois à venir. Nous**

**C**HRISTIAN LURSON, 50 ans, juriste, est directeur des Ressources humaines de Sodexo France. Il a rejoint cette entreprise en 1990, où il a occupé plusieurs postes dans le domaine du recrutement, de la formation et des relations sociales et en tant que directeur régional avant de prendre en charge l'ensemble des ressources humaines. Mélomane averti, pianiste à ses heures, il ne dédaigne pas les vieilles motos et ne ménage pas son temps en faveur du scoutisme.





« JE ME SUIS BIEN AMUSÉ ! »

« Je me suis bien amusé ! », c'est le titre de l'ouvrage autobiographique de Pierre Bellon racontant les quarante ans de développement de l'entreprise. Après un clin d'œil aux « Bouillons Duval » de 1867, du nom du créateur du menu à prix fixe et premier prestataire historique chargé de la gestion d'une cantine, Pierre Bellon rappelle la gestation de son entreprise « à l'ombre des grands paquebots ». Au fil des étapes de cette croissance continue, on retiendra quelques citations, telles que « *conserver les avantages de la grande entreprise sans perdre les atouts de la petite* », ou « *l'objectif n'est pas d'être numéro un, mais d'être la référence pour nos convives* », ou encore, pour l'encouragement des jeunes, « *la promotion interne a été un facteur clé de succès de l'entreprise et demeure l'un des pivots de notre politique* ».

en comptons 300 à la fin de l'année 2006 et le nombre atteindra 500 à la fin 2007.

« *L'apprentissage s'exerce à tous les niveaux, du CAP de cuisine aux fonctions de marketing ou de gestion des ressources humaines.* »

**OBJECTIF : RECRUTEMENT**

L'objectif de Sodexho en matière d'apprentissage est avant tout la création d'un vivier de recrutement.

« *Nous embauchons environ 30 % des apprentis à court terme et jusqu'à 50 % au bout de quelques années*, souligne Christian Lurson, qui estime qu'il est naturel qu'un jeune « *aille voir ailleurs* », avant de revenir s'installer dans sa région et dans une entreprise qu'il connaît et « *qu'il apprécie pour sa qualité de vie et les responsabilités qu'elle lui donne* ».

« *En ce qui concerne le recrutement de cadres (une cinquantaine par an, dont le tiers de jeunes diplômés), nous nous adressons sans exclusive aux universités ou aux écoles de commerce ou d'ingénieurs ou aux jeunes ayant suivi une formation supérieure en hôtellerie.* »

**DES STAGIAIRES BIEN RÉMUNÉRÉS**

En matière de stages, qui sont aussi les prémices d'un recrutement futur (30 % des stagiaires sont finalement embauchés plus tard), Sodexho tient à les rémunérer correctement.

« *Nous pratiquons une formule d'indemnisation des stagiaires assez originale. Nous fixons un plancher, mais chaque responsable est libre d'aller au-delà. Le plancher s'élève à 30 % du SMIC (un peu moins de 400 euros) au niveau BTS et atteint 700 euros par mois à compter du niveau du Master, auxquels s'ajoute une prime systématique d'un mois de salaire.* »

À côté des stagiaires de haut niveau (une cinquantaine par an), Sodexho reçoit aussi quelques centaines de jeunes dont le niveau s'étend du CAP au BTS et participe activement aux stages de « découverte », avec une centaine de jeunes chaque année.

« *Nous pratiquons cette formule de découverte depuis cinq ans, dans le cadre d'une action menée par le Syndicat national de la restauration collective (SNRC), qui regroupe une trentaine d'entreprises, dont Sodexho est de loin la plus importante. Nous avons ainsi noué des liens avec environ 70 établissements d'enseignement en France.* »



**SIMPLIFIER LA PROCÉDURE ADMINISTRATIVE**

Christian Lurson se déclare favorable à « *la réforme proposée par les jeunes stagiaires qui veulent être mieux reconnus dans l'entreprise. Mais, si l'entreprise est bien le premier responsable de l'intégration des jeunes dans la vie active, encore faudrait-il que ce rôle soit officialisé par l'Éducation nationale.* »

« *Il conviendrait également de simplifier la gestion des stages ou des contrats d'apprentissage, ou des contrats de professionnalisation.* »

« *Actuellement, l'entreprise doit s'armer de pugnacité et consacrer des moyens et du temps à des tâches compliquées et purement administratives.* »

**DONNER LEUR CHANCE AUX JEUNES**

« *Bien sûr, l'entreprise a d'abord besoin de bien gérer ses activités*, conclut Christian Lurson. *Mais c'est aussi un devoir pour elle de s'engager en faveur des jeunes. Nous qui sommes en place et déjà moins jeunes, n'oublions pas que l'on nous a donné notre chance un jour; il est donc légitime de donner aujourd'hui une chance aux jeunes qui veulent nous rejoindre.* »

« BASES VIE » EN CONDITIONS EXTRÊMES

Activité moins importante en volume (6 % du chiffre d'affaires), mais spectaculaire, la réalisation et l'entretien de « bases vie » en conditions extrêmes sont une spécialité de Sodexho depuis quarante ans. Pour des plates-formes pétrolières ou chantiers miniers au cœur du désert, Sodexho assure la restauration mais aussi le confort et la sécurité de milliers de personnes vivant dans des conditions extrêmement difficiles.

## L'UNION NATIONALE DES PROFESSIONS LIBÉRALES

L'Union nationale des professions libérales (UNAPL) a été créée en 1977 par le regroupement des syndicats représentatifs des professionnels libéraux dans les trois principales familles du secteur d'activité des professions libérales : la Santé, le Droit et les Techniques et le cadre de vie.

### LA REPRÉSENTATIVITÉ DE L'UNAPL

L'UNAPL regroupe 63 organisations représentatives (syndicats et associations) de toutes les professions libérales.

C'est la représentativité de ses syndicats qui confère sa force à l'UNAPL.



Alain Vaconsin, président de l'UNAPL

L'UNAPL est présentée dans chaque région (25 Unions Régionales des Professions Libérales) et dans chaque département (105 Unions Départementales des Professions Libérales).

La représentativité de l'UNAPL a notamment été reconnue en 1997, par son admission, en qualité de représentant des employeurs du secteur des professions libérales, à la Commission nationale de la négociation collective, où elle siège aux côtés des autres organisations syndicales d'employeurs et de salariés représentatives au niveau national.

C'est aussi en cette qualité que l'UNAPL non seulement signe des accords nationaux couvrant les entreprises libérales (ex. : accord sur l'épargne salariale dans les professions libérales; accord sur la formation professionnelle continue des salariés des entreprises libérales), mais aussi qu'elle se mobilise, aux côtés d'autres organisations professionnelles et des Pouvoirs publics, en faveur de l'emploi (ex. : accord-cadre national en faveur du développement du contrat de professionnalisation; accord-cadre national pour le développement de Validation des Acquis de l'Expérience; charte de bonnes pratiques sur les stages étudiants en entreprise).

### L'UNAPL, C'EST...

- la confédération syndicale des professions libérales regroupant les organisations syndicales représentatives des professions libérales de la santé, du droit, des techniques et du cadre de vie;
- le partenaire social représentatif des employeurs du secteur des professions libérales. L'UNAPL est membre de la Commission nationale de négociation collective, du Conseil supérieur de l'emploi, du Conseil d'orientation des retraites, de la Conférence de la ruralité;
- une représentation dans la Société Civile organisée. Des représentants de l'UNAPL siègent au Conseil économique et social (CES), aux CESR et au Comité économique et social européen;
- un acteur de la gouvernance des organismes sociaux. Des représentants de l'UNAPL siègent au Conseil de la CNAMTS, dans les CPAM, à l'AGIRC et l'ARRCO...

### LES MISSIONS DE L'UNAPL

- La défense des intérêts moraux et matériels des professions libérales.
- La promotion des professions libérales et de l'exercice professionnel libéral.
- La représentation des professions libérales auprès des Pouvoirs publics.

L'UNAPL marque sa présence au niveau national, mais aussi régional et départemental.

### SIGNATURE D'UNE CONVENTION DE PARTENARIAT ENTRE L'UNAPL ET AJE

Alain Vaconsin, président de l'UNAPL (*en photo*) et Yvon Gattaz, président d'AJE, ont signé, le 27 septembre dernier, une convention de partenariat national visant à promouvoir et valoriser les professions libérales, à sensibiliser les jeunes à l'exercice indépendant, leur donner le goût d'entreprendre et améliorer les connaissances réciproques entre le monde de l'éducation et de l'entreprise. L'UNAPL et AJE, fortes du soutien de leurs réseaux locaux, souhaitent ainsi contribuer à guider les jeunes dans leur orientation en leur permettant de construire très tôt les bases d'un projet professionnel cohérent.

# LE CENTRE D'INFORMATION ET DOCUMENTATION JEUNESSE

Créé en 1969 à l'initiative du ministère de la Jeunesse et des Sports, le Centre d'information et de documentation jeunesse (CIDJ) est une association qui accueille et informe gratuitement les jeunes sur tous les sujets qui les intéressent.

Le CIDJ est un lieu unique qui reçoit un millier de jeunes par jour, de manière personnalisée, gratuite et anonyme, 6 jours sur 7 toute l'année et sans rendez-vous.

Les jeunes disposent d'espaces thématiques proposant une large collection de publications en libre consultation ainsi que d'une librairie pour retrouver les publications du CIDJ et plus de 800 références dans tous les domaines qui les intéressent.

Des entretiens individualisés peuvent être réalisés à la demande, avec des informateurs et des partenaires spécialisés présents au CIDJ.

Des ateliers de formation aux pratiques du multimédia sont dispensés sur place, au CIDJ.

## LA CHARTE DE L'INFORMATION JEUNESSE

La charte de l'Information Jeunesse a été signée le 20 mars 2001. Composante fondamentale de l'autonomie, de la responsabilité, de l'engagement social et de la participation citoyenne, de l'épanouissement personnel, de la lutte contre l'exclusion, de la mobilité des jeunes notamment dans le cadre européen, l'accès à l'information doit être garanti comme un véritable droit pour tous les jeunes, sans aucune discrimination. Le préambule de la char-

### UN RÉSEAU DE PROXIMITÉ

Pour offrir aux jeunes une véritable information de proximité, le ministère de la Jeunesse et des Sports a mis en place un réseau animé par le CIDJ :

- 27 centres régionaux ;
- 4 centres d'information jeunesse en Île-de-France ;
- 262 bureaux information jeunesse à vocation communale ou intercommunale ;
- 1 303 points information jeunesse ;
- 25 bus info jeunes.

### UN NOUVEAU PARTENARIAT POUR AJE

AJE et le CIDJ ont décidé d'engager une action commune dans le domaine de la découverte de l'entreprise, à destination du public jeune. Le président Yvon Gattaz et Nicole Catala, présidente du CIDJ, ont ainsi signé une convention de partenariat, le 13 juin dernier, visant à renforcer les liens de coopération entre les deux associations aux niveaux national et local. AJE s'est engagée dans ce cadre à mettre à disposition du CIDJ ses experts, avec notamment le concours du Club AJE de Paris, afin que des actions en direction des jeunes puissent leur être proposées, comme par exemple des permanences d'information et de conseils, ou la participation à des forums métiers organisés au CIDJ.

te européenne de l'Information jeunesse rappelle les fondements de ce droit.

L'information jeunesse est une mission de service public, définie et garantie par l'État. Au nom de l'État, le ministère chargé de la Jeunesse et des Sports labellise les structures qui constituent le réseau Information Jeunesse : centres, bureaux, points Information Jeunesse. Il coordonne et soutient leur développement, avec le concours des collectivités territoriales.

Ces structures assurent cette mission conformément aux règles déontologiques suivantes :

- l'information est accessible de manière égale à tous les jeunes, au plus près de leurs conditions de vie ;
- l'information répond en priorité aux besoins et aux demandes directes des jeunes qui sont accueillis dans un souci de disponibilité et de respect de leur identité ;
- l'information des jeunes traite de tous les sujets qui les intéressent ou les concernent dans leur vie quotidienne et l'exercice de leurs droits, notamment : enseignement, formation professionnelle et permanente, emploi, vie pratique, transports, santé, culture, sports, loisirs, vacances... ;
- l'information est complète, impartiale, exacte, pratique et actualisée ;
- l'information utilise les technologies de l'information et de la communication, notamment afin de promouvoir l'accès des jeunes à de nouvelles formes d'expression culturelle et citoyenne ;

- l'accueil est gratuit, personnalisé et modulé selon la demande, de la mise à disposition d'autodocumentation à l'entretien plus adapté à une relation de conseil, d'aide à la démarche et à une approche globale des projets ou du parcours individuel du jeune ;
- l'information respecte le secret professionnel et l'anonymat du jeune ;
- l'accueil et l'information sont assurés par des professionnels qualifiés.

Au sein du réseau Information Jeunesse, les BIJ (Bureaux Information Jeunesse) et les PIJ (Points Information Jeunesse) accueillent et informent les jeunes à l'échelon local.

Les Centres régionaux information jeunesse et les Centres départementaux en Île-de-France, outre leur mission d'accueil et d'information, sont des centres de ressources et assurent le développement et l'animation de leurs réseaux respectifs régionaux et départementaux.

Le Centre d'information et de documentation jeunesse, outre sa fonction régionale en Île-de-France, est centre de ressources national et assure le développement et l'animation du réseau national. À ce titre, il élabore une documentation commune et conduit les projets initiés par le réseau. La fonction documentaire complémentaire est exercée au plan régional par les Centres régionaux information jeunesse et par les Centres départementaux en Île-de-France. Plus d'informations sur [www.cidj.com](http://www.cidj.com). ■



## NOUVELLES DES CLUBS

### CLUB AJE FINISTÈRE

#### « PARLER JEUNE, PARLER AUX JEUNES »

Le vendredi 28 septembre 2006 a eu lieu l'Assemblée générale du Club Jeunesse et Entreprises du Finistère, au lycée Jean-Moulin de Châteaulin. Michelle Lohner, consultante en communication, spécialiste de la communication jeune et de la communication technique en temps de crise, y est intervenue au cours d'une conférence-débat sur le thème « Parler jeune, parler aux jeunes » :

- Le rapport des jeunes avec l'entreprise aujourd'hui.
- Les moments forts de la relation jeunes/entreprise.
- Quels outils de communication pour faire face à ces moments clé ?

**Contact :** Gwenaëlle Lamy – Tél. : 02 98 10 26 83  
e-mail : [gwen.lamy@aje29.fr](mailto:gwen.lamy@aje29.fr)

#### UN NOUVEAU SITE INTERNET

Le 17 septembre dernier a été lancé le nouveau site internet du Club AJE du Finistère : [www.aje29.fr](http://www.aje29.fr). Ce site présente les différentes actions menées par le Club tout au long de l'année. Un espace dédié aux enseignants permet à ceux-ci de s'inscrire directement en ligne, aux visites d'entreprises dans le cadre de l'opération « Les mercredis de l'entreprise ». Le Club du Finistère, doté de ces nouveaux outils, lancera dès le début de l'année prochaine une newsletter qui viendra remplacer son journal papier.

**Contact :** Gwenaëlle Lamy – Tél. : 02 98 10 26 83  
e-mail : [gwen.lamy@aje29.fr](mailto:gwen.lamy@aje29.fr)



### CLUB AJE VENDÉE

#### COMMISSION « DÉCOUVERTE DES MÉTIERS »

Au début de l'année 2006, une commission « Découverte des métiers » a vu le jour à l'initiative de Jean-Paul Gréaud, Délégué général du Club AJE de Vendée. Elle se compose de représentants de différents organismes et chambres consulaires, ainsi que de directeurs et principaux de collège.

Cette commission s'est fixée trois objectifs principaux. Fin 2006 a été publié dans les journaux de l'ensemble des chambres consulaires de la région, un tableau récapitulatif les différentes formes de stages pratiqués par les élèves du collège et à destination des entreprises.



Un recensement des entreprises souhaitant accueillir des élèves en stage a également été effectué par la commission. Ce fichier sera diffusé courant octobre dans tous les collèges de Vendée.

Le groupe de travail planche également sur un projet qui verra le jour au début de l'année prochaine sur le thème : « Favoriser l'apprentissage en milieu rural ». Il s'agit de pallier les problèmes d'hébergement des jeunes qui se rendent souvent loin de leur domicile pour effectuer un apprentissage, notamment dans les métiers en voie de disparition, qui s'exercent pour la plupart en zones rurales. La création d'une chaîne de solidarité offrant aux jeunes de disposer d'une chambre chez l'habitant, permettrait ainsi également aux artisans de continuer à transmettre leur savoir-faire.

**Contact :** Jean-Paul Gréaud – Tél. : 02 51 05 53 93  
e-mail : [jeanpaulgreaud@aje.asso.fr](mailto:jeanpaulgreaud@aje.asso.fr)

### CORRESPONDANT AJE CÔTE D'OPALE TOUS PARRAINS

L'Assemblée générale ordinaire de l'association Tous Parrains s'est tenue le 18 septembre dernier à la Chambre de Commerce et d'Industrie de Boulogne Côte d'Opale. À l'ordre du jour, le bilan d'activité de l'association était centré sur les actions de parrainage (jeunes de la Mission locale et des Maisons de quartiers ; adultes de l'ANPE et de Cap Emploi ; scolaires en phase d'orientation) et sur la Commission « Mobilisons nos énergies ».

Retrouvez les prochaines dates de Tous Parrains sur le site : [www.tousparrains.com/agenda.php](http://www.tousparrains.com/agenda.php).

**Contact :** Jacques Dessenne – Tél. : 03 21 99 62 00  
e-mail : [association@tousparrains.com](mailto:association@tousparrains.com)

### CLUB AJE PARIS

Dans le cadre de son opération « Découverte professionnelle DP3/DP6 dans les collèges et lycées des 7<sup>e</sup> et 15<sup>e</sup> arrondissements de Paris », Didier Anizon, délégué général du Club AJE Paris a présenté, à la fin de l'année scolaire, la méthodologie de l'opération ainsi que les principaux résultats de cette action menée dans 20 lycées et collèges. Cette réunion-bilan a été accueillie par Michel Dumont, maire du 7<sup>e</sup> arrondissement de Paris, en présence de Maurice Quenet, recteur de l'Académie de Paris, chancelier des Universités, et du président Yvon Gattaz, qui a conclu les échanges.

**Contact :** Didier Anizon – Tél. : 01 40 82 42 49  
e-mail : [didier.anizon@aje-paris.org](mailto:didier.anizon@aje-paris.org)



## AJE PRÈS DE CHEZ VOUS

### 13 - MARSEILLE PROVENCE

*Président* : Christian MALATERRE  
*Contact* : Laurent DRANCOURT  
 04 91 57 71 28  
[contact@aje13.com](mailto:contact@aje13.com)

### 29 - FINISTÈRE

*Président* : Gérard PERROUD  
*Contact* : Gwenaëlle LAMY  
 02 98 10 26 83  
[gwen.lamy@aje29.fr](mailto:gwen.lamy@aje29.fr)

### 30 - LANGUEDOC-ROUSSILLON

*Présidente* : Josiane ROSIER  
 06.80.75.55.44  
[rosier\\_josiane@yahoo.fr](mailto:rosier_josiane@yahoo.fr)

### 33 - AQUITAINE

*Président* : Joël CONFOULAN  
 06 09 56 28 72  
[cflfam@wanadoo.fr](mailto:cflfam@wanadoo.fr)

### 35 - PAYS DE SAINT-MALO

*Président* : Jean-Michel LE PENNEC  
 02 99 19 08 08  
[jean-michel.lepennec@21s.fr](mailto:jean-michel.lepennec@21s.fr)

### 35 - RENNES

*Président* : Olivier GAILLARD  
 02.99.87.54.54  
[olivier.gaillard@s2g.fr](mailto:olivier.gaillard@s2g.fr)

### 43 - AUVERGNE

*Président* : René BELIN  
 06 80 31 80 05  
[belin@aje-auvergne.fr](mailto:belin@aje-auvergne.fr)

### 49 - MAINE-ET-LOIRE

Correspondant APREEC  
*Président* : Jean-Marie TISSEAU  
*Contact* : Auguste COTTINEAU  
 02 41 49 10 00  
[samuel.leblond@cholet.cci.fr](mailto:samuel.leblond@cholet.cci.fr)

### 50 - MANCHE

Correspondant AJE : Serge LOUZIER  
[serge.louzier@wanadoo.fr](mailto:serge.louzier@wanadoo.fr)

### 51 - CHAMPAGNE-ARDENNE

*Président* : Xavier MORENO  
*Contact* : Corinne DAHERON  
 03 26 89 58 83  
[aje.champagne-ardenne@jeunesse-entreprises.com](mailto:aje.champagne-ardenne@jeunesse-entreprises.com)

### 56 - MORBIHAN

Correspondant IDEES  
*Président* : Gilles AUVRAY  
*Contact* : Isabelle BOUTSERIN  
 02 97 85 22 57  
[isabelle.boutserin@udem.fr](mailto:isabelle.boutserin@udem.fr)

### 57 - LORRAINE

*Président* : Alain LETULLIER  
*Contact* : Bernard BUFFARD  
 03 87 92 49 27  
[contact@aje-lorraine.fr](mailto:contact@aje-lorraine.fr)

### 59 - NORD - PAS DE CALAIS

*Président* : Gérard NALPAS  
*Contact* : Patrick HEEM  
 03 20 99 24 35  
[aje59-62@citeonline.org](mailto:aje59-62@citeonline.org)

### 62 - CÔTE D'OPALE

Correspondant « Tous Parrains »  
*Président* : Marc MAGNIER  
*Contact* : Jacques DESSENNE  
 03 21 99 62 00  
[association@tousparrains.com](mailto:association@tousparrains.com)

### 64 - ADOUR

*Présidente* : Martine LAFFONTAN  
*Contact* : Jean-Paul HALCAREN  
 06 20 92 04 04  
[jeanpaul.halcaren@neuf.fr](mailto:jeanpaul.halcaren@neuf.fr)

### 69 - LYON-RHÔNE ALPES

*Président* : Patrick DUCROT  
*Contact* : Françoise BALLY  
 04 72 81 96 21  
[françoise.bally@free.fr](mailto:françoise.bally@free.fr)

### 73 - ALPES

*Président* : Roger PICCAMIGLIO  
 06 80 13 16 24  
[roger.piccamiglio@wanadoo.fr](mailto:roger.piccamiglio@wanadoo.fr)

### 75 - PARIS

*Président* : René LE GOFF  
*Contact* : Didier ANIZON  
 01 40 82 42 49  
[contact@aje-paris.org](mailto:contact@aje-paris.org)

### 77 - SEINE-ET-MARNE

*Président* : Christian LUCE  
 01 60 31 55 55  
[clubaje77@stoppil.com](mailto:clubaje77@stoppil.com)

### 83 - VAR PROVENCE MÉDITERRANÉE

*Président* : Gérard TISSERAND  
*Contact* : France OGIER  
 04 94 93 03 05  
[mail@aje-apreev.com](mailto:mail@aje-apreev.com)

### 85 - VENDÉE

*Président* : Jean-Pierre GALLOCHER  
*Contact* : Jean-Paul GRÉAUD  
 02 51 05 53 93  
[ajevendee@aje.asso.fr](mailto:ajevendee@aje.asso.fr)

### 86 - POITOU-CHARENTES

*Présidente* : Christel LEFEVRE  
 06 86 38 26 09  
[lefevrechristel@club-internet.fr](mailto:lefevrechristel@club-internet.fr)

### 92 - HAUTS-DE-SEINE

*Président* : Jacques PONS  
[jacques.pons4@free.fr](mailto:jacques.pons4@free.fr)

### 93 - SEINE-SAINT-DENIS

*Président* : Michel GUERBET  
*Contact* : Maurice BRUNI  
 06 12 29 44 11  
[maurice.bruni@wanadoo.fr](mailto:maurice.bruni@wanadoo.fr)

### 94 - VAL-DE-MARNE

*Président* : Michel OUDIN  
 01 48 08 14 24  
[oudin.michel@hotmail.fr](mailto:oudin.michel@hotmail.fr)

### 95 - VAL-D'OISE

Correspondant Ee95  
*Président* : Michel JONQUERES  
*Contact* : Corinne AUFFRET  
 06 30 44 99 88  
[c.auffret@ecole-entreprise.fr](mailto:c.auffret@ecole-entreprise.fr)

## LA DÉCOUVERTE DES MÉTIERS DE L'ENTREPRISE PENDANT LA SCOLARITÉ : **COMPARAISON INTERRÉGIONALE**

**L'**ARTICLE dans le journal de Jeunesse et Entreprises du 3<sup>e</sup> trimestre 2007 analysait les résultats de la dernière enquête qualitative calculés sur 150 questionnaires. Après l'arrêt du dépouillement pour respecter les impératifs de publication, d'autres questionnaires sont encore arrivés. Avec plus de 200 questionnaires au total, on a pu affiner les résultats et envisager de répondre à la question de savoir s'il y avait des disparités à travers le territoire sur la sensibilité au problème de la rencontre des élèves avec l'entreprise.

On ne peut pas découper le territoire en entités trop petites. En étudiant les points de concentration de nos questionnaires, nous avons pu partager la France en trois grandes régions autour de ces concentrations : le Nord-Est, le Sud-Est et le reste, qui comporte principalement la région parisienne, complétée par l'ouest. Chacune de ces grandes régions est représentée par presque 70 questionnaires.

Au niveau national, les résultats, même s'ils sont très légèrement moins contrastés, sont confirmés. Au niveau régional, on trouve les mêmes tendances, avec toutefois quelques différences, mais peu marquées

### **L'INTÉRÊT DE LA RENCONTRE ÉLÈVES-ENTREPRISES**

La quasi-totalité des entreprises jugent important que les élèves découvrent la réalité de l'entreprise pendant leur scolarité, et 8 sur 10 d'entre elles ont déjà participé à des opérations à cette fin. Ce constat est identique à travers les régions (*voir tableau 1*).

### **À QUI L'INITIATIVE ?**

On peut distinguer trois catégories d'acteurs à la source des initiatives. En haut du podium, on trouve le milieu de l'école : au moins une fois sur deux, les entreprises du panel citent soit les établissements scolaires soit le programme de découverte professionnelle à l'origine des actions. En comparaison, elles ne citent qu'une fois sur quatre l'entreprise, un groupement professionnel ou les parents d'élèves qui travaillent dans l'entreprise. Les autres structures, associations interprofessionnelles, associations de parents d'élèves, et pour ce qui nous intéresse les clubs AJE sont peu citées, une fois sur dix au mieux.

Le Nord-Est se distingue par une part relativement plus importante du rôle des chefs d'entreprise, la région parisienne et l'ouest par une part plus importante de celui des parents travaillant dans l'entreprise ou des groupements professionnels, et ce au détriment de l'impact des programmes de découverte professionnelle (*voir tableau 2*).

### **QUELS MOYENS ?**

Les moyens mis en avant pour découvrir le milieu de l'entreprise sont principalement les stages, cités trois fois sur quatre et les visites de l'entreprise, citées une fois sur deux.

Ce même constat se retrouve à l'identique dans les trois régions. La seule différence notable concerne les autres méthodes, la participation des responsables des entreprises ou leur intervention dans un établissement scolaire, sensiblement moins pratiquées dans le sud-est (*voir tableau 3*). ■

### **Les enfants des salariés**

Les entreprises accueillent volontiers les enfants de leurs salariés, autant à la demande des parents qu'à l'initiative des responsables de l'entreprise. L'accueil des élèves se fait essentiellement par des stages, cités dans 9 cas sur 10, ainsi que par des visites de l'entreprise, citées 1 fois sur 2. Ce constat se retrouve dans les diverses régions, avec plus de nuances toutefois dans le Sud-Est (*voir tableau 4*).



## COMPARAISON INTERRÉGIONALE

QUELLE INITIATIVE (% de réponses « oui »)	France entière		Nord-Est	Sud-Est	Rég. par. & Ouest
	1 <sup>ers</sup> résultats	Rés. + complets			
Initiative d'un établissement d'enseignement	64 %	58 %	61 %	53 %	60 %
Programme « découverte professionnelle » de l'Éducation nationale	51 %	45 %	46 %	50 %	37 %
Initiative de votre part en tant que chef d'entreprise	29 %	28 %	35 %	23 %	25 %
D'un groupement professionnel	25 %	24 %	22 %	17 %	33 %
D'un parent travaillant dans votre entreprises	25 %	24 %	21 %	21 %	30 %
D'une association interprofessionnelle	14 %	11 %	8 %	9 %	17 %
D'une association de parents d'élèves	4 %	3 %	4 %	1 %	2 %
D'un Club AJE	4 %	3 %	6 %	0 %	7 %

LES MOYENS (% de réponses « oui »)					
Stage dans votre entreprise	79 %	75 %	75 %	77 %	72 %
Visite de votre entreprise	58 %	51 %	51 %	49 %	52 %
Participation à un forum sur les métiers	37 %	32 %	36 %	24 %	37 %
Intervention de votre part dans un établissement d'enseignement	19 %	16 %	16 %	14 %	18 %

### L'INTÉRÊT DES ENTREPRISES POUR LES ACTIONS DE DÉCOUVERTES

Pensez-vous qu'il soit important que les jeunes découvrent pendant leur scolarité les métiers exercés au sein de votre entreprise ?

- oui, ou plutôt oui	99 %	98 %	98 %	98 %	100 %
- non, ou plutôt non	1 %	2 %	2 %	2 %	0 %

Avez-vous déjà participé à des opérations de découverte des métiers ?

- oui	85 %	80 %	82 %	79 %	77 %
- non	15 %	20 %	18 %	21 %	23 %

### LES ENFANTS DES SALARIÉS

Ouvrez-vous les portes de votre entreprise aux enfants du personnel ? (% de réponses « oui »)

- stage dans votre entreprise	90 %	88 %	91 %	83 %	89 %
- visite de votre entreprise	49 %	48 %	50 %	41 %	49 %

S'agit-il d'une initiative (% de réponses « oui »)...

- de votre entreprise	62 %	55 %	56 %	53 %	57 %
- des parents salariés	62 %	62 %	62 %	60 %	66 %

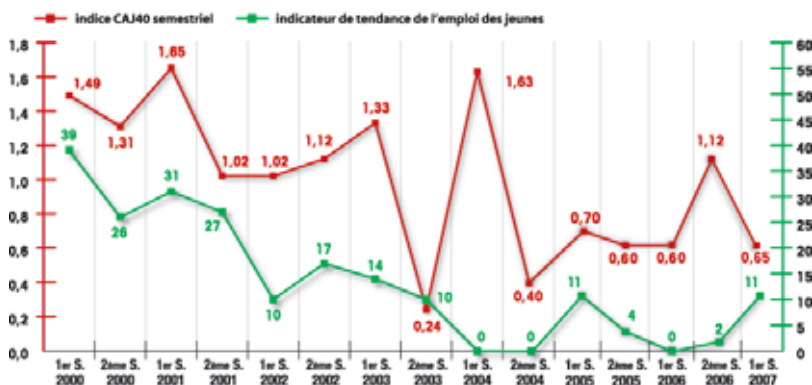
Le coefficient d'activité des jeunes «CAJ 40» du 1<sup>er</sup> semestre 2007

## L'EMPLOI DES JEUNES REVIENT À UN RYTHME QUI RESTE HONORABLE

L'indice CAJ 40 a été établi pour le 1<sup>er</sup> semestre 2007 à 0,65, ce qui représente une création nette de l'ordre de 100 000 emplois nouveaux de jeunes, exclusivement en CDD.

### L'INDICE CAJ 40 À 0,65

La traduction en termes concrets signifie que les jeunes ont induit une création nette d'emplois au cours de ce 1<sup>er</sup> semestre 2007 de 0,65% du total des effectifs des entreprises. Après une relative flambée au 2<sup>e</sup> semestre 2006, on revient au rythme de croisière qui a eu cours depuis le 2<sup>e</sup> semestre 2004, soit 0,6% en moyenne (graphique ci-contre).



Si la conjoncture globale de l'emploi s'avère toujours molle, avec une croissance nulle (elle était négative auparavant) selon notre panel, la hausse du nombre d'emplois occupés par les jeunes compense la baisse chez les plus de 25 ans (tableau ci-dessous).

### ÉVOLUTION DE L'EMPLOI

(en % des effectifs totaux)

	2005	2006		2007
	2 <sup>e</sup> sem.	1 <sup>er</sup> sem.	2 <sup>e</sup> sem.	1 <sup>er</sup> sem.
Tous âges	- 0,4 %	- 0,2 %	- 0,5 %	0
- moins de 26 ans	+ 0,6 %	+ 0,6 %	+ 1,1 %	+ 0,6 %
- plus de 25 ans	- 1,0 %	- 0,8 %	- 1,6 %	- 0,6 %

Seul l'emploi des jeunes est en hausse.

## BESOINS DE FLEXIBILITÉ POUR LES ENTREPRISES : AUGMENTATION DES CDD MAIS PAS DE NOUVEAUX EMPLOIS POUR LES JEUNES EN CDI

Si, pour les jeunes, la croissance de l'emploi est en retrait au premier trimestre de 2007 par rapport au deuxième de 2006, l'emploi global se porte mieux, passant de la baisse à la stabilité (tableau ci-dessous). L'emploi des jeunes augmente toujours, avec davantage de modération, et l'emploi des plus de 25 ans diminue toujours, mais nettement moins. D'autre part, la résultante des mouvements d'emplois n'est positive qu'en CDD. La croissance de l'emploi en CDD est plus forte qu'au semestre précédent et cette accélération est le fait

des jeunes, qui représentent les 2/3 de l'augmentation des emplois. En revanche, il n'y a pas cette fois de créations d'emplois de jeunes en CDI.

Si l'on rapproche ces résultats des données de l'intérim, qui revient au niveau du 1<sup>er</sup> semestre de l'année dernière, après une poussée au 2<sup>e</sup> semestre incluant les vacances d'été, les entreprises ont cherché à résoudre leur besoin de plus de flexibilité par le développement du recrutement en CDD. ■

### EMPLOI AU COURS DU 1<sup>ER</sup> SEMESTRE 2007 (entre parenthèses, rappel du 2<sup>e</sup> sem. 2006)

(évolution en % des effectifs totaux)	toutes catégories	CDI	CDD
Tous âges	0 (-0,5)	- 1,0 % (- 1,1)	+ 1,1 % (+ 0,6)
- moins de 26 ans	+ 0,6 % (+ 1,1)	0,0 % (+ 0,8)	+ 0,7 % (+ 0,3)
- plus de 25 ans	- 0,6 % (- 1,6)	- 1,0 % (- 1,9)	+ 0,4 % (+ 0,3)