

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

Le journal de l'Association Jeunesse et Entreprises

DOSSIER

ENTREPRISES ET JEUNES NOUVEAU DIALOGUE ?



GRAND ANGLE p. 6

Panel jeunes :
« S'ouvrir aux secteurs
d'activités porteurs »

FOCUS p. 8

BP France
« La politique des 3 E »

PARTENAIRES p. 10

**Le Conseil
régional
d'Île-de-France**

RÉSEAU p. 14

**Club AJE
Val-de-Marne :**
« Un investissement
quotidien »



Numéro 42 • 2^e trimestre 2008 - ISSN 1769 - 4698

www.jeunesse-entreprises.com

AJE intensifie ses actions avec bonheur

DE NOUVEAUX CLUBS AJE de province se mettent en place avec efficacité pour apporter une aide aux initiatives locales, souvent fort dynamiques, et les soutenir par notre expérience de plus de vingt ans dans cette liaison entre les jeunes, les enseignants et les parents d'élèves d'une part, et les entreprises d'autre part. Dans ces nouveaux clubs, nos relations dans le monde de l'Éducation nationale sont appréciées, ainsi que notre neutralité bien connue vis-à-vis de tous les organismes.

AJE poursuit sa vaste enquête auprès des jeunes et des entreprises, sur les « *métiers porteurs d'emplois* », pas assez connus malgré leur intérêt humain et économique. Les résultats seront analysés finement et diffusés lors de notre colloque annuel d'octobre 2008. À cette occasion, AJE publiera une nouvelle plaquette « Métiers porteurs d'emplois », qui connaîtra sans doute un aussi grand succès que la plaquette précédente « *Découvrir et faire découvrir un métier* ».

AJE poursuit également ses tournées de conférences : « *Création d'entreprises de croissance à partir de zéro* », avec un succès constant comme l'atteste le pourcentage de mains qui se lèvent lors de ma question finale : « *Après cette causerie, quels sont les jeunes, parmi vous, qui envisageraient de créer éventuellement une entreprise ?* » Ce taux, de cinq à dix pour cent il y a quelques années, monte souvent à plus de cinquante pour cent, comme à Rouen, Charleville et Toulouse. Même si ce chiffre ne peut être pris comme certain, compte tenu de l'engouement collectif de la réunion et des inévitables « *vœux pieux* » des jeunes participants, il est tout à fait encourageant sur les capacités d'innovation, de responsabilité et de goût du risque de nos jeunes. Un grand espoir pour la France !

Enfin, AJE poursuit des enquêtes auprès des professeurs de Sciences Économiques et Sociales dans les lycées, puisque beaucoup de parents d'élèves lui signalent une insuffisance dans ce domaine. Il est vrai que les programmes eux-mêmes sont peu visibles et que les revues et manuels mis à la disposition des professeurs et des élèves négligent l'entreprise comme élément essentiel de cette micro-économie que l'on ne peut ignorer dans les vastes théories de l'économie générale. Nous persistons à croire qu'il est préférable d'enseigner en partant du particulier vers le général, plutôt que l'inverse réservé à quelques élites exceptionnelles. La micro-économie de l'entreprise mérite d'être enseignée dans les lycées à nos jeunes, qui seront heureux de découvrir plus tard ces métiers et ces emplois.

Yvon GATTAZ
Président



SOMMAIRE

DOSSIER

**ENTREPRISES ET JEUNES :
NOUVEAU DIALOGUE ?** p. 3

GRAND ANGLE

• **Panel Jeunes :**
comment s'ouvrir aux secteurs
d'activité porteurs ? p. 6

FOCUS ENTREPRISE

Gérald Fiquet, BP France :
« La politique des 3 E » p. 8

PARTENAIRES

• Le Conseil régional
d'Île-de-France p. 10
• La Confédération nationale
des Junior-Entreprises p. 12

RÉSEAU

• **Sur le terrain :** nouvelles des
Clubs et Correspondants AJE p. 13
• **Club AJE Val-de-Marne :**
« Un investissement quotidien
pour les jeunes et leur avenir » p. 14

GRAND ANGLE

• **Le CAJ 40**
du 2nd semestre 2007 :
reprise de la croissance
de l'emploi des jeunes p. 16



ENTREPRISES ET JEUNES : NOUVEAU DIALOGUE ?

Retournement de tendance ? Les entreprises se mettent au diapason des jeunes, parlent leur langage et communiquent selon leurs codes. Qu'il s'agisse de faire connaître leurs métiers, de prendre le relais des seniors, de mobiliser en interne sur des enjeux de politique sociétale, ou tout simplement de faire face à la pénurie de talents dans certains secteurs, les entreprises s'adressent aux jeunes pour les convaincre de venir rejoindre leurs équipes.

Pour éveiller leur intérêt, elles communiquent sur leurs valeurs : passion du métier, innovation, esprit d'équipe, solidarité, persévérance, etc., et ce, en les faisant participer à des challenges en grandeur réelle, en donnant rendez-vous à leurs médiateurs dans des lieux de rencontre virtuels. Pour en faire de véritables partenaires ?

UN NOUVEAU DIALOGUE

Dans la communication des entreprises vers les jeunes, le dialogue a remplacé le monologue des sites institutionnels.

Portés par la culture du web 2.0, les échanges se font désormais sur « chats », blogs, réseaux sociaux ou autres outils collaboratifs et communautaires (Viadéo, LinkedIn, FaceBook, etc.) qui mettent en relation l'entreprise et toutes ses « parties prenantes » actuelles et futures.

L'entreprise ne s'adresse pas seulement à ses clients et prospects, à ses fournisseurs et actionnaires, mais aussi à ses collaborateurs actuels qu'il faut motiver à rester, au rang desquels figurent de nombreux jeunes sur-sollicités par les entreprises concurrentes, et à ses futures jeunes recrues qu'il faut convaincre de rejoindre l'entreprise.

Certaines entreprises ont expérimenté les rencontres dans l'univers virtuel de Second Life, vaste continent numérique peuplé par des millions de personnes de tous horizons, qui sont représentées par leur « avatar » (*illustration 3D de l'internaute dans un univers virtuel*).

Second Life est le théâtre d'une seconde vague d'embauches depuis début 2007, qui s'adresse bien évidemment aux métiers des nouvelles technologies qui sont familiers de ce mode de communication, mais aussi plus largement à tous les profils (consultants, commerciaux, gestionnaires, ingénieurs, etc.)

Sur Second Life, l'objectif des entreprises est de découvrir des talents à l'occasion de « chats » par « avatars » interposés, et de susciter l'intérêt des jeunes pour leurs métiers en leur parlant leur langage dans un monde ludique qui leur est familier.

L'interactivité du dialogue entre entreprise et jeunes se retrouve aussi sur les « chats » qui animent de plus en plus les sites des entreprises et permettent à celles-ci de parler de leurs métiers, de leurs valeurs, des profils recherchés, de la politique salariale, des perspectives d'évolution, etc.

Plus axés sur la proximité, la réactivité et l'originalité des échanges, les blogs créés par les entreprises sont un outil de dialogue et de communication apprécié des jeunes qui peuvent y glaner en continu des informations sur les offres d'emploi, des témoignages de salariés et de clients, des conseils sur les métiers, etc., susceptibles d'éclairer leurs démarches de recherche d'emploi.

La communication des entreprises avec les jeunes a trouvé un support interactif très efficace avec la création des réseaux sociaux professionnels.

Ces réseaux sont des lieux d'échange vivants et évolutifs sur le Net, qui rassemblent les internautes par communautés d'intérêt, de métier, ou simplement par connaissances communes. Il est possible d'y diffuser des offres et des demandes d'emploi, d'y faire du sourcing en consultant des bases de données thématiques, d'y organiser des entretiens.

Véritablement en rupture avec le passé, la culture du « 2.0 » a intensifié et amélioré les échanges entre jeunes et entreprises, en créant des outils collaboratifs d'information, de partage de valeurs, d'innovation et de créativité qui parlent aux jeunes.

Nous citons dans ce dossier deux expériences qui ont en commun le thème de la « course » : « Les Filières du Talent », de DCNS et « Course en cours », de Renault.

« LES FILIÈRES DU TALENT », OU LA PASSION DES MÉTIERS DE LA MER

SOPHIE NORMAND

directrice du Développement professionnel – DCNS

« Séduire les jeunes pour une aventure professionnelle au long cours »

DCNS a lancé en janvier 2008 une opération intitulée « Les Filières du Talent », qui se décline en deux volets complémentaires : la Filière Compétences et la Filière Course (voir encadré).

Sophie Normand explique la genèse de l'opération, ses objectifs, ses enjeux.

« Le remplacement des départs à la retraite s'est fait principalement jusqu'à une date récente par le recrutement de cadres expérimentés.

DCNS, comme d'autres grands groupes, a eu le souci de mieux faire connaître ses métiers et ses opportunités de carrière aux grandes écoles, pour



LES « FILIÈRES DU TALENT » SE DÉPLOIENT SELON DEUX AXES COMPLÉMENTAIRES : LA FILIÈRE COMPÉTENCES ET LA FILIÈRE COURSE.

À travers la *Filière Compétences*, DCNS ouvrira ses portes à des jeunes en recherche d'emploi, désireux de trouver leur voie dans les métiers de la mer. Il s'agit d'une forme de parcours initiatique, où des candidats sélectionnés pour leur envie d'apprendre auront l'opportunité d'effectuer un mini-stage découverte chez DCNS. Il sera suivi, pour les plus motivés, d'un programme d'apprentissage encadré par des personnels de DCNS jouant le rôle de tuteurs, apprentissage qui pourra éventuellement déboucher sur une embauche.

Parallèlement, la *Filière Course* se donne pour objectif d'accompagner un skippeur espoir dans son évolution vers le statut professionnel. C'est tout le sens du partenariat engagé avec Marc Thiercelin, qui transmettra ses connaissances et son expérience unique de la course au large, tout en participant au Vendée Globe 2008 et à d'autres courses.

Marc Thiercelin.



Les deux Filières se rejoindront à travers la participation des meilleurs tuteurs et stagiaires de la Filière Compétences à des régates avec Marc Thiercelin et à des visites sur les départs de course, ainsi que des rencontres entre les jeunes apprentis de la Filière Compétences et les jeunes skippeurs de la Filière Course.

La « Filière Course » a le vent en poupe

Quelques semaines après le démarrage de l'opération, quarante dossiers de candidatures ont été reçus pour sélection, autant de témoins de l'impact chez les jeunes des valeurs du sport, de la compétition, du défi, du challenge et de la persévérance.

La « Filière Compétences » joue son rôle fédérateur

Elle se met en place progressivement en partenariat avec les établissements d'enseignement, l'ANPE, les Missions Locales d'insertion, Marine Mobilité, l'Association Jeunesse et Entreprises (et notamment les Clubs AJE du Finistère, de Paris, du Var et de Vendée), l'UIMM (Union des industries et des métiers de la métallurgie).



L'objectif est que, sur les mille jeunes attendus sur trois ans aux mini-stages, trois cents suivent un cursus d'apprentissage au sein du Groupe, dont 50 % seront recrutés à l'issue de leur formation, soit chez DCNS, soit dans une autre entreprise du secteur. En définitive, l'objectif de l'opération dépasse DCNS, précise Sophie Normand, l'idée étant que « Les Filières du Talent DCNS » aient valeur d'exemple dans tous les secteurs irrigués par les métiers de la mer.

séduire les ingénieurs via notamment des plates-formes de recrutement sur Internet.

Il y a deux ans, DCNS a ainsi organisé un jeu à l'attention des ingénieurs : le « Trophée Poséïdon », qui met l'accent sur les valeurs, et qui a remporté pour la deuxième année consécutive un grand succès.

Aujourd'hui, pour une palette de métiers techniques liés à la production, tels que soudeur, chaudronnier, le manque de jeunes se fait cruellement ressentir en raison de l'effet conjugué des départs à la retraite et de la désaffection des jeunes pour ces métiers.

La question qui se pose est la suivante : « Comment toucher aujourd'hui des jeunes peu qualifiés pour les attirer vers des métiers délaissés et pourtant incontournables, leur offrir une polycompétence, une polyvalence et une véritable évolution de carrière ? »

CHRISTOPHE LACHNITT

Directeur de la communication - DCNS

Initiateur des « Filières du Talent DCNS », Christophe Lachnitt souligne



qu'il ne s'agit pas seulement d'une opération de communication mais d'un projet social, technologique, pédagogique et sportif, dont les deux filières, « La Filière Compétences » et « La Filière Course », adoptent les mêmes valeurs et les mêmes principes que ceux de DCNS (transmission des savoirs et passion de la mer).

Ce projet doit permettre aux personnels de DCNS de transmettre leur talent à de jeunes apprentis, tout comme le navigateur Marc Thiercelin va transmettre son talent à de jeunes skippeurs.

Lancée il y a quelques semaines, l'opération « les Filières du Talent DCNS » suscite déjà une mobilisation significative à l'issue du tour de France effectué par les équipes de DCNS avec Marc Thiercelin.

Les candidatures de « La Filière Course » sont examinées avec beaucoup d'exigence afin de s'assurer que les sélectionnés présentent les qualités sportives requises et endossent les valeurs de DCNS.

« La Filière Compétences » se met en place dans sept bassins d'emploi avec les partenaires de DCNS dont les clubs Jeunesse et Entreprises, avec pour mission première de créer des outils de communication adaptés aux jeunes : les entreprises doivent se faire comprendre des jeunes qui parlent un

langage différent du leur, en utilisant les médias, les technologies et les contenus qui leur sont familiers

Depuis toujours, DCNS a mené des actions locales pour faire connaître ses métiers.

« Les Filières du Talent DCNS » est désormais une opération d'envergure nationale qui a pour but :

- de donner une nouvelle dimension aux initiatives locales ;
- de tendre la main à des jeunes en situation d'échec ;
- de découvrir les métiers de DCNS ;
- d'affiner le projet professionnel des jeunes ;
- de transmettre les savoir-faire et les savoir-être ;
- de mobiliser l'interne sur le tutorat en communiquant la passion du métier ;
- de séduire les jeunes pour « une aventure professionnelle au long cours ».

Avec « Les Filières du Talent DCNS », l'objectif est de fédérer tous les sites et de travailler avec des partenaires extérieurs, sur tout le territoire, pour attirer les jeunes vers des métiers de production.

L'entreprise s'adresse aux jeunes, du niveau CAP au niveau BTS, en faisant valoir les multiples métiers et compétences requis par l'environnement de la mer, sa dimension humaine, ses valeurs de management, sa connaissance de l'individu, et l'étendue de ses possibilités de carrière.

« COURSE EN COURS », OU L'EXCELLENCE DE LA FORMULE 1 DANS LES LYCÉES ET COLLÈGES

CATHERINE DOIGNON

responsable des Relations avec les écoles – RENAULT

Avec « Course en cours », les entreprises Renault, Renault F1 Team et Dassault Systèmes s'adressent aux jeunes des lycées et collèges pour :

- les informer sur les métiers de l'ingénierie du secteur automobile et les attirer vers les filières techniques et scientifiques d'excellence de plus en plus désertées ;
- faciliter l'accès d'élèves issus de catégories socioprofessionnelles défavorisées aux filières technologiques d'excellence, dans le cadre de la Charte pour l'égalité des chances.



L'opération « Course en cours » est un exemple remarquable de collaboration entre les entreprises et le secteur éducatif (lycées-collèges et universités) pour la connaissance des métiers de demain.

Il s'agit d'informer, de motiver les élèves, et de faire naître des vocations à travers un projet technologique performant porté par des tuteurs étudiants de l'IUT de Mantes-la-Jolie en licence pro ingénierie bac+3 et des étudiants ingénieurs.

Outre l'IUT de Mantes-la-Jolie, représenté par Thierry Chevrot, précédemment chef du département Génie mécanique et Productique, l'opération mobilise de nombreux partenaires, tant dans le monde éducatif (Académie de Versailles, Université de Saint-Quentin-en-Yvelines, ministère de l'Éducation nationale) que du côté des entreprises représentées par Renault, Renault F1 Team et Dassault Systèmes.

Une compétition internationale de maquettes de F1

Encadrées par les étudiants, soutenus par les experts automobiles et de conception numérique de Renault, Renault F1 Team et Dassault Systèmes, des équipes de collégiens et lycéens réalisent des maquettes en 3D de F1, fabriquées et testées à l'aide de logiciels de conception et de fabrication professionnels, de matériels sophistiqués de contrôle, d'une soufflerie, d'une piste de courses, et prêtes à concourir en compétition internationale.



Les collégiens et lycéens sont constitués par groupe de cinq ou six, et apprennent, outre le travail en équipe, à concevoir, fabriquer, trouver les sponsors, et faire concourir leur maquette de F1. Ils bénéficient en outre d'un travail pédagogique transversal des professeurs dans l'ensemble des matières (mathématiques, physique, technologie, français, anglais, etc.)

Une compétition qui récompense autant la performance en course que les innovations techniques et le marketing de l'équipe gagnante, l'innovation et le travail en équipe.

En plus du Grand Prix qui consiste en une invitation pour l'équipe et son professeur à la finale internationale « F1 in Schools » 2008, programmée en Malaisie en marge du Grand Prix de F1, les autres prix récompensent l'innovation, la vitesse, le travail en équipe, et donnent droit à des prix, tels que des visites de sites de fabrication et d'essais de F1 chez Renault et des visites des ateliers « Renault Histoire et Collections ».

Devant les succès pédagogiques rencontrés par le projet, les enseignants et partenaires travaillent à sa généralisation au plan national. ■

COMMENT S'OUVRIR AUX SECTEURS D'ACTIVITÉS PORTEURS ?

Le Panel Jeunes AJE est composé d'élèves et d'étudiants franciliens de 15 à 25 ans, ayant une formation allant du BEP à l'école de commerce ou d'ingénieur. La première rencontre pour la session 2007-2008 a eu lieu le 5 février dernier sur le thème « Comment s'ouvrir aux secteurs d'activités porteurs ? ».

À l'occasion d'un stage dans une entreprise, avez-vous délibérément choisi un secteur d'activités ? Pourquoi ?

Mathias : « Pour mon stage de 3^{ème}, j'ai choisi l'informatique parce que c'était ce que je voulais faire. »

Clélia : « J'ai cherché une entreprise qui pourrait m'expliquer la gestion d'une entreprise, puis plus précisément l'hôtellerie car je veux créer mon hôtel. »

Maxime : « Je n'ai fait qu'un seul stage en 3^{ème}, donc je ne me suis pas senti concerné par la recherche d'un secteur en particulier. »

Clément : « J'ai fait un stage d'un mois dans les festivals de musique, car je veux travailler dans l'audiovisuel, donc je cherchais à me faire des contacts pour être technicien du son. »

Vous parle-t-on de secteurs d'activités à l'École ?

Agnès : « On en parle en section Sciences Économiques et Sociales, mais ça reste assez abstrait. »

Clélia : « Cela dépend des sections : en STG, on parle beaucoup de secteurs d'activités et d'orientation. Le fait de connaître les secteurs d'activités nous aide à choisir ce que l'on veut faire après. En STG, on rentre petit à petit dans les détails des activités de chaque secteur et les formes d'entreprises qu'on y trouve. »

Maxime : « On en parle en cours d'économie ou d'histoire, mais on n'a pas assez d'informations utiles pour notre orientation et notre avenir. Les profs ne sont pas toujours les mieux renseignés, c'est plus parlant de discuter avec des personnes extérieures. »

Chaneline : « Quand on réalise des stages, c'est là qu'on se fait une meilleure idée des secteurs. »

Y a-t-il, selon vous, des secteurs d'activités très attractifs pour les jeunes ? Lesquels et pourquoi ?

Agnès : « Beaucoup de jeunes sont attirés par la pub, la communication, le luxe, le commerce, le marketing, tous les métiers qui touchent à la Bourse... Des secteurs où il y a beaucoup d'écoles mais peu de débouchés. »

Chaneline : « L'informatique également. Tout est informatisé aujourd'hui. Et la mode. »

Clément : « Le commerce est un secteur qui attire, mais c'est la Société qui veut ça, on est dans une optique de concurrence, il faut toujours pousser le bénéfice au plus loin, ça ne m'étonne pas que toute une génération soit attirée par ça. Plus on va vendre, plus on va gagner. »

Mathias : « La dimension internationale du commerce intéresse aussi beaucoup les jeunes qui veulent voyager ou travailler avec l'étranger. »

Claire : « On nous dit qu'on peut gagner beaucoup dans le secteur de la banque et de l'assurance, mais moi je préfère le commerce ; l'international m'attire. »

Clément : « Le secteur qui m'attire n'est pas un secteur porteur, je me suis orienté uniquement par passion. »

Théodora : « Pour moi, l'audiovisuel c'est porteur. Le tourisme et l'environnement aussi. Il y a également les relations humaines. Le commerce en fait partie, ainsi que le médical ou le management. Beaucoup d'organismes s'occupent maintenant de coacher les commerciaux, des sociétés de conseil se créent pour apporter de nouvelles formations aux entreprises. C'est un métier intéressant, il y a de la demande, ça pousse les gens à créer leur entreprise. »

Clélia : « J'aime beaucoup le management, mais la plupart des élèves de ma classe détestent ça. Je pense que c'est un métier d'avenir que de proposer des services pour faire évoluer une entreprise. Ce n'est pas attractif pour les jeunes pour le moment, mais ça pourra le devenir. L'hôtellerie-restauration et l'artisanat sont aussi des secteurs attractifs. La restauration est vraiment un métier de passion, il faut être motivé pour s'y diriger car il y a beaucoup de contraintes. »

Nelson : « Les journaux, l'actualité jouent un grand rôle dans l'orientation. Quand je vois que la banque et l'assurance sont des secteurs porteurs, ça m'attire car je me dis qu'il y a peut-être une bonne place pour moi. »

Y a-t-il des secteurs d'activités que les jeunes rejettent nettement ?

Théodora : « C'est surtout le bâtiment, les métiers difficiles, qui s'exercent en extérieur et qui sont peu rémunérés »

par rapport à l'effort fourni. On est plus attirés aujourd'hui par des métiers intellectuels et moins physiques.»

Clément : « Les jeunes ne veulent plus aller vers les métiers physiques car on leur rabâche qu'on peut mieux gagner sa vie dans d'autres secteurs et on a tendance à dévaloriser les métiers manuels. »

Mathias : « Il y a aussi la comptabilité et tout ce qui est back-office, enfermé dans un bureau. »

Maxime : « Il y a pourtant plein de métiers différents dans le secteur du bâtiment. L'architecture par exemple, ça attire beaucoup de jeunes. »

Amadou : « L'industrie, c'est répulsif pour les jeunes. Tout comme l'agriculture. Le bâtiment, au départ, ce n'est pas attractif, mais beaucoup de jeunes s'y retrouvent par défaut et ne s'en plaignent pas car c'est bien payé. C'est difficile, mais les jeunes s'y sentent bien. »

Quelle signification peut-on donner à l'expression « secteurs d'activités porteurs » ?

Clélia : « Pour moi la restauration est un secteur qui offre beaucoup de débouchés, à l'inverse du journalisme ou du marketing. »

Mathias : « Je pense porteur en termes de perspectives. Dans ce secteur, on sait qu'il y a un avenir, des perspectives de carrière. »

Claire : « Notre Société a besoin de certains corps de métier, donc ces métiers sont porteurs. »

Agnès : « Les secteurs porteurs pour moi sont synonymes d'emploi. Je voulais être psychologue, mais mes parents m'ont alertée sur le peu de places disponibles. »

Maxime : « Les secteurs porteurs pour moi sont les secteurs d'avenir, ce qui marche et ce qui va marcher dans quelques années, les secteurs qui vont se développer et qui auront besoin d'emploi. Moi, je veux travailler dans les ressources humaines, donc je peux travailler un peu partout, mais il est toujours utile de se renseigner si le secteur n'est pas en train de chuter avant de s'y orienter. »

Clément : « Porteur, je l'entends par rapport aux besoins de la Société. Pour moi un secteur porteur est un secteur où il y a des perspectives d'avenir; mais des magasiniers, des manœuvres sur les chantiers, on en aura toujours besoin. Je pense que des perspectives d'avenir, il y en a dans tous les corps de métiers. Un secteur porteur est un secteur où il y aura de l'emploi. »

Théodora : « L'informatisation, la robotisation vont quand même remplacer l'humain dans beaucoup de métiers. Le secteur primaire tend à être laissé de côté alors que le quaternaire (informatique) se développe de plus en plus. »

Claire : « Le BTP pour moi, c'est porteur, on voit de la pub partout. Même si ça peut paraître repoussant, il y a de l'emploi. »

Agnès : « On va manquer de médecins à cause de la difficulté des études et du numerus clausus. »

Mathias : « Pour moi, le secteur porteur c'est la banque, elle offre beaucoup de perspectives de carrière. »

Clélia : « Tous les secteurs assez flexibles par rapport à l'évolution de la Société, les SSII, les services aux entreprises... sont porteurs. »

Vous dirigeriez-vous vers des secteurs d'activités porteurs, même s'ils ne vous attirent pas ?

Maxime : « Il ne faut pas s'arrêter à la notion de secteurs d'activités, car un métier à l'intérieur d'un secteur peut nous intéresser davantage. Il faudrait déjà choisir quelque chose qui nous plaît. »

Clément : « L'audiovisuel peut être vu comme un secteur porteur, mais le métier que je veux faire – technicien du son – ne l'est pas forcément. C'est avant tout une passion. Il vaut mieux courir le risque que le secteur ne soit pas porteur et faire le métier qui nous plaît. »

Clélia : « Les deux vont ensemble. Si on cherche les deux en même temps, on ne risque pas d'être redirigé vers un métier qui ne nous plaît pas faute d'emplois. Plus on fait de stages, plus on verra si ça nous plaît vraiment. »

Théodora : « Il faut aussi rencontrer des gens qui vivent ce métier au quotidien, il faut s'intéresser aux qualités nécessaires pour ce métier. »

Mathias : « L'intérêt d'un secteur porteur, c'est que si le métier ne nous plaît pas, on aura assez de flexibilité pour changer. »

Michaël : « Un secteur porteur est aussi un secteur qui assure la sécurité de l'emploi, tout en ayant la possibilité de changer d'entreprise du jour au lendemain. C'est ce que le BTS NRC nous permet de faire. »

Par-delà les secteurs d'activités porteurs, pensez-vous pouvoir identifier des métiers porteurs ?

Michaël : « Conseiller clientèle dans tous les secteurs, notamment la banque ou la téléphonie mobile. »

Maxime : « Les métiers transversaux sont intéressants pour les jeunes, car ils permettent de changer facilement d'entreprise. »

Clélia : « Tous les métiers qui permettent de faire évoluer les systèmes informatiques des entreprises. » ■

LES PARTICIPANTS

- **LYCÉE GUSTAVE-EIFFEL** – Cachan :
Clément CARRIER, en 1^{re} année de BTS Systèmes électroniques
Kévin LÉONARD-KELLER, en Terminale STG
- **LYCÉE VAL-DE-BIÈVRE** – Gentilly :
Chaneline NYOKUI PEGUET et Soma DIAKO, en Terminale de Bac Professionnel « Métiers du Pressing et de la Blanchisserie »
- **CFA STEPHENSON** – Paris :
Michaël GRIZARD et Théodora SUVOCESMAKOVIC, en BTS Négociation Relation Clients
- **LYCÉE DES FRANCS-BOURGEOIS** – Paris :
Clélia GOLDBERG, en Terminale STG
- **LYCÉE MONTESQUIEU** – Le Plessis-Robinson :
Amadou FADE, en Terminale L, et Nelson BOULANGE et Maxime FAYOLLE, en Terminale ES
- **LYCÉE NOTRE-DAME-DU-GRANDCHAMP** – Versailles :
Agnès ADDA, Claire DUTHU et Mathias ZANGS, en Terminale ES

Gérald Fiquet, DRH de BP France

« LA POLITIQUE DES 3 E »

« Education, Entreprise et Environnement, la politique des 3E », tel est le défi que s'est lancé BP. Engagé en matière d'hygiène, de sécurité et d'environnement, BP France est aujourd'hui soucieux de promouvoir auprès des jeunes ses nouveaux métiers, tels que la recherche dans le domaine des agro-carburants. Dans le cadre de l'enquête AJE 2008 autour des métiers porteurs d'emploi, Sabine de Beaulieu, déléguée générale d'AJE et Charlotte Clog, responsable de la communication, sont allées à la rencontre de Gérald Fiquet, directeur des Ressources humaines de BP France. Un DRH atypique, pour qui les jeunes sont des boosters. Une valeur ajoutée qui mérite que l'on s'attache personnellement au parcours de chaque jeune dans l'entreprise.

BP FRANCE compte 750 employés, dont 45 personnes de moins de 26 ans. **« Le turn-over est faible, les gens qui entrent chez BP France souhaitent généralement y rester. Par ailleurs, nous sommes dans un marché en décroissance, nous avons donc réduit nos effectifs, ce qui ne nous a pas empêché de recruter des jeunes. »**

En contrepartie de cette suppression d'emplois, l'entreprise consacre de l'argent à la création d'une plateforme d'initiative locale dans le cadre de la revitalisation du bassin d'emploi.

« Cet investissement est très intéressant et nous souhaitons le poursuivre. Nos salariés peuvent apporter leur expertise grâce au système d'abondement que nous avons mis en place pour le temps investi dans une association. »

UNE CARTOGRAPHIE DES MÉTIERS

Une cartographie des métiers de BP France a été créée. Derrière chaque libellé d'emploi, on trouve un descriptif de poste générique associé aux compétences requises. Derrière ces compétences ont été définies les formations nécessaires.

« BP est une entreprise de culture anglo-saxonne, nous avons donc beaucoup moins le culte du diplôme que les entreprises françaises. Notre méthode pour le recrutement est de mettre en lumière les compétences techniques mais aussi comportementales du candidat. »

« Chez BP, on reste, mais on change d'activité régulièrement : un commercial peut se retrouver dans un

UN PARCOURS ATYPIQUE



Gérald Fiquet, DRH de BP France

« Les jeunes, c'est le futur. Nous ne sommes que de passage, il faut transmettre le témoin dans les meilleures conditions. »

Gérald Fiquet, 49 ans, est capitaine de la Marine marchande. Passionné par la Marine, il a débuté sa carrière au sein de la Maritime BP, puis a rejoint Air BP en 1987 en tant que responsable d'établissement. En 1993, il devient responsable des activités aéroports d'Air BP, puis rejoint Fioul Services en tant que directeur des Ressources humaines. Après avoir occupé plusieurs postes de directeur des Ressources humaines dans diverses filiales du groupe, Gérald Fiquet a été nommé directeur des Ressources humaines de BP France en 2005.

service relations sociales grâce à ses compétences en négociation. On le formera pour les aspects techniques.

L'évolution chez nous peut être rapide, trois à cinq ans en moyenne. Cependant, si le turn-over interne est trop important, cela pénalise la stabilité de l'entreprise. »

LES SIX PREMIERS MOIS

« Pour l'intégration des jeunes embauchés, nous avons mis en place un processus que nous appelons « les Six premiers mois ». Il s'agit d'un parcours jalonné d'étapes : le premier jour, la première semaine, le premier mois... qui permettent aux nouveaux salariés de découvrir l'entreprise, son activité, le poste lui-même... Un point est effectué régulièrement avec le chef d'équipe. »

Il y a tout un programme d'apprentissage, car de nombreux systèmes – informatique, notamment – sont propres à BP France. »

Ce programme est une sorte de contrat entre l'embauché et son responsable d'équipe.

Les objectifs – performance, développement, comportement... – sont fixés en début d'année, puis un point formel a lieu à mi-année, permettant ainsi de bâtir le programme de formation de l'année suivante.

« Nous avons également mis en place un système permettant aux salariés volontaires et ayant une bonne expérience dans l'entreprise, de devenir des "mentors" pour les nouveaux embauchés afin de permettre à ces derniers d'accélérer leur compréhension de l'entreprise. »

En complément, le « Guide du salarié BP » répond à toutes les questions qu'un jeune embauché pourrait se poser sur le groupe, ses activités, la politique de ressources humaines, l'accès à l'intranet...

DÉVELOPPER LES RELATIONS AVEC LES LYCÉES ET COLLÈGES

« Nous avons créé des liens avec de nombreuses écoles et universités, comme l'ENSPM, l'ESCP-EAP, l'Essec, l'Université de Cergy-

Pontoise ou encore des écoles spécialisées dans la logistique.

Pour des postes d'attachés clientèle par exemple, nous recrutons à bac + 2, mais nous ne trouvons pas toujours de candidats en interne, c'est pourquoi il nous est indispensable de trouver des filières qui répondent à nos besoins.

« Dans le cadre de nos relations avec les écoles, nous leur apportons un soutien financier par le versement de la taxe d'apprentissage, nous intervenons pour présenter l'entreprise ou le programme Eurograde. Ce programme concerne les jeunes, de niveau bac + 4 et + 5, ouverts sur le monde. Nous leur traçons une trajectoire sur cinq ans, pendant lesquels nous leur proposons trois jobs dans trois pays différents.

« Nous faisons également la promotion de l'apprentissage auprès des étudiants, car nous prenons une trentaine d'apprentis par an, de bac + 2 à bac + 5.

Certains de nos apprentis sont à Dauphine, où j'ai eu l'occasion de faire plusieurs présentations, sur l'Énergie dans le monde, sur le stress au travail... »

En revanche, BP France a peu de liens avec les collèges et lycées de Cergy.

« Si les collèges et les lycées de la région nous sollicitaient, nous irions volontiers intervenir dans les classes également, mais ce n'est actuellement pas le cas. J'accueillerais également volontiers un enseignant durant quelques jours, voire quelques mois dans la société.

« Parmi les actions à entreprendre, nous avons l'idée de mettre en place une journée portes ouvertes pour les familles, avec les enfants, car beaucoup d'entre eux ne savent pas à quoi correspond exactement le métier de leurs parents. »

STAGES ET APPRENTISSAGE : DU SENS ET DU CONTENU

« Nous pratiquons beaucoup l'apprentissage, mais nous ne sommes pas en mesure d'offrir ensuite un emploi systématique à chaque apprenti. C'est pourquoi nous orientons notre apprentissage sur des postes qui ont un potentiel.

« À titre d'exemple, toute la mise en œuvre des nouvelles initiatives ces dernières années au sein de l'équipe RH chez BP France est due aux apprentis. Les jeunes sont un booster pour les entreprises, ils amènent de l'air frais, sont prêts à s'investir et à rendre service. En parallèle, on trouve toujours parmi les salariés des personnes prêtes à les "materner", ainsi chacun y trouve son compte. Selon moi, la filière d'apprentissage est une vraie filière d'excellence, tous les diplômés devraient être passés en apprentissage; nous devrions nous orienter vers le système allemand. Les apprentis sont pour moi plus courageux, ils s'investissent davantage et ce sont généralement de très bons éléments.

« Actuellement, nos 30 apprentis proviennent essentiellement de BTS

LE GROUPE BP

BP France est une filiale du groupe BP, troisième groupe pétrolier privé, avec une production d'environ 4 millions de barils de pétrole et gaz par jour, 25 000 stations-service et une présence dans plus de cent pays. En France, le Groupe BP est présent par le biais de trois sociétés : BP France (750 employés), Gesmin, qui opère sur toutes les stations autoroutières BP et emploie 450 personnes, et Apex BP-Solar, société spécialisée dans la commercialisation de panneaux photovoltaïques, qui compte cent personnes.

techniques de commercialisation et de DUT Chimie.

« Nous refusons les stages photocopies! Nous tenons à offrir de vraies missions à nos stagiaires et à nos apprentis. Ces derniers sont d'ailleurs opérationnels au bout de six mois en général.

Nous nous impliquons beaucoup auprès des stagiaires, nous prenons part au rapport de stage, je m'occupe personnellement des trois apprentis qui travaillent dans l'équipe RH (sur 17 personnes).

« Certains jeunes obtiennent un CDI à l'issue de leur apprentissage, mais dès qu'une opportunité se présente, nous recrutons également des attachés de clientèle qui ont débuté chez nous en intérim ou en CDD.

« Nous offrons également la possibilité aux enfants de nos salariés d'effectuer un stage d'un mois durant les vacances scolaires, mais nous prenons aussi des stagiaires - rémunérés -, de bac + 2 à bac + 5. Nous en avons eu vingt l'an dernier, ainsi que quinze collégiens de 4^{ème} - 3^{ème} dans le cadre de la découverte professionnelle. Pour ces derniers, nous essayons de faire en sorte qu'ils retiennent quelque chose, que leur visite ne se résume pas qu'à un passage. »

« Pour conclure : les jeunes que je rencontre me demandent souvent quelles études faire. Les gens changent de métier tant de fois au cours de leur vie! Mon conseil : l'anglais devrait être impératif, de même que l'aptitude à l'outil informatique et la capacité de travail en équipe, ce sont les trois dimensions indispensables. Ne pas maîtriser cela aujourd'hui revient à ne savoir ni lire ni écrire il y a 70 ans ! »



CONSEIL RÉGIONAL D'ÎLE-DE-FRANCE « NOTRE SOCIÉTÉ DOIT FAIRE CONFIANCE À NOS JEUNES, POUR QU'EUX-MÊMES RETROUVENT CONFIANCE EN L'AVENIR »

Le Conseil régional d'Île-de-France soutient les actions de Jeunesse et Entreprises depuis de nombreuses années. Entretien avec Élisabeth Gourévitch, vice-présidente en charge des lycées et de la politique éducative, sur les actions menées par la Région en direction des jeunes.

LA RÉGION COMPTE huit départements, 1 281 communes et une population de 12 millions d'habitants.

Implanté essentiellement dans la capitale, le Conseil régional d'Île-de-France compte près de 1 300 agents auxquels il faut ajouter les 10 000 agents des personnels techniques, ouvriers et de services qui travaillent pour la Région depuis la Loi du 13 août 2004.

Les principales compétences de la Région sont les lycées, les transports, la formation professionnelle, l'environnement.

Au-delà de ses compétences, la Région s'investit, notamment, dans le domaine de la culture, de la politique de la Ville, de la santé, du social, du logement, du sport et du tourisme.

ÉLISABETH GOURÉVITCH



Élisabeth Gourévitch est vice-présidente de la Région Île-de-France depuis 1998, en charge des lycées et des politiques éducatives après avoir été vice-présidente en charge des finances et du budget.

Elle est, de plus, collaboratrice du sénateur Robert Badinter depuis 1995.

Le Conseil régional est une collectivité territoriale qui emploie des agents de la fonction publique qui sont recrutés après obtention d'un concours.

On peut noter que les moins de 30 ans représentent 12% de la population des agents permanents.

UN RÔLE ACTIF DANS LA FORMATION DES JEUNES

Le Conseil régional assure la construction, l'entretien et l'équipement des 470 lycées publics d'Île-de-France. Il subventionne également 213 établissements privés sous contrat.

L'objectif est de favoriser l'accès de tous à la formation, et d'améliorer les conditions d'études et de vie des lycéens. Par exemple, la Région aide depuis l'an 2000 les familles des élèves en sections professionnelles afin d'acquérir le matériel nécessaire à leur formation.

Après la gratuité des manuels scolaires, la Région offre, depuis octobre 2007, une clé USB, contenant des outils logiciel modern, à tous les lycéens de seconde ou en première année professionnelle et les apprentis de première année, ainsi qu'à leurs professeurs, et ce, pour améliorer l'égalité d'accès au numérique.

LA RÉGION SOUTIEN LES PROJETS EN FAVEUR DE L'INFORMATION ET DE L'ORIENTATION DES JEUNES

« Il faut permettre à chacun d'acquérir l'autonomie nécessaire

pour devenir acteur de son projet de formation. »

Les jeunes ne peuvent acquérir cette autonomie qu'en étant bien informés, afin de pouvoir choisir l'orientation qui leur convient en toute connaissance de cause.

La Région a adopté, en juin 2007, le Schéma régional des formations tout au long de la vie, qui exprime sa stratégie pour la formation sur son territoire.

Ce Schéma des formations est construit sur la base de six principes stratégiques. L'un d'eux est *« d'établir des partenariats avec le monde professionnel et socio-économique, ce qui est un objectif régional fort : relier l'école et le monde du travail. Il a une importance toute particulière dans l'information et l'orientation, car la méconnaissance du monde du travail et du fonctionnement des entreprises et des pratiques professionnelles handicape lourdement les jeunes au moment où ils ont à exercer un choix d'orientation scolaire et professionnel »*.

On trouvera des informations principales sur le site :

<http://schemalycees2007-2013.iledefrance.fr>

DES TRAVAUX SUR LA PROSPECTIVE EMPLOI-FORMATION

La Région pilote des travaux sur la prospective emploi-formation avec l'appui de l'Observatoire régional de l'emploi et de la formation (Oref du GIP-Carif). Les analyses prennent en compte la demande sociale, les attentes des entreprises et l'analyse des



débouchés; par exemple, l'étude des résultats de l'enquête IVA (Insertion dans la vie active) apporte des informations essentielles. Ces travaux sur la prospective emploi-formation ont permis l'adoption, du Schéma prévisionnel des ouvertures et fermetures de formations en lycées, dans le cadre du Schéma régional de la formation initiale et continue tout au long de la vie 2007/2013. Ce Schéma prévisionnel est mis en œuvre à travers un dispositif conjoint État-Région, basé sur la prise en compte des réalités de terrain, l'information large des partenaires et la concertation : il guide l'évolution de l'offre régionale de formation.

RÉUSSITE POUR TOUS

Le dispositif « **Réussite pour tous** » a été mis en place par la Région afin de permettre d'accompagner des élèves en difficulté pour prévenir le décrochage scolaire en les identifiant et en organisant leur prise en charge.

« L'accès de tous les jeunes à un premier niveau de qualification est l'ambition partagée par l'ensemble des partenaires, réunis autour de la charte "Réussite pour tous". Depuis plus de sept ans, grâce à ce partenariat actif, de nombreuses

expériences ont vu le jour, et des équipes ont accumulé des savoir-faire, et des compétences dans les domaines particulièrement difficiles du décrochage scolaire et de la resocialisation. De nouveaux champs d'action sont investis et les projets d'accompagnement à la scolarité, les expérimentations, Science Po, en classe de seconde, les projets de soutien à l'accès à l'enseignement supérieur se multiplient. »

Il y a eu 4 000 élèves concernés dans 95 lycées où le taux de décrochage est passé de 9% à 5,5% ces dernières années.

Pour la troisième année consécutive, l'ensemble des acteurs s'est réuni lors de la journée régionale « **Réussite pour tous** », le 30 janvier dernier, afin de permettre « **un échange autour de leurs pratiques et réfléchir aux évolutions de ce dispositif original.** »

LES METIERS.NET

Le site Internet « **lesmetiers.net** » est une initiative du Conseil régional pour les jeunes de 12-25 ans, afin de mettre à leur disposition un service public d'information gratuit, complet

et interactif, répondant à leur besoin d'information pour une meilleure orientation.

Il propose notamment plus de 400 fiches métier, chacune accompagnée du témoignage vidéo d'un professionnel filmé dans le cadre de son activité.

« Le site leur permet, également, de trouver un répertoire de l'ensemble des formations initiales proposées en Île-de-France.

Il faut noter qu'il rencontre un tel succès de fréquentation qu'il est envisagé d'assurer son accès par la téléphonie mobile. »

DES DÉFIS À RELEVER

« Nous sommes confrontés à un double défi : d'une part que les jeunes trouvent un emploi correspondant à leur projet; d'autre part, que les entreprises trouvent les compétences dont elles ont besoin.

« Il faut adapter et rendre cohérente la carte des formations pour répondre aux besoins, aux évolutions du monde du travail. En ce sens, il faut faciliter la connaissance du système éducatif au sein du monde professionnel notamment travailler sur le problème des stages et faciliter les contrats de qualification.

« Développer une formation "tout au long de la vie" car chacun est aujourd'hui conscient qu'un salarié sera souvent amené à changer de métier plusieurs fois au cours de sa carrière. C'est toute la problématique de la sécurisation et de la cohérence de parcours professionnel. » ■

LE CONSEIL RÉGIONAL ET AJE

Le partenariat entre le Conseil régional et l'AJE a débuté, il y a dix ans, par une série d'actions dans le Val d'Oise, avant d'être élargi à l'ensemble du territoire francilien. **« Le partenariat que nous menons avec Jeunesse et Entreprise est essentiel, car il permet aux jeunes de découvrir la réalité des métiers. Trop d'échecs interviennent suite à des erreurs d'orientation; par exemple, des élèves ne perçoivent pas les réalités d'une profession, ou ils s'engagent dans des filières "à la mode" alors que les débouchés sont saturés. Notre travail commun doit permettre une meilleure adéquation entre les attentes des jeunes et les besoins des entreprises. »**

LA CONFÉDÉRATION NATIONALE DES JUNIOR-ENTREPRISES

Créée en 1969, la Confédération nationale des Junior-Entreprises a pour mission de coordonner l'action des quelque 140 Junior-Entreprises (J.E.). Associations étudiantes, elles sont implantées dans les écoles d'ingénieurs, de commerce et dans les universités. Plus important mouvement étudiant fédéré de France, la CNJE a créé en 1992 le réseau JADE et diffuse ainsi l'esprit d'entreprise à l'étranger comme en France. En partenariat avec les Clubs AJE, la CNJE souhaite s'engager auprès des jeunes collégiens et lycéens, et de leurs enseignants, pour apporter leur témoignage ainsi que celui des jeunes entrepreneurs.

LES JUNIOR-ENTREPRISES, RÉVÉLATEURS D'ESPRIT D'ENTREPRISE

Créées à l'initiative d'élèves de l'Essec, les Junior-Entreprises (J.E.) permettent aux professionnels de faire appel aux compétences d'étudiants des grandes écoles et universités françaises; ces derniers viennent y chercher une occasion de mettre à profit leurs qualités d'entrepreneurs. Les Junior-Entreprises constituent à ce titre de véritables révélateurs d'esprit d'entreprise.

Souhaitant contribuer le plus largement et le plus efficacement à la promotion de leur concept, les Junior-Entreprises se sont fédérées au sein de la Confédération nationale des Junior-Entreprises (CNJE).

Une Junior-Entreprise est une association loi 1901 à vocation économique et à but non lucratif, dont l'origine se retrouve autour de trois idées :

- une idée économique : mettre à disposition des entreprises, créateurs et collectivités locales, les compétences, le dynamisme et la capacité d'innovation des étudiants;
- une idée pédagogique : permettre à ces étudiants de mettre en pratique l'enseignement théorique qu'ils reçoivent en cours et d'acquiescer de multiples expériences valorisantes sur le marché du travail;
- une idée de promotion de l'entrepreneuriat : donner aux étudiants une première expérience de l'entrepreneuriat avant leur entrée dans la vie active ou leur propre création d'entreprise, en leur permettant de mettre en œuvre des projets innovants.

La CNJE a quatre missions majeures :

- coordonner et développer les activités des Junior-Entreprises;
- promouvoir les marques Junior-

Entreprise, Junior-Initiative, Pépinière Junior-Entreprise et Junior-Création ;

- assurer la défense de ses membres et les représenter;
- réunir toutes les informations relatives à la vie des Junior-Entreprises par la réalisation d'études exploratoires.

Depuis sa création, la CNJE œuvre pour faire connaître la marque Junior-Entreprise en tant que gage de qualité pour les entreprises qui font appel à ces dernières. Pour réaliser ses actions, la CNJE s'appuie sur ses partenaires, ses labels qualité, ou encore sur la mise en place d'audits conseils annuels au sein de chaque structure.

Le Conseil d'administration de la CNJE, composé d'étudiants bénévoles issus de diverses Junior-Entreprises de France, est chargé d'une part de coordonner, d'animer et de former le réseau des Junior-Entreprises, d'autre part de promouvoir et de défendre la marque Junior-Entreprise.

L'actuel président de la CNJE est Cédric Legros (ci-dessus), élu pour l'année 2007/2008.

En plus de trente-cinq ans, les Junior-Entreprises ont su anticiper et s'adapter aux changements des marchés, de leurs clients et de leur environnement propre. Le mouvement constitue aujourd'hui une référence dans la promotion de l'esprit d'entreprise aux niveaux national et international, grâce à un maillage géographique efficace.

L'EXPÉRIENCE JUNIOR-ENTREPRISE

Pour les étudiants, l'objectif premier d'une Junior-Entreprise est donc de consolider les connaissances théoriques acquises dans les établissements d'enseignements supérieurs, dans le cadre de missions réalisées pour le compte de professionnels. Ces missions

permettent aux étudiants d'enrichir leur parcours et constituent une plus value indéniable sur leur CV. L'expérience Junior-Entreprise

apporte aux étudiants concernés une réelle valeur ajoutée professionnelle, mais aussi humaine, très appréciée des recruteurs. En effet, le fonctionnement en associations prestataires de services procure aux étudiants administrateurs des Junior-Entreprises une expérience riche de management d'équipe et de projets.

Les anciens Junior-Entrepreneurs entrent dans la vie active avec des atouts majeurs. Une Junior-Entreprise est une association à vocation à but pédagogique et non lucratif.

De par leur activité et leur implication dans le réseau de la CNJE, les Junior-Entreprises sont un vecteur de communication indéniable pour les grandes écoles et universités françaises. Ainsi, chaque événement CNJE est l'occasion de mettre en avant le sérieux et les compétences des membres de Junior-Entreprises, mis au service de la qualité et de l'entrepreneuriat. Plus d'informations sur www.junior-entreprises.com et sur blog.junior-entreprises.com. ■



LE MOUVEMENT DES JUNIOR-ENTREPRISES EN CHIFFRES

- 40 villes en France
- 134 Junior-Entreprises
- 7,8 M€ de chiffre d'affaires cumulé
- 2 000 étudiants administrateurs
- 20 000 adhérents
- 148 000 étudiants potentiels

SUR LE TERRAIN

MARSEILLE : 4^e ÉDITION DE « L'ENTREPRISE 13 À CŒUR »

Le 13 mars, les entrepreneurs ont partagé leur expérience avec les jeunes

L'AJE 13 et l'UPE 13 – soutenues par le Conseil régional, le Conseil général et la ville de Marseille – sont associées depuis quatre ans pour faire découvrir aux Jeunes le monde de l'Entreprise au cours d'un rendez-vous annuel de



Photo Thierry Vaudé

rencontres et d'échanges conviviaux. L'objectif : insuffler une nouvelle idée de l'entreprise à 300 élèves de 15 collèges des Bouches-du-Rhône suivant l'option de DP3, grâce à des ateliers thématiques sur les métiers et les valeurs de l'entreprise, qui leur permettent, ainsi qu'aux enseignants, de dialoguer avec des chefs d'entreprise, des DRH et des dirigeants. Parce que l'initiation à l'Entreprise passe aussi par le ludique, Starwork, machine interactive, recueille les impressions des jeunes sur leurs visions de l'entreprise, et un grand quiz leur permet de défendre les couleurs de leur établissement autour de questions d'environnement local.

Contact : Laurent Drancourt
Tél. : 04 91 57 71 28 drancourt@aje13.com

SIGNATURE D'UNE CONVENTION DE PARTENARIAT ENTRE AJE ET L'ACFCI

DANS LE CADRE d'une conférence organisée le 7 février dernier par l'ACFCI sur le thème « Les CCI et les Jeunes », une convention de partenariat a été signée entre le président Yvon Gattaz et Jean-François Bernardin, président de l'ACFCI, venant ainsi renforcer les nombreux liens de coopération déjà existants entre les Clubs AJE et les CCI.



Philippe Hayat, Yvon Gattaz, Édith Cresson, Jean-François Bernardin, Georges Guilbert, Alexandre Schajer

À cette occasion, des experts ont présenté les résultats de leurs récents travaux : une jeunesse inquiète face à son ave-

nir, des efforts sur l'orientation, des innovations en matière de professionnalisation des jeunes, des engagements pour l'égalité des chances, autant de thèmes sur lesquels les clubs AJE travaillent régulièrement.

Contact : AJE
Tél. : 01 47 55 08 40 aje@jeunesse-entreprises.com

ENQUÊTE SUR LES « MÉTIERS PORTEURS D'EMPLOI »

AJE LANCE une nouvelle enquête auprès des jeunes et des entreprises, afin de promouvoir les métiers porteurs d'emploi auprès des jeunes et du système éducatif en s'appuyant sur les besoins des entreprises de toutes tailles, de toutes régions et tous secteurs d'activités. Les résultats de cette enquête, réalisée avec l'appui des Clubs AJE locaux, seront révélés en octobre 2008, au cours du Colloque national d'AJE. Parallèlement, une plaquette informative destinée aux rencontres enseignants entreprises jeunes, répertoriant les métiers qui offrent des perspectives d'avenir et de développement, est en cours de réalisation.

Contact : AJE
Tél. : 01 47 55 08 40 aje@jeunesse-entreprises.com

SAINT-MALO : UNE SOIRÉE POUR DÉCOUVRIR LES MÉTIERS DE L'INDUSTRIE

LE CLUB AJE du Pays de Saint-Malo a organisé, le 11 mars, une soirée sur le thème « Travailler dans l'industrie à Saint-Malo », dans les locaux de la CCI, en partenariat avec des chefs d'établissement et des entreprises, à destination des collégiens de 3^{ème} et de leurs parents. Des tables rondes avec des spécialistes ont permis aux jeunes de découvrir les opportunités de carrières dans l'industrie, et d'être sensibilisés aux formations et à la féminisation des métiers industriels.

Contact : Jean-Michel Le Pennec
Tél. : 02 99 19 08 08 jmlepennec@free.fr

LE RÉSEAU AJE S'ÉTEND

DE NOMBREUSES GRAINES ont été semées en région ces derniers mois et l'on assiste à présent à l'éclosion de plusieurs nouveaux Clubs AJE : Angoulême, Sud-Oise, Rouen, Nantes, Toulouse, etc. Parallèlement, certains Clubs existants, tel celui de Bordeaux, prennent un nouvel envol avec des opérations phares conduites autour de la valorisation des métiers et de l'entrepreneuriat.

Contact : AJE
Tél. : 01 47 55 08 40 aje@jeunesse-entreprises.com

AJE 94 : DIX ANS D'EXPÉRIENCE DE DÉCOUVERTE DES ENTREPRISES

Le Club AJE du Val-de-Marne, toujours présidé et animé par son créateur, Michel Oudin, fête ses dix ans. Il reste fidèle à son axe d'actions au niveau des collèges, et en particulier de la classe de 3^{ème}. Inventeur avant la lettre de « la découverte professionnelle des entreprises », Michel Oudin trouve son épanouissement naturel avec le programme DP 3 (découverte professionnelle 3 heures), lancé par l'Éducation nationale.

FORT DE SES DIX ANS d'expérience, le Club AJE du Val-de-Marne poursuit principalement deux activités : une action directe au sein des collèges et l'organisation de stages pour les professeurs.

LES COLLÉGIENS À LA DÉCOUVERTE DE L'ENTREPRISE

« En début d'année scolaire, explique Michel Oudin, nous rencontrons les professeurs et leurs élèves en classe de 3^{ème} pour leur parler de l'entreprise. Notre schéma est simple : trois chefs d'entreprise interviennent pendant une demi-journée, présentent leur activité dans le tissu économique local et répondent aux questions. Nous choisissons un représentant de grande entreprise, un chef d'entreprise moyenne, ou petite, et un artisan.

« Bien sûr, chacun parle d'abord de "son" entreprise, mais il la replace dans le contexte des entreprises en général.

« Ils sont amenés tout naturellement à évoquer les "métiers", le sien, mais les autres aussi.

« L'opération se déroule sur deux semaines. La dernière, en novembre dernier, a ainsi touché douze collèges différents – ce qui, soit dit en passant, suppose la participation de plus de trente chefs d'entreprise. »

Comment trouve-t-on les contacts nécessaires, tant du côté des entreprises que de celui des collèges ?

« C'est le fruit de nos dix années d'expérience, répond Michel Oudin. Au fil des ans, ce que nous appelons la "Commission de travail du Club AJE 94" s'est étoffée. Elle compte aujourd'hui dix chefs d'établissement, des conseillers de l'enseignement technique, des représentants de l'Académie de Créteil, un inspecteur de l'Éducation nationale. Côté entreprises, la commission comprend des représentants du Medef de l'Est parisien, de la Fédération du Bâtiment, de la Chambre de commerce et d'industrie et de la Chambre des métiers. Elle réunit tous les mois une trentaine de personnes très assidues.

AU SERVICE DE LA DP 3

« Nous avons été "rattrapés", dit-il avec humour, par l'Éducation nationale et sa DP 3 (découverte professionnelle 3 heures), qui impose trois heures par semaine de formation au monde de l'entreprise, et nous avons précisément accumulé l'expérience nécessaire. Les professeurs n'ont souvent jamais mis les pieds dans une entreprise et ils apprécient nos actions. Ils sont encore plus friands qu'avant et la demande augmente. Les professeurs et leurs élèves veulent entendre "le vrai", tel qu'il est vécu sur le terrain.

« Beaucoup d'organisations professionnelles ont été amenées à concevoir et réaliser des brochures sur leurs métiers, lesquelles sont très appréciées des enseignants et de leurs élèves. Mais rien ne vaut le témoignage verbal. »

Ingénieur et architecte

MICHEL OUDIN, 60 ans, est directeur de l'École du Bâtiment et des Travaux publics. Il est gérant du Groupe de recherche, d'ingénierie et de formation (GRIF), émanation de l'École. Ce groupe met en relation directe enseignants et entreprises. Les professeurs, dont certains sont actionnaires, dirigent les principaux secteurs d'intervention : bâtiment, ouvrages d'art, acoustique, environnement, études de sols, assainissement. Il emploie une quinzaine de salariés (ingénieurs, dessinateurs, secrétaires). Michel Oudin est également membre du bureau du Medef de l'Est parisien, dont il préside la commission Enseignement – Entreprise.

CLUB AJE 94

39, avenue Foch

94300 Vincennes

Tél. : 01 48 08 14 24

e-mail : oudin.michel@hotmail.fr

Président : Michel OUDIN

Trésorier : Michel GARNIER Secrétaire : Jean-Louis VIGNAUD

Medef de l'Est parisien : Charles SEVEGRAND

Chambre des métiers du Val-de-Marne : Jean-Louis MAITRE

Chambre de commerce

et d'industrie du Val-de-Marne : M. PÉPINEAU

Rotary Club : Michel GARNIER



LE CARREFOUR DES MÉTIERS

Le Club AJE 94 reste fidèle au Carrefour des Métiers lancé il y a six ans, en collaboration avec le Medef de l'Est parisien et le Rotary Club. Le Carrefour est désormais organisé par le CIO.



Posent-ils des questions ?

« Beaucoup, d'autant plus que la DP 3 leur donne le temps nécessaire pour bien préparer les entretiens. »

Bien rodée, cette action fonctionne sans aléas, avec des entreprises et des collaborateurs fidèles. Michel Oudin leur impose amicalement son slogan : **« Un chef d'entreprise doit consacrer à l'enseignement l'équivalent d'une journée par an. »**

TROIS JOURS EN ENTREPRISE

Deuxième action traditionnelle de l'AJE du Val-de-Marne, les stages en entreprise pour les enseignants, et maintenant surtout les enseignants de DP 3.

« En collaboration avec l'Académie de Créteil, nous proposons des stages de trois jours pour les enseignants, à raison de trois enseignants par collège. Les chefs d'établissement sont évidemment très impliqués et motivés, car il leur faut s'organiser en conséquence. Nous avons organisé les premiers stages en 2007 pour 30 professeurs. En 2008, nous venons de le faire, en touchant cette fois-ci 60 professeurs. »

Le programme comprend :

- le premier jour, une présentation aux 60 stagiaires des organismes professionnels et interprofessionnels ;
- le deuxième jour, une journée prise en charge, par groupe de 8 à 10 professeurs, par une grande entreprise (Advantis, Cégélec, Essilor, La Poste, L'Oréal, etc.) ;
- le matin du troisième jour, un accueil chez un artisan ou une petite entreprise, par groupe de trois ou quatre professeurs ;
- l'après-midi du troisième jour, une réunion de synthèse avec les chefs d'établissement.

Initiatives

Commentaires sur la découverte de la vie en entreprise

Présentation d'organisations professionnelles

Les différents exposés ont tous été enrichissants. Le rôle du Medef a été bien situé par rapport aux entreprises. Les professeurs ont apprécié de pouvoir se créer un carnet d'adresses. Les plaquettes informatives ont paru utiles et intéressantes. Elles pourront être utilisées dans le cadre de la « DP 3 heures » ou d'ateliers d'orientation.

Collège Jules-Ferry (Maisons-Alfort)

Visite d'entreprises artisanales

L'accueil dans les petites structures est très chaleureux, voire familial. Il montre bien la difficulté à créer une entreprise : absence de formation, méconnaissance des aides financières, disparité des informations. Il faut souvent commencer à payer avant même de commencer à travailler. Les créateurs d'entreprise sont des passionnés.

Collège Januck-Korczak (Limeil- Brevannes)

Visite de grandes entreprises

Les capacités et l'implication personnelles sont plus déterminantes pour obtenir ou conserver un emploi que les diplômes ou une formation théorique trop « pointue ».

Les échanges informels ont permis de souligner les valeurs communes que les enseignants essaient de transmettre et qui sont attendues par l'entreprise : maîtrise de la langue française et du savoir être, motivation et curiosité, adaptabilité, persévérance et éventail de connaissance en culture générale pour pouvoir évoluer.

Collège Henri-Barbusse (Créteil)

Stage de formation de professeurs

Excellent accueil de toute l'équipe. Tous les intervenants ont expliqué leur profil et leur parcours, souvent indirect, mais ont insisté sur la flexibilité et l'adaptabilité face à l'évolution des métiers.

Professeurs et conseillers d'orientation de Fontenay, Limeil-Brevannes et Vitry.

(Hôpital Sainte-Camille, à Bry-sur-Marne)

UNE VOCATION

Tout cela est évidemment assez lourd à gérer, surtout lorsqu'on est en activité, comme Michel Oudin. **« Il faut y croire, dit-il, j'y crois. »**

« On parle bien de ce que l'on fait tous les jours, avec la nécessité de se tenir bien au courant de la technique et de l'actualité. »

« En outre, l'AJE est maintenant bien connue, et même "reconnue" à travers ses conventions avec les rectorats. Son image est beaucoup plus neutre que celle des organisations professionnelles et inspire davantage confiance au monde enseignant. »

Le Coefficient d'Activité des Jeunes «CAJ 40» du 2^e semestre 2007

REPRISE DE LA CROISSANCE DE L'EMPLOI DES JEUNES

Le marché du travail, induit en bonne partie par le mouvement démographique des départs massifs à la retraite, profite aux jeunes. Le solde de création nette d'emplois chez les moins de 26 ans représente 0,9% de l'emploi salarié global du secteur privé (indice CAJ 40 égal à 0,9).

LA CRÉATION D'EMPLOI DE JEUNES AUGMENTE

De l'ordre de 0,6% de gain d'emplois de jeunes depuis 2005, avec une pointe de 1,1% au 2^e semestre 2006, ce pourcentage de 0,9% représente environ 150 000 emplois supplémentaires pour les jeunes.

Ces scores toujours positifs (un indice de 0,6% représente tout de même 100 000 emplois supplémentaires) s'inscrivent dans une tendance tous âges en baisse, du moins pour notre panel : 0,2% de baisse au 2^e semestre 2007, 0,3% en moyenne avant (voir graphique CAJ 40). La croissance de l'emploi des jeunes se fait donc au détriment des plus de 25 ans, qui perdent 1% d'emplois.

L'évolution de la courbe de l'indice CAJ 40 montre l'amorce d'une légère tendance à la hausse. Cette tendance apparaît plus clairement sur l'indice de tendance de l'emploi des jeunes (courbe verte) qui traduit l'opinion des entreprises sur l'évolution de leurs prochaines embauches. Les entreprises qui prévoient une hausse de leurs embauches possèdent un pourcentage de 15 points supérieur à ceux qui pré-

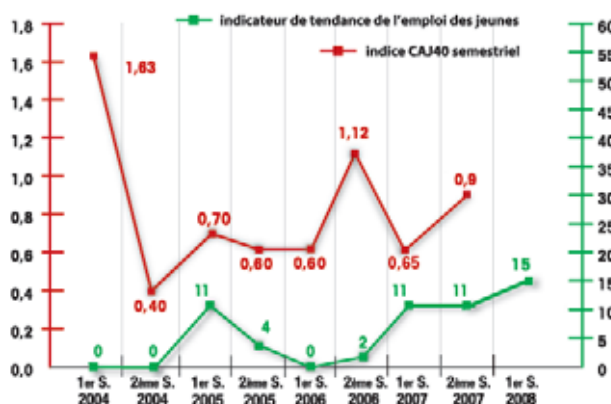
voient au contraire une baisse. Cette majorité était déjà de 11 points au semestre précédent.

LES JEUNES ONT BÉNÉFICIÉ DE CDI

Fait remarquable, la croissance de l'emploi chez les jeunes s'opère, au 2^e semestre, en quasi-totalité sous forme de CDI. Les 0,9% de croissance se décompose en 0,8% de CDI et seulement 0,1% de CDD.

Au 2^e semestre 2006, la croissance des emplois pour les jeunes était également forte, à 0,8%. Cette conjoncture devient patente en se référant à la proportion de jeunes employés en CDD, qui baisse à 40%, le plus bas connu.

Le deuxième semestre est celui qui enregistre les embauches des jeunes se présentant sur le marché du travail au sortir de l'école. Si la tendance se confirmait, on pourrait faire valoir aux jeunes en fin de scolarité qu'ils ont de bonnes chances d'être embauchés en CDI. En se référant en plus aux pronostics des entreprises sur leurs embauches pro-



chaines, les résultats de cette enquête sont plutôt optimistes. Certes, sur le panel de l'enquête, la tendance de l'emploi global est légèrement décroissante. Mais il s'agit logiquement d'un biais systématique du fait de la structure de l'échantillon, où l'industrie domine, alors que la croissance la plus importante de l'emploi se fait dans le BTP et le tertiaire. L'augmentation de la part de l'emploi intérimaire à 6,3%, contre 5% auparavant, atteste de la tenue satisfaisante de l'activité. Par ailleurs, on a déjà vu que les entreprises envisageaient plus nombreuses les embauches de jeunes. C'est encore plus net pour le 1^{er} semestre de cette année pour les plus de 25 ans, avec des recrutements en hausse prévus dans 40% des réponses, contre seulement 6% prévoyant une baisse.

Toutefois, gardons-nous bien de trop d'optimisme. Car depuis, les risques de ralentissement sensible de la croissance économique mondiale, du moins pour les pays développés, n'ont peut-être pas encore été bien pris en compte au moment des réponses. ■

EMPLOI AU COURS DU 2^{ème} SEMESTRE 2007 (entre parenthèses rappel du 1^{er} semestre 2007)

(évolution en % des effectifs totaux)	Toutes catégories	CDI	CDD
Tous âges	- 0,2% (=)	- 0,4% (-1,0%)	+ 0,2% (+ 1,1%)
- moins de 26 ans	+ 0,9% (+ 0,6%)	+ 0,8% (=)	+ 0,1% (+ 0,7%)
- plus de 25 ans	- 1,0% (- 0,6%)	- 1,3% (-1,0%)	+ 0,1% (+ 0,4%)

Croissance de l'emploi : les jeunes en CDI.