

---

## **SYNTHESE DES ACTIONS MENEES EN 2009**

L'objet de l'association est de contribuer au développement des relations entre l'Education et l'Entreprise, dans la durée, en privilégiant la rencontre entre les deux cultures et les synergies qui en résultent, au bénéfice direct des jeunes générations.

Les actions de rapprochement déployées par l'ADREE s'inscrivent dans le strict périmètre délimité par les possibilités de financement via la taxe d'apprentissage.

A l'issue de sa 6<sup>ème</sup> année d'activité, l'ADREE dresse un bilan très positif des rapprochements entrepris avec les publics de l'éducation, en particulier grâce aux actions d'information menées en région auprès des jeunes.

La Semaine Ecole-Entreprise reste un élément de forte visibilité dans le calendrier de déploiement des actions que permettent les financements de l'ADREE. C'est en général, le point de départ d'une longue série d'opérations d'information et d'orientation qui jalonnent l'année scolaire et qui seront autant d'occasions de rapprochements des élèves, des équipes pédagogiques et de direction avec le monde de l'entreprise.

Les activités traditionnelles d'information sur les métiers et les professions déployées dans les établissements scolaires ont été renforcées par la création de nouveaux supports d'information.

L'ADREE a aussi contribué au déploiement du jeu de découverte de l'entreprise « voyage au cœur de l'entreprise » à destination des élèves et des étudiants afin de les faire entrer de façon simple et ludique dans l'univers entrepreneurial.

---

## **BILAN DES ACTIONS**

### **Contexte**

Les opérations menées par l'ADREE se concentrent sur les cibles directes que sont les élèves ou les étudiants, en partenariat étroit avec les établissements d'enseignement.

Les actions déployées en 2009 ont été à la fois plus nombreuses que les années passées et ont permis un déploiement massif de vecteurs de communication renouvelés tant dans leur contenu que dans leur forme (traditionnelles ou utilisant les nouvelles technologies) : brochures d'information, sites internet sur les métiers, réalisations audiovisuelles pour les classes...

Par ailleurs, 2009 consacrait la 10<sup>ème</sup> édition de la Semaine Ecole-Entreprise qui a permis de fédérer 19 000 enseignants, 5600 établissements, 180 000 élèves et 10 800 entreprises.

L'accroissement du nombre d'élèves est de +12% % par rapport à 2008 grâce notamment à une plus forte implication des lycées dans l'opération.

Le nombre de régions engagées dans les opérations de rapprochement Education-Entreprise est quant à lui passé de 14 à 17.

## **Constats et évolution des relations Education-Entreprise**

La mise en place en 2007 du Challenge Education-Entreprise à l'initiative du MEDEF avec 40 autres partenaires (organisations économiques, professionnelles, fédérations de parents d'élèves...), se confirme comme le fil conducteur de toutes les initiatives qui permettent de faire coopérer les entreprises et les établissements scolaires, à tous les niveaux de formation pour le bénéfice direct des jeunes.

Les fédérations de parents d'élèves soutiennent et accréditent fortement la nécessité des interventions d'entreprises dans les collèges et les lycées.

L'installation en 2009 des Bureaux d'Aide à l'Insertion Professionnelle (BAIP) au sein de toutes les universités accélère les coopérations dans l'enseignement supérieur et rendent désormais plus fluides les relations université-entreprise. La mission d'insertion professionnelle dévolue depuis 2007 aux universités prend corps et ces dernières sont de plus en plus demandeuses de partenariats et autres collaborations à monter avec le monde économique qui les environne.

## **Principales actions menées**

### **Forums et salons**

Depuis fin 2008, différentes actions ont été menées dans le cadre de salons organisés en faveur de publics scolaires.

Lors de ces salons, les thèmes de l'esprit d'entreprendre et de la diversité des métiers dans l'entreprise étaient souvent les messages-clés, mais des conseils étaient aussi délivrés sur la démarche globale d'orientation et de recrutement : simulation d'entretien d'embauche, lettre de motivation, rédaction de CV...

En région Rhône Alpes, c'est le Mondial des métiers qui a retenu l'attention et que s'est ainsi engagée une démarche de rencontres avec le public des jeunes à la recherche de leur orientation professionnelle.

Par ailleurs, dans un autre registre, 4 régions ont participé cette année aux salons régionaux puis national des mini-entreprises : Lorraine, Poitou-Charente, Franche-Comté, et Auvergne.

## **Visites d'entreprises**

L'organisation de visites d'entreprise reste de loin la première des animations proposées dans le cadre de la SEE (Semaine Ecole-Entreprise) mais ces visites se poursuivent aussi tout au long de l'année, favorisées notamment par la mise en place dans des établissements toujours plus nombreux (5 400 en 2008-2009), de l'option DP3 (découverte professionnel 3 heures).

Des opérations spécifiques visant à préparer les jeunes élèves en amont de la visite d'entreprise ont été financées et organisées en 2009, à titre d'exemples, en Nord-Pas de Calais, dans le Limousin, en Languedoc-Roussillon ou encore en Champagne-Ardenne.

Sur le plan qualitatif, les visites d'entreprise permettent des rencontres très concrètes entre les élèves, les équipes pédagogiques et les chefs d'entreprise qui les accueillent. C'est aussi pour les jeunes élèves un premier contact avec la micro-économie et les notions de gestion et de production. Ces moments sont importants : ils peuvent être décisifs ou tout au moins les premiers éléments d'un projet professionnel en construction.

En 2009, ce type de rencontres a concerné plusieurs milliers d'élèves (au moins **87 000** si on ne considère que les élèves de la DP3).

## **Interventions dans les classes**

Autre variante des visites d'entreprise, les interventions de professionnels dans les établissements d'enseignement sont aussi un succès dans le panel des actions menées. Elles sont l'occasion pour les élèves et étudiants de mieux appréhender les mutations à venir du marché du travail.

Les branches professionnelles sont par ailleurs très complémentaires des chefs d'entreprise dans cet exercice et proposent de vastes palettes d'outils (vidéos, supports de présentation support de cours...), dont les entreprises du secteur d'activité peuvent se servir afin d'étayer leurs interventions.

## **Mini-entreprises**

Le développement des mini-entreprises a été au centre des actions menées dans le cadre de la Semaine Ecole-Entreprise 2007, leur déploiement s'est poursuivi en 2008 puis en 2009. L'ADREE, le MEDEF et l'association Entreprendre pour Apprendre France ont signé le 3 juillet 2007 une convention de partenariat. Objectif commun : promouvoir et développer des projets de mini-entreprises auprès des publics scolaires, en particulier des classes de 3ème de l'option DP3.

Depuis cet accord, les mini-entreprises se sont démultipliées dans les établissements et deviennent de vrais outils pédagogiques pour les enseignants qui veulent faire appréhender de manière ludique et pratique à leurs élèves le monde de l'entreprise, voire la notion d'entrepreneuriat. Sur l'année scolaire 2009-2010 ce sont plus de 370 mini-entreprises qui se sont créées dans les classes, soit une progression de 24% par rapport à 2008-2009. 7 500 élèves sont engagés dans ce dispositif.

La DP3, là encore, a joué un rôle de catalyseur dans le déploiement de cette initiative.

Le jeu « Voyage au cœur de l'Entreprise » contribue à porter auprès des étudiants l'esprit d'entreprendre. En 2009 il a été déployé en coopération avec certains BAIP comme par exemple en région Centre.

### **Productions audio-visuelles et écrites**

Dans certaines régions des outils de communication audiovisuelle spécifiques ont été développés à l'intention des jeunes publics scolarisés afin de leur présenter les différentes facettes de l'entreprise ou encore dans le but de les sensibiliser à l'entrepreneuriat. Ainsi, en Bretagne, un partenariat avec le CRDP (centre régional de documentation pédagogique) a permis de réaliser un premier film sur les fonctions de l'entreprise : « travailler ensemble ». Ce film qui a été présenté tout au long de l'année aux collégiens de la région s'inscrit dans une collection de réalisations audiovisuelles programmée pour l'année à venir. Cette production a donné l'occasion de mieux appréhender le fonctionnement de l'entreprise à partir d'observations quotidiennes d'une entreprise ancrée dans le paysage économique local.

Dans le Nord-Pas de Calais c'est un film sur les mini-entreprises et l'esprit d'entreprendre qui a été le support de communication d'un certain nombre de rencontres dans les établissements scolaires pendant la SEE. En Languedoc-Roussillon, un guide pour la réalisation de films pédagogiques a été produit et diffusé auprès des jeunes. L'année prochaine ces mêmes classes qui auront réalisé un travail préparatoire sur la création audiovisuelle participeront à un concours sur le thème de l'entreprise.

En Corse, une plaquette sur l'entreprise a été éditée en 2008 et suivie en 2009 d'une nouvelle édition, tant la première version a été appréciée par les enseignants et leurs élèves. Cette production permettait d'adapter les remarques d'ordre général sur l'entreprise et les secteurs d'activité à des exemples concrets rencontrés dans l'économie régionale. La région Pays de la Loire a, quant à elle, réalisé un document de découverte de l'entreprise « l'entreprise dévoilée » qui a servi de support pédagogique dans les établissements durant la Semaine Ecole-Entreprise.

Au niveau national, c'est la plaquette « C'est quoi l'entreprise ? » qui servait de document de vulgarisation auprès de ces mêmes cibles. Cette brochure a connu un très grand succès jusqu'à l'épuisement du stock. Elle est renouvelée par la réalisation d'une bande dessinée sur ce même thème.

## **Concours et jeux**

Deux types de concours ont été lancés en région afin d'animer les opérations de rapprochements de l'éducation et de l'entreprise : celui des mini-entreprises, notamment en Auvergne, en Franche-Comté, dans le Nord-Pas de Calais, et celui de la DP3 « Raconte moi l'entreprise ! », en Midi-Pyrénées, dans la région Centre et dans la région Provence-Alpes-Côte d'Azur, démarche menée en étroite relation avec la presse quotidienne régionale.

L'émulation et l'envie de se surpasser sont des facteurs très motivants pour les élèves et les incitent à développer leur curiosité vers des thèmes nouveaux. Ils sont de plus de très bons vecteurs de sociabilité et de travail en équipe. C'est aussi un moyen ludique de réaliser des travaux d'écriture et d'appréhender autrement le maniement de la langue française.

En Rhône-Alpes, en Basse Normandie, en Champagne-Ardenne, dans le Limousin, les jeunes ont pu participer à des quizz inter-établissements ou à des jeux d'entreprise créés pour la SEE (Chocofactory en Rhône-Alpes).

## **Sites Internet et nouvelles technologies**

Enfin, l'outil internet est aussi mis à contribution pour animer tout au long de l'année des actions spécifiques d'information sur les métiers : c'est le choix qu'on fait les régions Alsace et Lorraine, utilisant ainsi les nouvelles technologies chères aux jeunes pour porter des messages sur les métiers qui recrutent dans leur région.

En Corse, des clés USB ont été diffusées aux collégiens comme support de cours des classes de découverte professionnelle. La plaquette « l'entreprise en Corse » y était notamment téléchargée.