



Membre de JA Worldwide

Osez
créer
votre mini-
entreprise

Année scolaire 2008-2009¹

Entreprendre pour Apprendre

- **Entreprendre pour Apprendre France** est une fédération nationale d'associations. Elle adhère au réseau européen **JUNIOR ACHIEVEMENT - YOUNG ENTERPRISE**. Son but est d'initier les publics scolaires à la vie économique. Elle contribue pour cela principalement à la création de Mini-Entreprises dans les collèges, lycées et établissements d'enseignement supérieur.

Des études indépendantes montrent que les élèves qui participent à ces projets disposent par la suite d'une meilleure connaissance du monde économique, sont davantage disposés à entreprendre et ont un taux de réussite supérieur à la moyenne. Ils sont également plus confiants et créatifs, disposent de meilleures capacités de travail en équipe et de prise de décision et se sentent davantage concernés par la responsabilité sociale des entreprises.

Les Mini-Entreprises sont reconnues par la Direction Générale Entreprises de la Commission Européenne comme une « Best Practice in Entrepreneurship Education » .

Entreprendre pour Apprendre

- Le siège social de **Entreprendre pour Apprendre France** est situé à Paris La Défense. Les associations locales et régionales membres de la fédération sont présentes sur une partie du territoire. Le conseil d'administration d'**Entreprendre pour Apprendre France** est présidé par Philippe MARCEL, entrepreneur et Marc FLECHER, chef d'établissement scolaire.

Collège des structures régionales :

- Association de Picardie (Marc FLECHER)
- Association de Rhône-Alpes (Jean-Maurice THOMAS)
- Association de Franche-Comté (Valérie BRENOT)
- Association d'Ile de France (Benoît BOUYX et Bernard CHABANON)
- Association du Nord-Pas-de-Calais (Amaury FLOTAT)

Collège des institutions et organisations du tiers secteur :

- Ministère de l'Education Nationale (Gabriel MADELIN)
- Réseau des Boutiques de Gestion (Hervé MARC)
 - AGIRabcd (Claude DROPSY)
 - Pluriclub (Hervé LASSALAS)
- Accordages (Mohamed MALKI)

Collège des partenaires financiers privés :

- Fondation ADECCO (Philippe MARCEL)
- CITIGROUP (Deborah MUR)
- Fondation MACIF (Eric PITKEVICHT)
- Fondation INTERMARCHE
- CREDIT AGRICOLE

Le contexte

- La démarche des mini-entreprises n'est pas une invention régionale, ni nationale, ni européenne.
- A l'origine, ce sont des chefs d'entreprise américains qui souhaitent **faire connaître leur métier à des jeunes** et ont travaillé ensemble pour créer une « méthode » qui soit la plus concrète possible reprenant le principe suivant **Entreprendre pour Apprendre (EPA)**.
- C'est ainsi que le jeu de la « Mini-Entreprise » a été créé dans les années 1930 aux Etats-Unis (1970 en Europe et en **1984** en France).
- A ce jour, **6 millions de jeunes** au monde expérimentent cette méthode et soit plus de 250 000 enseignants mobilisés et autant de chefs d'entreprise impliqués pour expliquer leur métier et parfois susciter des vocations.
- **300** mini-entreprises en France en 2007-2008 (72 en 2004-2005, 160 en 2006-2007). A titre de comparaison : **1500** en Grande-Bretagne, **2000** en Belgique.
- Objectif 2008-2009 : **25/30 en Champagne-Ardenne, XXX en France.**

Pour qui ?...

Offrir à des jeunes de **14 à 20 ans** une méthode concrète pour découvrir les métiers et le fonctionnement de l'entreprise.

Chaque jeune impliqué a la responsabilité ou travaille dans un département de la mini-entreprise et ensemble, avec le soutien de **conseillers enseignants** et de **conseillers entreprises**, ils conçoivent un produit ou un service, le produisent, le commercialisent et en parallèle ils assurent la gestion de l'entreprise.

Les jeunes abordent : la créativité, l'esprit d'initiative, le sens des responsabilités, l'intégration à une équipe, la gestion de l'entreprise, la communication,... qui sont des compétences attendues des entreprises.

Les jeunes sont :

- des collégiens, des lycéens, des étudiants (BTS, 1ères années d'Université,...)
- de formation professionnelle ou générale
- engagés sous le principe du volontariat ou de manière collective (classe entière, découverte professionnelle)
- impliqués pendant leurs heures de cours ou pas

Mini-Entrepreneurs et Conseillers

Être Mini-Entrepreneur, c'est :

- Entreprendre pour Apprendre
- Assumer des responsabilités choisies
- Travailler en groupe et par conséquent engager des activités adoptées collectivement
- Mener un projet jusqu'au bout et le rendre attractif

Être Conseiller enseignant et professionnel, c'est :

- Faire réfléchir les jeunes sur les stratégies à adopter
- Canaliser leurs idées
- Guider les jeunes en acceptant leurs erreurs
- Partager compétences et expériences
- Guider les jeunes dans leur orientation scolaire et professionnelle
- Les soutenir dans les étapes importantes de l'évolution de leur projet.

Le Calendrier prévisionnel...

Septembre - Octobre

- Choisir le produit ou Service
- Décider du nom et logo de la mini-entreprise
- Lancer l'étude de marché
- Constituer son capital
- Choisir et voter les responsabilités du personnel
- Ouvrir un compte bancaire

Novembre – Décembre

- Réaliser un prototype et finaliser le produit
- Rechercher les fournisseurs
- Calculer les prix de revient, de vente et les prévisions budgétaires

Janvier – Février

- Assurer la fabrication des produits
- Organiser sa Stratégie commerciale et de communication

Mars – Avril

- Suivre la production, la commercialisation et la facturation
- Participer au concours régional

Mai – Juin

- Comptabilité et finances
- Participer au Concours national
- Élaborer du bilan qualitatif final

Environ 15
séances de 1h30
à 2h00

Choisir le produit ou Service

Conseils donnés aux jeunes et enseignants : demander à chaque jeune de chercher une ou 2 idées de produits qu'ils réaliseront ensemble.

Lors de la séance suivante, chaque jeune explique de manière objective pourquoi il a choisi tel ou tel produit en mentionnant 2 raisons « valables » (éviter les « parce que c'est beau » !!, « parce que c'est bien »... et privilégier « parce que c'est innovant » ou « parce que c'est utile »...)

Chaque produit éventuel est noté sur le tableau. C'est la séance de **Brainstorming**. Ensuite chaque jeune vote pour deux produits, à l'exception des siens. Sont éliminés au fur et à mesure ceux qui n'ont pas été retenus, puis celui qui a rapporté le minimum de suffrage. Cette « sélection » doit se poursuivre et les jeunes doivent voter autant de fois que nécessaire pour parvenir à un seul produit.

Objectif : Créativité, Travail en groupe,...

Liens avec : Technologie, Arts Plastiques, Français, Expression orale,...

Séance 1

Choisir le produit ou Service



Choisir le nom et le logo

Cette démarche est engagée à partir du moment où le produit est identifié. Il reprend le même principe que la recherche du produit, c'est-à-dire que les jeunes doivent chacun donner une idée de nom de mini-entreprise et ces noms sont inscrits sur un tableau. La séance des votes est alors lancée pour parvenir à un seul nom de mini-entreprise qui doit soit correspondre au produit, à la classe, à l'établissement scolaire ou les 3. C'est la technique du **Brainstorming**

Objectif : Créativité, Travail en groupe, Création d'une identité,...

Liens avec : Français, Communication, Arts Plastiques, ...

Lancer l'étude de marché

Tous les jeunes ne réalisent pas cette étape. L'intérêt de cette démarche est de valider auprès d'un nombre restreint de personnes susceptibles d'être « clients » leurs attentes par rapport à ce produit et de préciser l'aspect couleur, taille, coût du produit qu'ils seraient prêts à mettre pour ce produit,...

Nous recommandons aux jeunes de faire cette étude de marché au niveau de leur établissement scolaire et dans le cercle familial en leur soumettant un **questionnaire** qu'ils ont réalisé ensemble. Le résultat de cette étude permet d'orienter la fabrication.

Conviction, questionnement, synthèse,...

Commerce, Économie, ...

Constituer son capital

Les jeunes doivent ensuite constituer leur capital de départ. Celui est généralement au maximum égal à 500 Euros pour leur permettre d'acheter les premières matières premières pour la fabrication.

Elles sont constituées sous la forme d'une Société Anonyme même si le statut juridique légal est associatif et par conséquent les jeunes doivent vendre des actions à 4 Euros chacune. Chaque jeune doit posséder une action de la mini-entreprise.

Chaque jeune doit donc **convaincre et présenter l'intérêt** de cette démarche. Il existe aussi d'autres possibilités pour augmenter ce capital, à savoir les subventions d'organismes publics et privés. Par exemple, les jeunes peuvent présenter leur projet Mini-Entreprise et demander le soutien de la Mairie, du Collège, du Lycée, du Foyer,...

**Conviction, mise en confiance, savoir
communiquer,...**
**Comptabilité, Finances, Économie,
Commerce,...**

Se répartir les fonctions de la Mini-Entreprise

Chaque mini-entrepreneur a la responsabilité ou travaille dans un département de la mini-entreprise. Les grandes fonctions sont présentées et chaque jeune se positionne par rapport aux diverses tâches à assumer. Si « tous » veulent être PDG de la mini-entreprise, très peu le veulent encore lorsque l'on présente les responsabilités à assumer.

Tout comme pour la détermination du produit et du nom de la mini-entreprise, cette étape est très **démocratique** et les jeunes sont élus aux diverses responsabilités.

En fonction du nombre de jeunes impliqués dans la mini-entreprise, les responsabilités varient et elles peuvent être revues en février pour que les jeunes assument d'autres responsabilités que celles de la première période. Précisons également que tous les jeunes participent à l'aspect « fabrication du produit » même le PDG.

Responsabilisation, Positionnement par rapport à une activité et / ou fonction, Économie, Société, Gestion, Ressources Humaines,...

Ouvrir un compte bancaire

Un partenariat existe au niveau national avec des banques qui permettent aux jeunes d'ouvrir un compte bancaire et de gérer un compte au sein d'une agence par l'octroi d'un chéquier permettant de régler leurs fournisseurs (sans avoir les frais bancaires d'émission de chèques, d'envoi de relevé bancaires,...).

Ce partenariat permet aux jeunes de **rencontrer des professionnels** du secteur bancaire, dont certains peuvent intervenir au sein de l'établissement pour expliquer de manière pédagogique le fonctionnement du système bancaire, les métiers possibles au sein des structures bancaires et le rôle joué par les banques.

Enfin, si les jeunes le souhaitent ou en expriment le besoin, ils peuvent avoir accès à un **crédit de campagne** sous réserve que les jeunes fassent une demande motivée. Le principe de la demande de prêt bancaire est alors abordé pour permettre aux jeunes d'accroître leur « capacité financière ». Toutes les mini-entreprises ne font pas appel à ce service, habituellement évalué à 100 Euros.

Relationnel, Communication, Négociation (Crédit,...)

Finaliser le produit

Grâce à l'étude de marché, les jeunes peuvent réaliser un prototype ou simplement imaginer la conception du produit (quelle matière, quelle forme, quelle couleur,...)

Objectif : Relationnel, Communication, Négociation,...

Rechercher des fournisseurs

Comme toute entreprise, la recherche des fournisseurs est une étape primordiale puisqu'elle va conditionner le coût de revient du produit. En fonction du produit et de ses caractéristiques, les jeunes doivent contacter de vrais professionnels et établir des devis. Certains chefs d'entreprise contribuent au succès de la mini-entreprise en « vendant à tarif réduit » ou gratuitement certaines matières premières. Mais ceci fait partie de la négociation et du pouvoir de persuasion des jeunes.

Teamwork, Conception, Qualité, Normes, propriété intellectuelle,...

Calculer les prix....

... de **revient** d'un produit. Ensemble ils doivent déterminer quels sont les coûts qu'ils doivent assumer pour faire fonctionner leur mini-entreprise. Généralement, les jeunes confondent prix de revient et prix de vente. Les conseillers professionnels sont donc là pour recenser avec eux toutes les charges qu'ils auront, à savoir les coûts de matières et fournitures, les **salaires** et charges sociales, les coûts de communication et de commercialisation, les frais de structure (local, électricité,..), les **taxes** (CVA, Impôt sur la société,...),...

A noter que l'ensemble de ces frais sont conditionnés par le manuel du conseiller : par exemple, le salaire horaire d'un PDG est de 5,5 Euros brut par période (2 périodes dans l'année) et celui d'un ouvrier est de 0,8 Euros brut de l'heure travaillée. Ainsi, le calcul du prix de revient d'un produit est calculé sur la base du temps passé à réaliser un produit.

C'est seulement après avoir compris la constitution de ce prix de revient que les jeunes établissent le **prix de vente**. La majorité des produits vendus par les jeunes sont entre 5 et 15 Euros.

Autre terme économique que les jeunes appréhendent est le « **point mort** », c'est à dire le nombre de produits à vendre pour parvenir au remboursement de l'ensemble des charges et surtout combien de produits ils doivent vendre pour faire des bénéfices.

Fabriquer les produits

Le service Production ou technique intervient en acteur principal de cette opération même si tous les jeunes interviennent et conçoivent les produits, y compris le PDG et les différents directeurs.

Ce service a le rôle de gérer l'ensemble des matières premières et de mobiliser les ressources nécessaires à la réalisation.

Les notions de suivi de qualité peuvent être abordées, ainsi que la protection de l'environnement,....

Travail en groupe, respect des procédures, chartes, ...

Organiser sa stratégie commerciale

Les jeunes doivent réfléchir ensemble sur proposition du service commercial de la mini-entreprise aux meilleures possibilités pour « vendre » leurs produits.

Il peut s'agir de

- ventes en porte à porte
- ventes en dépôt dans des magasins ou boutiques existantes
- ventes grâce à une plaquette de communication
- ventes grâce à la mobilisation de journalistes qui peuvent rédiger un article
- ventes grâce à la réalisation d'un site Internet,...
- ventes sur un marché de Noël,...

Travail en groupe, argumentaire de vente

Suivre la production, la commercialisation et la facturation

Comme toutes les entreprises, les jeunes assurent le suivi de la mini-entreprise et gèrent les entrées et sorties des produits.

Le service comptable et administratif intervient pour comptabiliser l'ensemble des transactions ainsi que les heures effectuées par les jeunes.

Analyse, réactivité, se donner des objectifs,...

Participer au concours régional (optionnel)

En effet, chaque mini-entreprise est conviée dans un premier temps à participer au Salon régional qui doit obligatoirement avoir sur un lieu de passage (place de marché, rue piétonne, galerie commerciale,...) pour permettre aux jeunes de commercialiser leurs produits auprès d'un large public et d'informer sur la démarche qu'ils ont engagée.

Un stand leur est attribué pendant la journée et plusieurs représentants du monde de l'Entreprise et de l'Education constituent un jury amené à évaluer les jeunes sur des critères définis au niveau national afin de déterminer les meilleures mini-entreprises, les meilleures stratégies commerciales, les meilleurs produits.

Action commerciale, valorisation de son activité, de ses produits, de la démarche engagée, utilisation des langues étrangères

Les concours

LE CONCOURS REGIONAL

C'est une foire exposition commerciale sur un lieu public qui permet aux jeunes de présenter leur mini-entreprise et leur produit et d'être évalués sur la qualité de leur stand, leur présentation orale, leur stratégie commerciale, la qualité et l'originalité de leur produit.

Les 2 mini-entreprises de chaque catégorie peuvent participer au concours national

LE CHAMPIONNAT NATIONAL

Les mini-entrepreneurs sont évalués sur des critères supplémentaires et doivent élaborer un dossier d'une vingtaine de pages sur leur Mini-Entreprise. Ils doivent également faire une intervention de 5 minutes en français et en anglais et représenter un stand. Et enfin, ils ont un entretien avec le jury en français et en anglais. Celui-ci est composé d'enseignants et de conseillers entreprises

LE CHAMPIONNAT EUROPÉEN (Uniquement pour les Lycées)

Cette compétition regroupe les champions des 20 pays adhérents à Young Enterprise Europe. Les jeunes entrepreneurs sont jugés sur un rapport d'activité d'une quinzaine de pages en anglais, une présentation orale de 5 minutes en anglais devant tous les participants, un interview avec les jurys en anglais, et un stand. Le jury est composé de 7 personnes issues du monde de l'entreprise et de l'Education.

Les concours



Les concours



Le palmarès Champardennais

2007-2008

CITY BULLES

Lycée Godart Roger – Epernay
Bac Professionnel Vente
Plateaux à flutes et verres à thé

*Champion de France – Représentant la France au
concours européen à Stockholm du 24 au 27 Juillet*

EXTRAORDIDER

Lycée Saint Exupéry – Saint Dizier
BTS Assistant de Direction
Jeu de société sur le Lac du Der et la région Champagne-Ardenne

3ème du Championnat de France

La Mini-Entreprise, c'est...

- Un vrai **projet collectif et d'équipe**
- Une vraie **entreprise** sous statut associatif
 - Un vrai **capital** de 500 Euros
 - Un vrai **nom** et un **logo**
 - Un vrai **personnel**
- Un vrai **produit** imaginé, construit et commercialisé
 - Une vraie stratégie de **communication**
 - Une vraie **gestion** d'entreprise
- Une vraie **pédagogie** basée sur l'apprentissage des principes économiques
 - Un vrai projet **pluridisciplinaire**
 - Une vraie **découverte** des entreprises

Osez
créer
votre mini-
entreprise

>> N'hésitez pas

à contacter Leila BENYAHIA

EPA Champagne-Ardenne

Tél. : 03.26.50.62.32

Mail : leila.benyahia@entreprendre-pour-apprendre.fr

www.entreprendre-pour-apprendre.fr