



**Une ambition au service des jeunes**

*Engagements et actions*



## **« Jeunes et Entreprises » : une ambition au service des jeunes**

*Particulièrement mobilisées sur le front de l'emploi des jeunes, les grandes entreprises ont décidé, le 21 mars 2013, de lancer une initiative inédite dans le cadre de l'Afep pour faire un pas supplémentaire permettant à des jeunes qualifiés ou peu qualifiés, diplômés ou non, de trouver la voie de l'insertion professionnelle.*

*La démarche « Jeunes et entreprises » vise à renforcer les actions des entreprises en faveur de la formation et de l'emploi des jeunes et à promouvoir des initiatives collectives, en particulier sur l'embauche des alternants, l'insertion professionnelle des jeunes diplômés universitaires et l'engagement de solidarité des salariés en faveur des jeunes.*

*Cette initiative multiforme n'est pas une charte de plus mais une dynamique renouvelée au service d'une ambition commune des grandes entreprises. Ce qui compte c'est l'action concrète qui permet à des jeunes, d'être mieux formés, plus compétents, mieux orientés pour trouver leur place dans le monde du travail.*

*Déjà tenues à la mise en œuvre des contrats de génération, les entreprises ont considéré leur engagement dans le cadre de l'Afep comme un stimulant. Plus encore, cette démarche est venue enrichir celle des contrats de génération davantage axée sur la transmission entre jeunes et seniors. Ce document retrace les actions des entreprises qui ont souhaité rendre compte des engagements pris en fonction de leurs activités.*

*Cette synthèse est donc volontairement concrète et factuelle. Beaucoup plus qu'une liste de bonnes pratiques, elle est un florilège de la créativité des grandes entreprises au service de l'emploi des jeunes.*

### **Des engagements et des actions des entreprises**

*Les engagements de progrès des entreprises et leur mise en œuvre contribuent à améliorer l'emploi des jeunes avec les quatre thèmes suivants :*

- embaucher davantage de jeunes alternants ;*
- favoriser l'insertion professionnelle des étudiants universitaires ;*
- développer l'engagement de solidarité des salariés auprès des jeunes ;*
- développer la culture entrepreneuriale chez les jeunes.*

## **Des projets collectifs en faveur des jeunes**

*Au travers des actions conduites par les entreprises engagées, une ambition commune a germé pour développer ensemble, dès 2014 et dans les années à venir, plusieurs projets collectifs qui bénéficieront du réseau des grandes entreprises :*

- **« Alternance vers l'emploi » : un portail pour favoriser l'embauche des jeunes**

*Pour favoriser l'embauche des alternants qu'elles ont formés mais qu'elles ne peuvent recruter, les entreprises mettent en place un portail de mise en relation des alternants avec les futurs recruteurs. Innovant et simple d'utilisation, ce nouvel outil permet aux alternants de poster leur CV pour lui donner de la visibilité et aux recruteurs de disposer d'un vivier de jeunes bien formés dans les grandes entreprises qu'elles pourront recruter.*

*Le portail est accessible sur [www.engagement-jeunes.com](http://www.engagement-jeunes.com)*

- **« Booster : des talents universitaires pour l'entreprise »**

*L'inadéquation qui persiste entre les besoins des entreprises et les compétences de nombreux candidats, en particulier lorsqu'ils sont issus de certaines filières de l'université, a conduit les entreprises à développer un projet collectif pour favoriser l'insertion des jeunes diplômés universitaires afin d'accompagner des jeunes issus de Masters 2 vers leur premier emploi.*

*Le programme « Booster : des talents universitaires pour l'entreprise » a été lancé le 11 mars 2014.*

*L'objectif est d'accompagner une centaine d'étudiants cette année, et mille en 2015.*

- **Le guide du mécénat de compétences : un vecteur de promotion des actions des salariés en faveur des jeunes**

*Les partenariats avec des associations investies dans l'accompagnement des jeunes permettent aux salariés des grandes entreprises de s'engager dans des actions concrètes en faveur des jeunes, en particulier contre le décrochage scolaire, pour aider à la réussite des études ou encore pour la mixité des métiers et l'insertion professionnelle.*

*Un guide des associations investies en faveur des jeunes a été élaboré et diffusé à l'ensemble des membres de l'Afep. Ces associations peuvent ouvrir aux entreprises de nouvelles perspectives d'actions de solidarité pour leurs salariés.*

## **Les perspectives**

*Les difficultés de compréhension qui persistent entre les mondes de l'éducation et de l'entreprise doivent trouver des solutions afin d'attirer les jeunes vers l'entreprise. Les entreprises sont mobilisées pour favoriser une dynamique de compréhension mutuelle plus forte. Elles souhaitent notamment que les échanges avec l'Education nationale soient renforcés. Au-delà des engagements de progrès pris par chaque entreprise, une réflexion est initiée pour bâtir des rencontres entre des académies de l'Education nationale et les entreprises. Occasions de dialogue au plus près du terrain, ces rencontres pourraient permettre d'échanger sur les voies de succès et les pistes d'amélioration dans la relation entre les entreprises et l'Education nationale.*

# Sommaire

## **Des axes forts de progrès ..... 5**

- Embaucher davantage de jeunes alternants .....5
- Bâtir un parcours vers l'emploi pour répondre à des besoins économiques.....18
- Encourager l'accompagnement des jeunes par les collaborateurs.....20
- Développer la culture entrepreneuriale chez les jeunes.....30

## **Des chantiers à poursuivre .....34**

- Ouvrir des perspectives aux jeunes sans qualification .....34
- Ouvrir et mettre en réseau les écoles de formation d'entreprise .....35

## **Annexe**

- Communiqué de presse du 11 mars 2014 :  
Programme « Booster : des talents universitaires pour l'entreprise » ..... 36

## Des axes forts de progrès

*Les entreprises engagées dans la démarche « Jeunes et Entreprises » se sont particulièrement mobilisées sur le devenir des alternants accueillis et formés, l'insertion professionnelle des jeunes diplômés universitaires, l'engagement de solidarité des collaborateurs envers les jeunes et la sensibilisation aux métiers des entreprises auprès des plus jeunes :*

- **Embaucher davantage de jeunes alternants** : au travers d'engagements sur les taux de transformation des contrats en alternance en emplois durables, les entreprises de l'Afep ouvrent la voie à une nouvelle dynamique d'emploi pour les jeunes issus de l'alternance ;
- **Accompagner les jeunes de l'université vers l'emploi** : une centaine d'étudiants accompagnés en 2014 et un millier en 2015, quatre universités partenaires et une mobilisation efficace des compétences RH pour les jeunes de Master 2 : le projet « Booster : des talents universitaires pour l'entreprise » est en marche ;
- **Encourager l'engagement de solidarité des salariés auprès des jeunes** : les grandes entreprises offrent, plus que d'autres, des espaces pour la solidarité active : les salariés qui veulent se mobiliser pour aider les jeunes sont encouragés ; l'Afep promeut le travail des associations et encourage au développement de nouveaux partenariats entre les entreprises et ces associations pour permettre l'engagement concret des collaborateurs ;
- **Sensibiliser les jeunes aux métiers** : c'est la grande mission de rapprocher l'Education nationale et l'entreprise ; les entreprises ont renouvelé leur détermination pour que cela devienne réalité, toujours au plus près du terrain.

### ■ **Embaucher davantage de jeunes alternants**

Les grandes entreprises de l'Afep sont déjà très engagées dans l'accueil des alternants (jeunes en contrats d'apprentissage ou en contrat de professionnalisation). Mode efficace de formation des jeunes souhaitant s'insérer sur le marché du travail, l'alternance est également, pour les entreprises, un mode important de recrutement.

Trop longtemps axée sur le seul nombre de contrats en alternance – quotas d'apprentis en particulier – la vision de l'alternance doit évoluer pour favoriser l'embauche des jeunes.

C'est dans cette perspective, et pour la développer que les entreprises engagées travaillent sur la qualité du suivi des jeunes, la formation des tuteurs et la création de véritables communautés d'alternants. L'enjeu est de taille : la transformation d'un maximum de contrats en alternance en emplois durables.

L'embauche des alternants formés dans les grandes entreprises peut intervenir dans l'entreprise ou le groupe qui les a formés, mais aussi chez l'un des partenaires, notamment les PME, qui interviennent dans le même écosystème. C'est pour mettre toutes les chances du côté des jeunes que les entreprises ont travaillé à la mise en place d'un portail de valorisation des profils des jeunes alternants en vue de leur embauche.

**Les entreprises sont fortement mobilisées pour accueillir les jeunes, en particulier en alternance (données 2012 ou 2013)**

<b>Groupe</b>	<b>Effort jeunes global (18-30 ans)</b>	<b>Dont accueil par alternance</b>
<b>AIR LIQUIDE</b>	Accueil de plus de 1000 jeunes en 2013 (stagiaires, alternants, Ciffre, VIE)	500 alternants
<b>ALSTOM</b>	Accueil de près de 1400 jeunes (stagiaires, alternants, CIFRE, VIE)	
<b>AXA</b>	2300 jeunes (CDI, alternants et stagiaires)	800 alternants par an
<b>BNP PARIBAS</b>	En 2012 : 2300 jeunes accueillis, dont 1000 stagiaires et 250 VIE	1000 alternants
<b>DANONE</b>	En 2013 : accueil de 1167 jeunes <sup>1</sup> <ul style="list-style-type: none"> <li>– 637 alternants dont 188 contrats pro et 449 contrats d'apprentissage</li> <li>– 489 stagiaires</li> <li>– 41 VIE</li> </ul>	
<b>Groupe BPCE</b>	Le recrutement en 2013 : <ul style="list-style-type: none"> <li>– 2500 jeunes en alternance</li> <li>– 3500 CDI dont 61 % de moins de 30 ans</li> <li>– 5300 CDD</li> </ul>	2500 alternants
<b>CARREFOUR</b>	En 2013 : <ul style="list-style-type: none"> <li>– 5000 alternants dont 960 apprentis, sur plus de 20 métiers</li> <li>– Taux de transformation en CDI : 40 %</li> <li>– 4500 jobs étudiant</li> <li>– 5000 stagiaires (du collège aux grandes écoles)</li> <li>– 200 à 250 jeunes diplômés recrutés en CDI chaque année</li> <li>– 40 jeunes diplômés ont bénéficié du Graduate Programme</li> </ul>	5000 alternants
<b>GDF SUEZ</b>	En 2013, le groupe a accueilli plus de 1200 stagiaires venant de formation supérieure longue	5000 alternants
<b>KINGFISHER (Castorama et Brico Dépôt)</b>	En 2013 près de 4000 jeunes accueillis chez Kingfisher (hors CDD)  <b>Castorama, près de 2900 jeunes dont :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– 1496 stagiaires</li> <li>– 570 recrutements CDI (54 % des embauches totales CDI)</li> </ul> <b>Brico Dépôt, près de 1100 jeunes dont :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– près de 200 stagiaires</li> <li>– 276 recrutements en CDI (39,9 % des embauches totales CDI)</li> </ul>	Castorama : 820 jeunes en alternance  Brico Dépôt : 597 jeunes en alternance (dont 333 nouveaux contrats signés en 2013)

<sup>1</sup> Auxquels s'ajoutent : Initiatives 500 (116 jeunes soit 340 jeunes depuis le lancement du dispositif en 2010 - voir page 17) et Ecole des ventes (61 jeunes recrutés chaque année en licence ventes - voir page 17)

<b>Groupe</b>	<b>Effort jeunes global (18-30 ans)</b>	<b>Dont accueil par alternance</b>
<b>EIFFAGE</b>	En 2012, 3 369 stagiaires accueillis hors alternants 12 467 salariés ont moins de 30 ans	3 332 alternants accueillis
<b>L'OREAL</b>	En 2013 : – 163 jeunes de moins de 25 ans recrutés – 232 jeunes entre 25 et 29 ans recrutés  1300 nouvelles conventions de stage 658 jobs d'été accueillis	2013 : 484 contrats en alternance signés Au total 639 jeunes effectuent une formation en alternance  2014 : création d'une académie du retail (promotion de 30 jeunes qui vont préparer un BTS de management des unités commerciales option cosmétique et effectuer leur apprentissage chez l'Oréal)
<b>MICHELIN</b>	Le groupe privilégie les dispositifs des stages et de l'alternance pour intégrer les jeunes intégrés dans sa politique de recrutement. En 2013 : – 450 stagiaires, – 350 alternants diplômants, – 800 contrats CDD de professionnalisation Plus d'un employé sur deux recrutés est issu d'un de ces 3 dispositifs ; 95 % des salariés en CDI sont issus d'un CDD de professionnalisation	
<b>NESTLE</b>	603 jeunes accueillis en stage ou en alternance en 2012	259 alternants en 2012
<b>ORANGE</b>	Au 31 décembre 2012 présence de 5300 CDI de moins de 30 ans	7700 alternants (alternants, stagiaires, VIE, CIFRE)
<b>RENAULT</b>	En 2013 : – 171 contrats de professionnalisation – 210 personnes en contrat d'insertion – 102 thésards – 27 VIE  Soit 5,11 % d'alternants	1210 apprentis, Objectifs 2014 : 5% d'alternants
<b>SAFRAN</b>	En 2012, plus de 3200 recrutements en France  57 % de ces recrutements concernent des collaborateurs de moins de 30 ans (dont 3000 stagiaires et 150 CIFRE)	3200 alternants
<b>SANOFI</b>	En 2012, près de 1600 jeunes accueillis avec les stagiaires	1222 alternants

Groupe	Effort jeunes global (18-30 ans)	Dont accueil par alternance
<b>SOCIETE GENERALE</b>	<p>Signature en février 2013 d'un accord emploi confortant sa démarche volontariste en matière d'insertion professionnelle des jeunes et son engagement à poursuivre ses actions en la matière.</p> <p>Société Générale s'est notamment fixé pour objectif le recrutement de 500 jeunes de moins de 26 ans en contrat à durée indéterminée en France en 2013.</p> <p>En 2014 Société Générale prévoit de recruter : 1400 alternants ; 1500 CDI dont une majorité de jeunes diplômés ; 1500 stagiaires ; 250 VIE</p>	A fin 2013, plus de 1720 alternants et VIE (Volontaires International en Entreprise) étaient en poste dans les entités françaises du Groupe (hors filiales)
<b>SOLVAY</b>	En 2013 en France plus de 350 stagiaires, 200 nouveaux alternants, 27 thèses CIFRE et 22 VIE	
<b>TECHNIP</b>	En 2012, 190 jeunes accueillis, dont 34 VIE et 110 stagiaires	46 alternants
<b>THALES</b>	<p>Accueil de plus de 2000 stagiaires par an</p> <p>Engagement de réaliser 2000 embauches en CDI de jeunes de moins de 30 ans dans les 3 années à venir</p> <p>30 % des recrutements opérés par les sociétés du Groupe concernent les jeunes de moins de 26 ans.</p> <p>A fin octobre 2013 : 43,88 % des embauches globales concernent des jeunes de moins de 30 ans</p>	Accueil de 1400 alternants par an
<b>VALEO</b>	<p>1500 puis 1575 en 2014 et 1600 en 2015</p> <p>Augmentation du % de CIFRE et d'alternants sur le total des jeunes accueillis (à 40 % d'alternants et 5 % de CIFRE)</p> <p>Augmenter le nombre de jeunes femmes intégrées sur les formations à caractère technique (Bac+2 à Bac +5)</p>	
<b>VEOLIA ENVIRONNEMENT</b>	<p>En 2013 : 16 % des effectifs France ont moins de 30 ans (soit 10 753 jeunes) ;</p> <p>Parmi ces jeunes, 3655 nouveaux ont été accueillis en 2013 dont 1643 stagiaires (Conventions CIFRE et VIE non recensées) et 2012 alternants</p>	1956 alternants en 2012 et 2012 alternants en 2013

## Les entreprises s'engagent à accroître la part des alternants embauchés à l'issue de leur contrat

### En leur sein

Les entreprises de l'Afep engagées dans des politiques fortes en faveur de l'alternance durable veulent accroître le nombre de jeunes embauchés en CDD et CDI :

Groupe	Bonnes pratiques Taux de transformation	Engagement de progrès
<b>ALSTOM</b>		Augmenter de 15 % par an le nombre de jeunes en alternance embauchés en CDD ou CDI <sup>2</sup>
<b>AXA</b>	Progression en 2013 du taux de transformation à 30 %	Maintien de ce taux pour que les Alternants constituent un vivier de recrutement
<b>BNP PARIBAS</b>	50 % des alternants embauchés	Maintenir ce niveau élevé d'engagement
<b>CARREFOUR</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Embaucher 10 000 jeunes en contrat de professionnalisation et d'apprentissage entre 2013 et 2015 (5000 alternants en 2013)</li> <li>– 40 % des alternants embauchés en CDI</li> </ul>	Porter à 50 % le taux de transformation en CDI des contrats en alternance
<b>EIFFAGE</b>	Au moins 40 % des alternants recrutés en fin de cycle	Maintenir ce niveau
<b>GDF SUEZ</b>	Le Groupe vient de signer un contrat de génération aux termes duquel il s'engage à recruter 8 000 jeunes en CDI en France à horizon 2015, en s'appuyant notamment sur l'alternance	Atteindre un taux de 5 % d'alternants dans les effectifs (aujourd'hui 138 000 collaborateurs) avec pour ambition d'embaucher au moins la moitié de ces jeunes à l'issue de leur formation
<b>Groupe BPCE</b>	30 % des recrutements en CDI proviennent de la transformation de CDD, contrats en alternance ou stages.	Atteindre un taux de 5 % d'alternants en 2014 Développer l'alternance dans un objectif de pré-recrutement en CDI
<b>KINGFISHER (Castorama et Brico Dépôt)</b>	Au 31 décembre 2013 : <ul style="list-style-type: none"> <li>– 18,6 % de taux de transformation CDD/CDI chez Castorama</li> <li>– 12,6 % de taux de transformation CDI chez Brico Dépôt</li> </ul>	Objectifs 2015 <ul style="list-style-type: none"> <li>– 50 % de taux de transformation CDD/CDI chez Castorama</li> <li>– 25 % de taux de transformation en CDI chez Brico Dépôt</li> </ul>
<b>L'OREAL</b>	75 % des débutants embauchés l'ont été suite à un stage ou une alternance  21 % des alternants ayant eu leur diplôme poursuivent leur expérience dans le groupe via un CDI ou un CDD	Maintien de ce taux de transformation et de la politique visant à utiliser les stages ou contrat en alternance comme du pré recrutement
<b>NESTLE</b>	9 % des alternants embauchés	12 % des alternants embauchés à horizon 2016
<b>ORANGE</b>	Engagement conventionnel 2011-2012-2013 : au moins 1 200 alternants recrutés en CDI à l'issue de leur alternance  (les ex alternants représentent 32 % du total des recrutements en CDI)	Engagement conventionnel 2013-2014-2015 : au moins 1 900 alternants recrutés en CDI à l'issue de leur alternance  (sur un total de plus de 4 000 recrutements en CDI 2500 jeunes de moins de 30 ans)

<sup>2</sup> et la part des jeunes de moins de 26 ans représenteront 28 % des recrutements en CDD ou CDI. Par ailleurs, **Alstom** souhaite étendre à de nouveaux sites de l'entreprise une expérience réussie de mutualisation des offres sur les postes ouverts au recrutement avec l'ensemble des CV des apprentis.

Groupe	Bonnes pratiques Taux de transformation	Engagement de progrès
<b>RENAULT</b>		Dans le cadre du contrat de génération et sous condition de respect des objectifs fixés dans l'accord du 13 mars 2013 des engagements sont en cours de finalisation
<b>SIEMENS</b>	8,7 % des jeunes alternants et stagiaires ont été embauchés à l'issue de leur expérience, en 2012 (17 % sont restés dans l'entreprise – nouveau stage, nouveau diplôme en alternance, intérim...) <sup>3</sup>	15 % des jeunes stagiaires et apprentis formés embauchés dans le groupe ou l'écosystème, à horizon 2016
<b>SOCIETE GENERALE</b>	Près d'un alternant sur 2 est embauché en CDI au sein de la banque de détail	Continuer à privilégier l'embauche des stagiaires, alternants et VIE du Groupe sur les postes CDI junior
<b>TECHNIP</b>	Objectif interne de proposer un CDI à 100 % des alternants ayant réussi leur diplôme dans les filières techniques et s'étant investi dans l'entreprise	Extension du dispositif alternance à l'ensemble des filières techniques (seul génie chimique et fonctions supports précédemment) sur les activités d'ingénierie. Objectif de 3 % des effectifs en alternance sur notre filiale FLEXI France ainsi qu'étude de faisabilité de création de parcours de formation en alternance spécifiques à nos métiers. Engagements repris dans les accords inter-générationnels
<b>VALEO</b>	10 %	13 % des recrutements en CDD/CDI en 2014, 15 % en 2015
<b>VEOLIA ENVIRONNEMENT</b>	23 % des alternants embauchés en 2012 et 34 % en 2013	Faire de l'alternance le moyen de recrutement privilégié en situation d'effectifs contraints. Veolia a signé un accord sur le contrat de génération engageant le groupe à recruter 11 % de jeunes de moins de 30 ans sur l'ensemble de ses recrutements externes en CDI. Le vivier privilégié étant les alternants, les stagiaires et les VIE formés dans le groupe

### Dans l'écosystème, en favorisant les liens grandes entreprises / PME

Les entreprises sont mobilisées pour transformer les contrats en alternance des jeunes qu'elles ont formés en emplois durables.

Grâce au lancement d'un portail innovant, « **Alternance vers l'emploi** », accessible sur <http://www.engagement-jeunes.com/> les jeunes qui ont bénéficié d'une expérience formatrice par l'alternance dans un grand groupe vont pouvoir poster leur CV dans une base visible par d'autres recruteurs potentiels (autres grands groupes, PME innovantes...) et pourront consulter des offres d'emplois et y postuler. Les entreprises utilisatrices de ce portail disposeront d'un vivier de jeunes bien formés qu'elles pourront recruter.

<sup>3</sup> La part de l'alternance dans les recrutements représente 4,5 %. L'objectif est de le passer à 7 % à l'horizon 2016.

#### – **Un outil innovant**

L'embauche des alternants formés dans les grandes entreprises peut intervenir dans l'entreprise ou le groupe qui les a formés, mais aussi chez l'un des partenaires, notamment les PME, qui interviennent dans le même écosystème et plus largement dans toutes les entreprises intéressées. Le portail apporte une solution de mise en visibilité des jeunes qui n'existe pas actuellement. C'est un outil innovant qui apporte une solution nouvelle aux entreprises et aux jeunes.

Pour développer les synergies grands groupes / PME pour l'embauche des jeunes, le portail va intégrer le flux des offres des PME innovantes qui sont mobilisées dans le cadre de Pacte PME. Un travail partenarial est engagé en ce sens.

#### – **Un outil simple**

- seul l'e-mail du jeune et de son tuteur sont nécessaires pour créer un compte sur le portail ;
- dès qu'il est inscrit, le jeune peut consulter les offres d'emplois qui lui sont présentées, filtrées selon ses souhaits. Lorsqu'il est intéressé par une offre, il peut faire acte de candidature sur le site Internet de l'entreprise et intégrer l'outil de gestion des candidatures de l'entreprise. En bonus, un test et des cours d'anglais en ligne lui sont proposés gratuitement ;
- pour les recruteurs, le portail est simple d'utilisation et permet la prise de références auprès des tuteurs des jeunes ;
- les entreprises dont sont issus les jeunes alternants suivent l'évolution du placement de leurs jeunes via un tableau de bord mis à jour en temps réel ;
- toutes les entreprises qui le souhaitent peuvent, après simple inscription sur le portail, diffuser les postes ouverts aux jeunes diplômés sur le portail via leur posteur (ex. Multiposting) : ils n'ont pas de nouvelle saisie d'offres à effectuer.

#### – **Un outil pour une diffusion large**

Plusieurs entreprises de l'Afep ont déjà rejoint le portail (**Siemens, Valeo, Carrefour, Air Liquide, AXA, Brico Dépôt, Castorama, Cofely, Danone, Eiffage, Faurecia, Groupe BPCE, HSBC, Michelin, Orange, Philips, Saint-Gobain, Solvay, Zodiac Aerospace**) ainsi que d'autres entreprises (Swiss Life, Spie, Pricewaterhousecoopers) : c'est un portail ouvert à tous. Pour accroître le nombre d'offres d'emplois les entreprises partenaires ou implantées dans des bassins d'emploi locaux peuvent être invitées à rejoindre la démarche.

Le portail est accessible sur [www.engagement-jeunes.com](http://www.engagement-jeunes.com)

#### **Actions des entreprises**

**Siemens, Valeo et Carrefour** ont été pionniers pour la conception de ce portail mis en place collectivement pour une meilleure promotion des CV des alternants.

**Safran**, déjà engagé sur les contrats d'apprentissage partagés qui permettent à un apprenti Safran d'effectuer une partie de sa mission chez un sous-traitant du Groupe, va poursuivre les actions afin d'engager ses PME partenaires dans le recrutement des alternants.

**AXA** investit dans le suivi des jeunes tout au long de leur parcours afin de les aider dans leur recherche d'emploi et de repérer les potentiels à embaucher chez AXA. Les actions principales : un retour qualitatif des RH et managers en fin de parcours de formation, une aide dans la réalisation de leur CV, l'organisation d'un forum dédié à l'emploi des alternants pour leur présenter les offres internes d'AXA et l'envoi des CV aux autres sociétés du groupe AXA et à notre réseau d'intermédiaires (Agents Généraux, courtiers).

**Nestlé France** proposera à certains de ses fournisseurs engagés dans la démarche pour l'emploi des jeunes ses alternants en fin de cycle comme un vivier de recrutements potentiels.

**Sanofi**, qui a lancé un contrat d'étude prospective sur trois régions pilotes (Normandie/Centre, Rhône-Alpes et Ile de France) dans le cadre d'un accord de développement emplois et compétences, signé en 2013 avec l'Etat, la filière des industries de santé, les branches professionnelles, les organisations syndicales et l'OPCA Défi, met en place :

- un forum ciblé PME réservé aux alternants à la recherche d'un emploi : deux forums ont été organisés en 2013 (ayant regroupé une centaine d'alternants, les acteurs économiques locaux et une cinquantaine d'entreprises recruteuses) et quatre sont programmés en 2014 ;
- des espaces dédiés (information métiers & recrutement) et des supports RH.

Le groupe poursuit l'information des alternants sur les sites de recrutement dédiés aux alternants via IMFIS / LEEM (fédération et branche professionnelle) et Pacte PME (fournisseurs et sous-traitants) et sensibilisera davantage au sein du groupe (RH, manager, tuteurs...) à ces opérations. Un espace « alternant » a été ouvert sur le site intranet.

**Veolia** va travailler à détecter les candidatures d'alternants arrivant en fin de parcours de formation et pour lesquels il n'y a pas de chance d'insertion dans le groupe, diffuser ce vivier de candidats dans le cadre du Pacte PME auquel Veolia a souscrit, et communiquer cette possibilité aux candidats dès l'entrée en alternance.

**Air Liquide** s'engage à favoriser l'embauche d'alternants dans des PME partenaires (Pacte-PME):

- mutualisation des offres d'emploi et de celles des partenaires destinées aux alternants ;
- organisation d'un Forum de recrutement des alternants Air Liquide fin juin 2014 avec les filiales, les partenaires PME et les sous-traitants pour maximiser les opportunités d'embauche des alternants en fin de cursus.

**Renault** a développé l'aide à la recherche d'emploi à l'extérieur de l'entreprise dans le cadre d'une démarche d'aide à l'insertion durable, par la participation et/ou l'organisation de forums premier emploi sur les pôles régionaux, pour permettre aux jeunes apprentis de trouver un emploi après leur période d'apprentissage. Renault étudie, dans le cadre du contrat de génération, une action pour favoriser l'embauche d'alternants dans son écosystème, avec la mise en place d'un forum au niveau des pôles régionaux (employabilité territoriale).

**Valeo** participe au forum de l'alternance et au forum de l'industrie et développe des actions spécifiques avec les CFA lors de la semaine de l'industrie (visites de site). Valeo s'engage à participer aux initiatives régionales (UIMM/Printemps de l'industrie) et à promouvoir les jeunes issus de l'alternance pour des postes en intérim/prestations de services s'il n'est pas possible de les embaucher chez Valeo.

**Orange** a développé les accès à une CVThèque de Branche (Télécoms) depuis 2011 et au réseau des PME et ETI qui recrutent dans le cadre de Pacte PME depuis 2013.

**Thales** est signataire du Pacte PME.

**GDF Suez** s'engage dans le cadre de la convention signée avec le ministère des Droits des Femmes à accompagner les PME/TPE dans le recrutement de jeunes en alternance et notamment à l'insertion des jeunes filles dans les filières techniques.

**Groupe BPCE** engage actuellement un projet visant à créer un vivier d'alternants commun aux différentes entreprises du Groupe pour partager efficacement les candidatures de jeunes en fin d'alternance et développer leur recrutement en CDI au sein du groupe. Par ailleurs, toutes les entreprises développent des initiatives régionales en faveur de l'alternance : participations aux forums de l'alternance, liens avec les CFA,...

## Les entreprises veulent gagner en qualité dans le suivi des alternants

### – Créer des communautés d'alternants

Animer le réseau des alternants est une voie de succès pour permettre aux alternants de tirer le meilleur profit de leur parcours dans l'entreprise. Dans cette perspective, les entreprises créent des communautés d'alternants et un renforcement du suivi des jeunes :

**BNP Paribas** a créé une communauté « Stagiaires et alternants » sur le réseau social interne de BNP Paribas (groupe de discussion, échanges de bonnes pratiques, etc.) prolongée par des rencontres pour favoriser les échanges.

De même, **Sanofi** intensifie les journées d'intégration et met en place, sur le site intranet, un espace d'information réservé aux alternants.

**Siemens** a créé en 2011 le Réseau communautaire Young@Siemens, qui améliore l'intégration et l'entraide entre jeunes (organisation d'afterworks, déjeuners, événements sportifs, voyages... décroisement de l'entreprise). Le groupe va systématiser l'invitation de tous les nouveaux 'Youngs' dans ce réseau social. Une journée d'accueil et de présentation du groupe est organisée pour les nouveaux stagiaires et apprentis. Par ailleurs, le groupe va centraliser et suivre pour 2013-2014 la remontée des informations sur les taux de réussite aux formations en alternance avec l'objectif d'au moins 90 % de jeunes diplômés.

Chez **Société Générale**, en 2013, la Banque de Grande Clientèle et Solutions Investisseurs a lancé à l'échelle mondiale le programme « GeneratioNext » à destination de ses stagiaires, alternants et VIE. Il offre un accompagnement renforcé tant en termes d'intégration que de développement.

**Valeo** organise déjà des journées ou demi-journées d'intégration pour les nouveaux alternants, des repas de bienvenue avec le Directeur de site et des repas d'alternants toutes les semaines. Le groupe organise des visites d'usine pour les CFA partenaires et participe aux jurys/forums/portes ouvertes des CFA partenaires. Par ailleurs, des parrainages entre alternants déjà présents sur site et les nouveaux arrivants sont organisés. Valeo va poursuivre ces actions et mettre en place un livret d'accueil et une note d'information présentant les nouveaux arrivants en plus de travailler sur l'aide à la recherche de logement.

Chez **Kingfisher**, Brico Dépôt travaille sur un projet de communauté interne à destination des alternants et des stagiaires. L'objectif principal est de créer un lieu d'échange, de partage d'expérience et de renforcer leur sentiment d'appartenance. Cette communauté permettra également d'alimenter la page Facebook Brico Dépôt dédiée à l'alternance.

**Nestlé** met en place pour la campagne 2013-2014 un réseau d'alternants via NesChatter, le réseau social interne. Il sera animé à partir du siège de Nestlé en France à Noisiel (77). Ses sites français mettent en place une journée d'intégration des alternants à l'arrivée de chaque nouvelle promotion.

**Veolia** prend l'engagement de créer, en corporate, une ressource dédiée au suivi des politiques d'emploi et de GPEC. Veolia va suivre les alternants, en particulier à l'issue de leur formation pour animer le marché du travail interne et faciliter offre et demande d'emploi durable.

**Carrefour** a un site internet dédié à l'alternance, [www.alternance.carrefour.fr](http://www.alternance.carrefour.fr), qui informe les candidats sur les différents contrats et métiers accessibles en alternance au sein du groupe (plus de 20 métiers) ainsi qu'une page facebook dédiée à l'alternance. Ces supports digitaux permettent de diffuser des témoignages d'alternants (vidéos...), des conseils pour les candidats ou encore des informations sur les événements emploi auxquels Carrefour participe (forum, salon...) et encouragent les échanges avec les candidats. Carrefour poursuit les actions de communication existantes (faire connaître en interne les réussites des alternants (évolution, mobilité...) et s'engage à promouvoir la réussite des parcours alternants sur les réseaux sociaux (page facebook alternance Carrefour).

**GDF Suez** a mis en place des réseaux d'alternants (intranets, réseaux sociaux internes...).

Ces initiatives permettent de renforcer le suivi des jeunes, y compris à l'issue de leur contrat :

**Carrefour** crée, pour ses hypermarchés, un outil de suivi des alternants, de leur prise de poste jusqu'à un an après la fin de leur contrat alternance.

**Thales** remet à chaque alternant un livret d'accueil et lui propose de suivre un parcours d'accueil afin de découvrir les activités du Groupe. Chaque année, tous les alternants et stagiaires du Groupe sont invités à participer à l'événement « Forum Stagiaires » (présentation du groupe et de ses métiers, organisation de sessions dédiées au recrutement permettant la proposition de CDI aux jeunes présents).

**Orange** a créé un réseau de correspondants alternance, un processus de parcours pour les alternants et, en 2012, une communauté des alternants et des stagiaires et une communauté des tuteurs.

**Solvay**, en lien avec l'Union des Industries Chimiques et avec la Mission Handicap de Solvay, accueille chaque année des alternants en situation de handicap dans le cadre du Certificat de Qualification Professionnelle « opérateur de fabrication ».

**AXA** organise des réunions d'accueil pour une meilleure intégration des alternants et leur permettre de se connaître. Ils ont accès à l'outil intranet AXA (ONE) leur permettant d'avoir toutes les informations et actualités et de participer à des communautés métiers.

**Kingfisher** remet à ses alternants un livret de suivi en fonction du métier préparé (Passeport alternance chez Castorama / Book alternance chez Brico Dépôt). Cet outil est utilisé par le jeune et son tuteur tout au long du parcours en alternance : intégration, rapport d'étonnement, formation, fiches de suivi, bilan final... De plus, le jeune en alternance suit le Kit d'intégration de tout nouveau collaborateur pour être intégré comme les autres.

**Groupe BPCE** anime sa communauté d'alternants en mettant en œuvre des journées d'intégration dédiées aux alternants, des outils de communication pour mieux appréhender l'entreprise, un suivi spécifique et des rencontres « alternants-tuteurs » favorisant le partage d'expériences.

**Technip** a renforcé les conditions de l'accompagnement et du transfert de connaissances aux alternants.

## – Augmenter le nombre de tuteurs formés

La place et le rôle des tuteurs sont centraux dans la réussite des parcours d'apprentissage et d'alternants. Dans cette perspective, les entreprises renforcent la formation des tuteurs :

**Carrefour** a formé 3000 tuteurs et s'engage à maintenir le nombre de tuteurs formés, à créer une communauté de tuteurs (partage d'expériences) et à actualiser les connaissances des tuteurs, tous les 3 ans, par formation en e-learning.

**AXA** s'engage à former les tuteurs des alternants (avec notamment une journée de formation en présentielle) et à leur communiquer des informations régulières grâce à la création d'une communauté des tuteurs. AXA a formé 1300 tuteurs.

**Nestlé** prend l'engagement de former tous les nouveaux tuteurs, soit environ 150 par an.

Chez **Safran** la formation tuteurs de stage/maître d'apprentissage existe déjà . Le groupe a renforcé cette action en réalisant un guide du tuteur.

Pour **BNP Paribas**, ce sont près de 140 nouveaux tuteurs qui ont été formés en 2013, ce qui porte le nombre total de tuteurs formés depuis 5 ans à près de 700 collaborateurs.

**Veolia** a formé 4000 tuteurs depuis 2006, dont 518 en 2013, à la transmission des savoirs techniques et des métiers dans le cadre de l'alternance, et poursuivra cet effort. Pour 2014-2015, et dans le cadre des contrats de génération, sera créée une fonction de « référents » pour favoriser la transmission des savoirs informels et en particulier pour apprendre à naviguer dans une organisation. A côté des modules de formation déjà existants pour des tuteurs, des parcours de formation distincts pour les référents seront créés.

Au sein de **Castorama et Brico Dépôt (Kingfisher)** plus de 400 tuteurs ont été formés avec une forte augmentation depuis deux ans, notamment chez Brico dépôt. Le Groupe s'engage à poursuivre la formation des tuteurs pour accompagner les talents de demain en magasin.

Dans le Groupe **GDF Suez**, pour valoriser les métiers de la filière travaux, à titre d'exemple, Cofely Ineo a créé en 2006 la confrérie des Maîtres de l'Energie. Repérés par leur hiérarchie pour leur professionnalisme, leur exemplarité et leur passion pour leur métier, ces professionnels s'engagent pour transmettre leur savoir à travers le tutorat d'un apprenti, l'accueil des stagiaires, la formation du personnel, les relations extérieures. Près de 300 Maîtres de l'Energie ont aujourd'hui formalisé leur engagement avec la société. Cela a permis une hausse significative du nombre d'apprentis accueillis chez Cofely Ineo. D'une façon générale, le Groupe dispense aux tuteurs, des formations adaptées aux publics qu'ils accompagnent.

Au sein de **Thales**, un « référent » est désigné pour favoriser l'accueil de chaque jeune embauché. Il est l'interlocuteur privilégié du jeune pour répondre à toutes ses questions d'ordre pratique et professionnel durant au minimum les six premiers mois de l'activité. Un entretien a lieu pendant cette période.

**Renault** a mis en place des formations pour les maîtres d'apprentissage depuis septembre 2013, déployé un guide tuteur sur les établissements d'Ile de France et développé des sessions d'accueil des apprentis et des stagiaires de longue durée. Renault s'engage à développer la formation des maîtres d'apprentissage en interne et à procéder à une standardisation des kits apprentis, stagiaires et tuteurs en 2014.

Chez **Orange** ce sont plus de 4000 tuteurs formés sur la période 2011-2013.

**L'Oréal** a formé 2500 tuteurs sur 20 ans et s'engage à en former 3000.

**Siemens** a formé 54 tuteurs en 2013, avec la mise en place d'une formation dédiée, et souhaite maintenir ce niveau d'engagement en 2014.

**Valeo** s'engage à former systématiquement les nouveaux tuteurs et, à leur demande, les tuteurs actuels.

**Eiffage (Construction)** a pris l'engagement de former tous ses tuteurs en 5 jours pour obtenir le titre de Maître d'Apprentissage Confirmé, ce qui permet de bénéficier de l'accord FFB exonérant du passage devant un jury.

**Air Liquide** a mis en place depuis 2012 une communauté des tuteurs afin de permettre le partage et l'échange de bonnes pratiques entre les tuteurs des différentes sociétés du groupe.

**Groupe BPCE** attache une attention particulière au choix des tuteurs et propose un accompagnement spécifique adapté (formation au tutorat, livrets d'accompagnement pour suivre les alternants...).

## **Les entreprises veulent mieux faire connaître les métiers accessibles en alternance**

Diffuser une culture plus forte de l'alternance est un impératif pour atteindre les objectifs de qualité dans la formation et l'insertion des jeunes. Dans cette perspective, les entreprises s'ouvrent et diffusent plus largement leurs offres.

**BNP Paribas** diffuse ses postes en alternance à toutes les écoles/universités, participe aux forums écoles pour faire connaître les métiers de la Banque et, en 2013, a créé un Forum interne où sont invités tous les étudiants Bac + 4/5 des écoles cibles. BNP Paribas va amplifier toutes ces actions auprès des jeunes afin de faire connaître la diversité des métiers existants dans le secteur de la Banque.

**Alstom** va développer une action de communication externe auprès des écoles cibles et universités en plus de travailler sur les successions critiques pour identifier les filières à privilégier.

**Technip** va développer des actions de communication auprès des écoles cible pour les Master 1 et 2, les Licences Pro, les diplômes d'ingénieurs et les post Graduate.

**AXA** diffuse ses postes en alternance à toutes les écoles, universités pour faire connaître ses métiers et ses opportunités de postes en alternance en mettant en exergue la variété des métiers et des profils recherchés (de Bac+2 à Bac+5). Des partenariats privilégiés sont aussi noués avec des centres de formation d'apprentis. Par ailleurs, sur le site [www.recrutement.axa.fr](http://www.recrutement.axa.fr) toutes les offres sont présentées et accessibles aussi sur les réseaux sociaux Viadeo, LinkedIn...<sup>4</sup>

**Nestlé** participe à de nombreux forums d'écoles et diffuse ses offres d'alternance sur son site carrières et auprès des écoles, universités, lycées techniques qui forment les alternants aux métiers recherchés sur ses différents sites. De nouveaux métiers sont ouverts à l'alternance depuis 2013 dans tous les domaines (commercial, technique, RH...).

**Sanofi** a créé une formation en alternance (bac professionnel : GRETA Montluçon et Ambert) adaptée aux besoins de recrutement, aux procédés des industries chimiques, débouchant sur un

---

<sup>4</sup> Le site comporte une rubrique spécifique Campus qui présente la politique de recrutement des jeunes que ce soit par le biais de stages, de formules d'alternance, de VIE et de graduate program. De nombreux conseils y sont donnés dans la rubrique Conseils et Astuces (rédiger son CV, préparer son entretien, réussir son stage en alternance, bon sens numérique...).

contrat en CDI pour l'ensemble de la promotion et prend l'engagement de reconduire cette formation avec 10 à 15 diplômés par an.

**Veolia** participe à de nombreux forums métiers et campagnes de recrutement. Chaque année, le réseau des CFA et Campus Veolia organise une dizaine d'événements visant à améliorer la connaissance de ses métiers et des formations qui permettent de les intégrer auprès des jeunes : il s'agit tout d'abord de journées d'information dédiées aux partenaires et prescripteurs de l'orientation, de la formation et de l'emploi. Dans un second temps, les candidats potentiels (pour certains adressés par les premiers) sont accueillis lors de journées portes ouvertes, par des alternants et formateurs, et en présence de recruteurs du Groupe.

**GDF Suez** diffuse largement ses offres en alternance via des forums écoles, avec une brochure spécifique, mais aussi via son site Internet et une page Facebook dédiée.

**L'Oréal** a créé, en partenariat avec l'Institut de gestion sociale et Adecco, une école du retail qui permet à 30 jeunes de se former aux métiers du commerce en préparant un BTS de management des unités commerciales, avec une spécialisation cosmétique dispensée par l'Oréal et un apprentissage réalisé au sein de l'une des 4 divisions du groupe. La première promotion a démarré le 2 janvier 2014. Une filière CAP coiffure a également été créée en 2012 à Thiais, en partenariat avec la fondation des Orphelins d'Auteuil afin de former 13 jeunes sortis prématurément du système scolaire.

**Danone** avec son programme France Initiative 500 lancé en 2010, qui vise à accueillir en pré-qualification des jeunes éloignés de l'emploi pour leur permettre d'accéder par l'apprentissage à des diplômes de type certificat d'aptitude Professionnelle ou Brevet d'Etudes Professionnelles a, à ce jour, fait bénéficier 340 jeunes de ce dispositif sur l'ensemble du territoire national. Danone Produits Frais France, en lien avec les IFRIA, a lancé en 2010 un programme Ecole de Ventes dont l'objectif est le recrutement annuel de 64 jeunes en alternance depuis la licence jusqu'au Master 2 (50 licences professionnelles, 10 Master 1, et 4 Master 2) dans les métiers de la vente. Cette initiative permet de diversifier les recrutements des chefs de marché, et de donner leurs chances à des étudiants de niveau Bac +3 d'accéder à des postes initialement prévus pour des Bac + 5.

**Renault** diffuse ses postes en alternance à toutes les écoles/universités avec lesquelles l'entreprise a un partenariat, participe aux forums écoles pour faire connaître les métiers de l'automobile.

**Société Générale** est engagé depuis plusieurs années dans une démarche volontariste en matière d'insertion professionnelle des jeunes et d'accompagnement dans la construction de leur projet professionnel. A ce titre, le Groupe prévoit de recruter 1400 alternants en 2014. En plus de participer aux forums dédiés à l'alternance, et de diffuser ses offres, Société Générale organise des événements dédiés au recrutement d'alternants. Lors de ces journées « Join Our Team Today Alternance », les candidats peuvent trouver leur alternance en une journée. En 2014, un événement sera dédié aux profils Universitaires et un second aux profils IT.

**Carrefour** a organisé le 28 mars 2014 pour la troisième année la Journée nationale de l'alternance dans ses magasins Carrefour et Carrefour Market. Cet événement permet aux candidats à la recherche d'un contrat d'apprentissage ou d'un contrat de professionnalisation de rencontrer des recruteurs, apprentis et tuteurs. Au programme : échanges, réunions d'information sur les métiers accessibles en alternance chez Carrefour, témoignages d'alternants ou encore dépôt de candidature. Carrefour participe également à de nombreux forums grandes écoles (Paris Dauphine, ESC Rennes, EDHEC...) et participe pour la première fois à la 7ème édition des Rencontres Universités Entreprises en 2014. En 2013, sur les 196 forums auxquels Carrefour a participé, 70 étaient destinés à un public jeune (Exemples : Salon Jeunes d'Avenir à la Villette, Salon de l'Alternance Porte de Versailles, Mondial des Métiers de Lyon, Job Dating à Marseille, Salon de l'Alternance d'Amiens, Salon Jobs d'été à Toulouse...).

**Kingfisher** participe régulièrement aux forums de ses écoles partenaires et à différents salons de recrutement (Fête de l'alternance, salons dédiés aux métiers de la distribution...). Des journées de recrutement sont chaque année organisées au sein des écoles pour être au plus près des étudiants, ou en magasin lors d'accueil « vis ma vie ». Depuis deux ans, Brico Dépôt réalise une campagne d'emailing auprès de ses écoles « cibles » afin de faire connaître les opportunités de l'enseignement. Pendant la période de recrutement, des affiches sont disposées en magasins. Castorama et Brico Dépôt diffusent les offres en alternance sur son site emploi, les sites des écoles et des autres partenaires de l'alternance (CCI...).

**Groupe BPCE** développe ses actions de communication et diffuse ses offres de contrats en alternance via son site emploi, les jobboards dédiés aux jeunes et les réseaux sociaux. Une présence sur tous les territoires permet également de communiquer à l'occasion des événements et rencontres dans le cadre des relations écoles/universités et des salons de recrutement.

**Technip** va étendre ses actions de communications jusqu'ici réalisées auprès des écoles d'ingénieur cibles, à des écoles cibles pour les Master 1 et 2, les Licences Pro et les post Graduate.

## ■ Bâtir un parcours vers l'emploi pour répondre à des besoins économiques

Plusieurs secteurs d'activités, y compris dans lesquelles les grandes entreprises interviennent, souffrent de manques de compétences. A l'inverse, de nombreux étudiants ne trouvent pas de débouchés malgré des parcours dans l'enseignement supérieur souvent méritoires.

Des solutions peuvent pourtant être trouvées à cette inadéquation persistante. C'est l'ambition des entreprises engagées pour bâtir un parcours d'accompagnement pour des jeunes diplômés de l'université au travers notamment du programme « Booster : des talents universitaires pour l'entreprise ».

## Des entreprises confrontées à des carences de compétences / des jeunes de l'université encore trop éloignés de l'entreprise

De très nombreux jeunes, dont la distance à l'emploi peut paraître faible compte tenu de leur niveau de diplôme, peinent à s'intégrer sur le marché du travail. Leurs premières années d'activité ressemblent trop souvent à un véritable « parcours du combattant » et pourraient être sensiblement facilitées par :

- un meilleur processus d'orientation ;
- le développement de programmes de courte durée leur permettant de mieux appréhender certaines attentes des entreprises. En effet, dotés d'un bagage initial de qualité, ces jeunes n'ont souvent besoin que de quelques mois pour devenir employables et accéder à l'emploi durable.

Face à cette situation profondément sous-optimale, qui voit des entreprises rechercher des candidats introuvables et des jeunes bien formés rechercher des emplois qui n'existent pas, les solutions sont complémentaires. Pour la plupart elles existent déjà, comme en témoignent de nombreuses initiatives, publiques, privées, ou partenariales.

Ainsi, toutes les entreprises qui ont eu à travailler récemment avec des institutions scolaires, notamment avec l'université, peuvent témoigner de ce que les universités se sont désormais

emparées de ce sujet avec beaucoup de sérieux. Ces dernières considèrent désormais l'intégration des étudiants sur le marché du travail comme une part essentielle de leur mission. De même, de nombreuses entreprises travaillent avec des écoles, les universités et les services publics de l'emploi pour bâtir des partenariats efficaces.

Les universités forment des talents qui restent trop souvent aux portes de l'entreprise : manque de connaissance des codes de l'entreprise, censure provenant de la part même des étudiants et politique de recrutement privilégiant un certain « clonage » freinent cette insertion. Attirer vers les entreprises les meilleurs talents universitaires et les accompagner dans leur insertion professionnelle est un enjeu important.

Par ailleurs, l'objectif de développer la créativité et l'innovation, facteur différenciant des entreprises, peut également être favorisé par une diversification des recrutements. Cette diversité apportée par le monde universitaire grâce à la variété des profils et des cursus proposés, peine parfois à être perçue positivement par l'entreprise.

### **« Booster : des talents universitaires pour l'entreprise » : un programme d'accompagnement vers l'emploi**

Dans le cadre de l'initiative « Jeunes & Entreprises » lancée par l'Afep en mars 2013, Capgemini et Manpower ont travaillé à la mise en place d'un programme d'accompagnement à destination des jeunes diplômés pour répondre à des enjeux économiques et notamment aux pénuries de main d'œuvre qualifiée dans certaines filières professionnelles. Il s'agit également, partant du constat de la difficulté pour certains jeunes de trouver des débouchés professionnels malgré un bon niveau de formation générale ou de qualification, d'impulser une nouvelle dynamique afin de développer des collaborations innovantes entre les milieux industriels et celui de l'enseignement supérieur.

Plusieurs entreprises de l'Afep et plusieurs universités ont lancé un partenariat pour s'engager ensemble en faveur de l'insertion professionnelle des étudiants universitaires de Master 2. Dans le cadre de ce programme développé notamment avec **Air Liquide, BNP Paribas, Groupe BPCE, Capgemini, GDF Suez, Manpower, Sanofi et Scor**, il est proposé à des étudiants d'intégrer un processus d'accompagnement destiné à favoriser leur insertion professionnelle. Les principes structurants du programme « *Booster : des talents universitaires pour l'entreprise* » sont les suivants :

- déployer une campagne d'information et de sensibilisation des étudiants : réseaux étudiants, campagne de communication digitale, mobilisation des prescripteurs... ;
- identifier les étudiants de toutes les filières de formation de l'université (LSH en particulier) intéressés par le programme d'accompagnement ;
- proposer un parcours de préparation à l'intégration dans l'entreprise : transmettre les codes de l'entreprise grâce à un accompagnement organisé par les entreprises ;
- participer au processus de recrutement des entreprises engagées : entretiens de recrutement.

Cette initiative est conduite sous le patronage de la secrétaire d'État à l'Enseignement supérieur et à la Recherche.

Une phase pilote a débuté en 2014 en partenariat avec les universités Aix-Marseille, Paris Est Créteil, Pierre et Marie Curie et Sorbonne Nouvelle, en vue d'accompagner une centaine d'étudiants. Un bilan sera réalisé à l'issue de cette phase pilote, pour confirmer le déploiement de ce programme à plus grande envergure et atteindre en 2015, 1000 étudiants mobilisés.

Une première rencontre a été organisée le 11 mars 2014 sur le campus de l'Université Aix Marseille (voir le communiqué de presse en annexe). Elle marque le lancement de ce programme d'accompagnement au travers duquel, il s'agit tout à la fois de faire comprendre aux étudiants universitaires sélectionnés les attendus de l'entreprise et d'aider celle-ci à comprendre et intégrer ces profils de façon pérenne.

D'autres actions permettent également d'améliorer la connaissance réciproque du fonctionnement de l'entreprise et de l'université. **Veolia** a ainsi récemment signé la Charte Université-Entreprises pour favoriser le recrutement universitaire sur des postes à haut potentiel. Cette démarche s'inscrit dans une dynamique déjà ancienne de prise en compte des profils universitaires dans le recrutement : ainsi, parmi les 370 cadres recrutés aux niveaux Bac + 4/5 en 2012 et 2013 par Veolia, 43,7 % ont des profils universitaires (sciences économiques et de gestion, sciences sociales et de l'éducation), 33,2 % sont issus d'écoles d'ingénieurs et 22,9 % d'écoles de commerce. A ces 370 cadres recrutés, il faut en rajouter 16 autres à doubles compétences, notamment des candidats issus d'écoles d'ingénieurs qui ont complété leur formation par un diplôme universitaire en sciences sociales.

Enfin, des partenariats historiques avec des Universités, notamment celles de Cergy Pontoise, de Marne la Vallée et de Versailles-Saint-Quentin, ont permis à Veolia de co-construire et de faire habilitier des cursus de formation diplômante en alternance pour le Master et la Licence des Services à l'Environnement et la Licence Vente de Solutions Durables.

## ■ Encourager l'accompagnement des jeunes par les collaborateurs

Les collaborateurs ou anciens collaborateurs sont nombreux à vouloir faire des actes concrets pour aider les jeunes à développer leurs capacités, à poursuivre, avec le sens de l'effort, leur scolarité et leurs études supérieures, à trouver un débouché à leurs aspirations professionnelles :

- l'Afep promeut les partenariats avec des associations investies dans l'accompagnement des jeunes au travers d'un guide pratique et opérationnel ;
- les entreprises engagées sur ce thème ont renouvelé leurs actions et développé de nouveaux partenariats.

## **Promouvoir les partenariats avec des associations investies dans l'accompagnement des jeunes**

Les entreprises engagées dans la démarche « Jeunes et Entreprises » ont souhaité lancer auprès des autres entreprises une action de promotion des dispositifs qui permettent à leurs **collaborateurs de s'investir dans des actions auprès des jeunes**.

Dans cette perspective, un **guide des associations investies en faveur des jeunes** qui peuvent, au travers de partenariats, ouvrir aux entreprises de nouvelles perspectives a été élaboré et diffusé à l'ensemble des entreprises engagées dans la démarche pour susciter de nouveaux projets. Cette action collective dépasse le cadre des seuls engagements de chaque entreprise pour contribuer à créer un mouvement plus large d'adhésion à cette dynamique d'accompagnement des jeunes par les salariés.

## Favoriser l'engagement des collaborateurs en faveur des jeunes

### – De nouvelles perspectives de partenariats associatifs

De cette initiative de promotion des associations vont naître de nouveaux partenariats et d'autres, déjà existants, vont être renforcés.

Etre présent aux côtés de jeunes pour leur donner la chance de réussir : AXA (via AXA Atout Cœur) entretient des relations de longue date avec des associations dont la vocation est d'aider les jeunes dans leurs parcours scolaires ou académiques, en leur redonnant confiance et en les accompagnant par le biais du parrainage.

Ces partenariats, qui prônent la réussite sociale au travers d'une première étape qui est la réussite scolaire, se sont construits avec trois associations :

- Proximité (rapprochement du monde du travail des jeunes issus de quartiers populaires ou de milieux modestes par le biais du parrainage) ;
- Institut Télémaque (accompagnement des jeunes brillants et motivés issus de milieux modestes pour leur donner toutes les chances de réussir, en accord avec leur mérite) ;
- Frateli (accompagnement des jeunes étudiants à haut potentiel et issus de milieux modestes, tout au long de leurs études supérieures, jusqu'à leur insertion professionnelle).

**AXA** s'engage à nouer un partenariat avec « Nos quartiers ont des talents ».

**Nestlé** en France renforcera des partenariats déjà existants avec des associations locales ou nationales.

**Thales** s'est engagé dans le cadre d'un partenariat avec l'association « Elles Bougent », avec laquelle elle a organisé le 8 mars 2013, journée de la femme, l'accueil de près de 1000 jeunes filles sur les 50 sites de Thales en France. A ce jour, 85 femmes ingénieures ou techniciennes du Groupe sont marraines « Elles Bougent ». Le Groupe s'est également engagé aux côtés de l'association « Nos Quartiers ont des Talents ».

**AXA** s'engage, en 2014, à accroître de 30 % le nombre de parrains « Télémaque » et le financement accordé à l'Institut Télémaque, à mobiliser 20 % de parrains supplémentaires au profit de « Proximité », à redimensionner le partenariat et le financement accordé à « Frateli », afin de doubler le nombre de collaborateurs engagés dans cette démarche.

**Solvay** adhère en 2014 à l'association « Nos Quartiers ont des Talents » : 10 parrains accompagnent dans leur recherche d'emploi des jeunes diplômés à partir du Bac+4 et s'engage en faveur de l'Institut Télémaque : 10 tuteurs accompagneront jusqu'au baccalauréat des jeunes brillants et motivés, issus de milieux défavorisés, pour développer leur ouverture socio-culturelle et les encourager à viser l'excellence.

**L'Oréal** entretient des relations de longue date avec des associations dont la vocation est d'aider les jeunes dans leurs parcours scolaires ou académiques, en leur redonnant confiance et en les accompagnant par le biais du parrainage. Il s'agit notamment de partenariats avec :

- « Capital filles » : 125 marraines en 2013/2014, objectif 170 marraines en 2014/2015 ;
- « Energie Jeunes » : 15 personnes en 2013, objectif 30 personnes en 2014 ;
- « Un emploi dans ma ville » qui donne la possibilité aux jeunes non diplômés de Seine-Saint-Denis de bénéficier d'une première expérience dans le monde de l'entreprise. L'Oréal est membre fondateur de cette initiative qui depuis 6 ans a signé plus de 550 contrats.

**L'Oréal** est également engagé auprès des lycées Louis Le Grand / Henri IV / et Claude Bernard à accompagner leur programme dans le cadre de l'égalité des chances et l'accessibilité des élèves des lycées des zones prioritaires aux classes préparatoires.

Le Groupe **Safran** a souhaité associer ses collaborateurs au développement de l'association « Frateli » soutenue par la Fondation Safran pour l'Insertion. Safran s'engage à augmenter le nombre de salariés parrains/marraines via l'utilisation des différents canaux de communication (intranet, mail...) et à créer une communauté parrains/marraines Frateli/Safran. Dans le cadre du partenariat avec l'association « Elles Bougent », Safran s'investit activement dans la régionalisation et va structurer son réseau de marraines autour de celle-ci. Le Groupe Safran a également participé activement à l'opération « Premier Stage » puisqu'il a déjà dépassé son objectif de 100 stages en accueillant 116 jeunes filles.

**Renault** est partenaire depuis plusieurs années de l'association « Elles bougent » et regroupe un peu plus de 50 marraines, organise des visites d'usine, participe aux forums d'échanges avec les jeunes filles et les associe lors du Mondial de l'Automobile. Par ailleurs, Renault est engagé de longue date auprès d'associations dont l'objectif est d'aider les jeunes dans leurs parcours scolaires ou académiques, en leur redonnant confiance et en les accompagnant par le biais du parrainage. Depuis 2009 Renault est ainsi engagé dans le programme « un avenir ensemble » et parraine, via des collaborateurs, 22 jeunes dans la poursuite de leurs études.

Chez **Kingfisher**, Castorama a mis en place une action test avec l'école de la seconde chance de la région Languedoc.

**Siemens** souhaite renforcer son partenariat historique avec « Nos Quartiers ont des Talents » et s'engage à :

- augmenter le nombre de salariés parrains/marraines via l'utilisation des différents canaux de communication (intranet, réseau social d'entreprise, opération « parrain au carré »...);
- créer une communauté parrains/marraines Siemens/ Nos Quartiers ont des Talents ;
- accompagner le déploiement du parrainage collectif sur une nouvelle région, le Nord ;
- organiser des événements « spéciaux » type rencontre avec le groupe GLOW (groupe de femmes managers) avec des jeunes femmes du dispositif « Nos Quartiers ont des Talents ».

**Air Liquide** renforce son partenariat avec « Energie Jeunes » en impliquant sa filiale Air Liquide Advanced Technologies, implantée à Grenoble, pour développer les interventions sur cette académie.

**Orange** va poursuivre son engagement dans le programme égalité des chances mis en place (Passport Avenir, Capital Filles, Energie Jeunes, Nos Quartiers ont des Talents) en augmentant le nombre de salariés bénévoles dans ses associations qui accompagnent des jeunes.

**Veolia** soutient avec sa Fondation et l'engagement de collaborateurs volontaires plusieurs associations telles que l'Institut Télémaque ou Sport dans la Ville qui essaime son modèle lyonnais en Ile de France.

**GDF Suez** soutient la Job Academy, née d'un partenariat entre l'Etat, FACE et la société Manpower. Des collaborateurs accompagnent vers l'emploi durable des candidats diplômés et motivés, issus des quartiers prioritaires, en les conseillant lors de leurs démarches de recherche d'emploi.

**GDF Suez** a mis en place un réseau de marraines et de parrains accompagnant de jeunes étudiants talentueux issus de quartiers défavorisés dans leur scolarité, leur projet professionnel et leur épanouissement personnel. Aujourd'hui, ce réseau compte plus de 50 tuteurs, cadres volontaires et bénévoles du Groupe. Depuis 2006, près de 95 jeunes auront été accompagnés par GDF Suez, plusieurs d'entre eux ayant effectué des stages et travaux saisonniers au sein du Groupe. Ces étudiants répondent à des critères sociaux et à des critères de mérites, établis avec des partenaires :

- l'association Tremplin, créée en 2000 par d'anciens élèves de Polytechnique, pour encourager des lycéens méritants de quartiers défavorisés à poursuivre des études supérieures longues dans les filières scientifiques. L'accompagnement de l'élève commence après l'obtention du baccalauréat et dure trois ans ;
- dans le cadre des Conventions d'Education Prioritaire (CEP), Science Po accueille chaque année des jeunes de lycées de quartiers défavorisés à travers une procédure d'admission spécifique. Ces CEP font l'objet du partenariat avec GDF Suez. Les jeunes, généralement en Master 1, sont parrainés pendant un an ;
- l'association « Elles bougent » permet également d'accompagner et de sensibiliser des jeunes femmes aux métiers techniques. Ces actions sont en particulier conduites par des femmes salariées du Groupe.

**Société Générale** souhaite prolonger son partenariat avec « Nos Quartiers ont Des Talents » qui a débuté en 2008. En quatre ans, 365 parrains Société Générale ont accompagné plus de 1423 jeunes diplômés des Zones Urbaines Sensibles (ZUS) en Ile-de-France, Aquitaine, Nord Pas de Calais, Picardie, Rhône Alpes, et Provence Alpes Côte d'Azur. Grâce notamment aux conseils prodigués, 699 jeunes diplômés ont obtenu en moins de 6 mois un CDI correspondant à leur niveau de formation. En novembre 2013, l'association a remis à Société Générale un « Trophée pour l'égalité des chances » récompensant les actions et l'engagement du Groupe dans ce domaine.

**Carrefour** est partenaire de l'association « Nos Quartiers ont des Talents » depuis 2010 dans le cadre de sa politique en faveur de l'égalité des chances. Aujourd'hui, près de 150 collaborateurs sont parrains et Carrefour organise régulièrement des campagnes d'information et de recrutement de nouveaux parrains et marraines. Carrefour organise des ateliers de coaching pour ces jeunes diplômés (rédaction cv, préparation à un entretien, formation à l'e-réputation, entraînement entretien en anglais ...) et participe aux rencontres nationales NQT chaque année. En 2014, Carrefour sera également présent aux rencontres régionales à Marseille et Lyon. En 2013, 380 jeunes ont été parrainés par des collaborateurs Carrefour qui souhaite poursuivre et développer les parrainages. Dans cette perspective, Carrefour a participé le 2 avril à la journée de l'Institut Télémaque pour un futur partenariat. Au travers d'un partenariat avec la Fondation un Avenir ensemble, Carrefour s'engage depuis plusieurs années à favoriser l'accès à ses jobs d'été aux jeunes filleuls.

**Groupe BPCE** est engagé depuis 2010 aux côtés de l'association « Nos Quartiers ont des Talents » afin de parrainer des jeunes issus de quartiers sensibles et promouvoir l'égalité des chances au sein de ses entreprises. 344 jeunes diplômés ont ainsi bénéficié de l'accompagnement d'un des 110 parrains du Groupe BPCE.

**Technip** soutient via l'Institut Télémaque des jeunes brillants et motivés issus de milieux modestes pour leur donner toutes les chances de réussir, en accord avec leur mérite. Ce soutien se matérialise par un tutorat réalisé par des collaborateurs de l'entreprise et un soutien financier des lycées et étudiants concernés. Technip adhère à l'association Elles Bougent visant à aider les jeunes filles dans leurs choix d'orientation mais également sensibiliser les parents et les enseignants aux possibilités de carrières dans les secteurs de l'ingénierie et les formations scientifiques au travers d'un réseau de marraines.

## – Ouvrir l'entreprise aux jeunes

Rendre l'entreprise accessible aux jeunes est un objectif qui peut être atteint par la rencontre directe avec les collaborateurs. L'expérience de ces derniers permet de montrer aux jeunes la potentialité de l'entreprise, de ses métiers et les perspectives qu'elle peut offrir. Plusieurs entreprises mobilisent leurs collaborateurs pour aller à la rencontre des jeunes. Ces actions s'ajoutent à celles déjà initiées ou amplifiées dans le cadre des associations.

### • *Première découverte de l'entreprise*

Ouvrir les stages de 3<sup>e</sup> en entreprise aux jeunes issus de milieux modestes, populaires ou défavorisés : partant du constat qu'il est beaucoup plus aisé pour les enfants de collaborateurs de décrocher un stage en entreprise, dans le cadre des stages découvertes de classe de 3<sup>e</sup>, **AXA** s'engage, en 2014, à ouvrir 100 places de stages supplémentaires exclusivement au profit d'enfants issus de milieux modestes, populaires ou défavorisés. Ces stages sont organisés en lien avec l'Institut Télémaque, Proximité, Au Mérite et le Rectorat. Ils sont destinés à offrir une présentation de l'ensemble des métiers présents chez AXA et seront encadrés par des collaborateurs. Enfin, la mixité sociale sera encouragée par un brassage entre les enfants de collaborateurs et les jeunes proposés par les associations partenaires.

**L'Oréal** accueille plus de 400 collégiens sur les différents sites de l'Île-de-France. En plus des stages de 3<sup>e</sup>, les différents sites industriels organisent des visites pour les élèves de différents niveaux scolaires : environ 300 élèves visitent les usines en France. Il s'agit pour la majorité d'actions à un niveau territorial entre des sites L'Oréal et des établissements scolaires à proximité.

**L'Oréal** s'engage, en 2014, à développer ce type d'initiative en organisant :

- des sorties de deux jours autour des présentations de métiers et visites de site industriel (30 élèves prévus avec un lycée de la Seine Saint Denis en 2014) ;
- des visites d'usines pour les lycéennes ayant des marraines dans le cadre du partenariat avec « Capital filles » (4 visites soit 80 lycéennes).

Ces stages cibleront les élèves des zones de la politique prioritaire de la ville. Les collaborateurs seront impliqués lors de présentations des métiers.

Le Groupe **Total** accueille sur ses sites des collégiens et des lycéens avec leurs enseignants (visites de raffineries, de centres de recherche). Les collaborateurs participent à ces actions de découverte au travers de présentations des métiers, de témoignages dans le cadre de manifestations d'échanges avec les jeunes et les enseignants, de Forum des métiers, conférences, semaine Ecole-Entreprise... Ces actions sont poursuivies.

Au sein du Groupe Bouygues, la société **Bouygues Construction** accueille des jeunes dans le cadre de stages de découverte, en particulier pour des visites de chantiers.

**Orange** accueille des jeunes de collèges de ZEP à proximité des sites, à raison de 4 ou 5 jeunes en même temps. Le groupe développe un programme pour découvrir un maximum de métiers en 5 jours, avec un collaborateur référent.

**Nestlé** va ouvrir à l'externe l'accueil des stagiaires de 3<sup>e</sup> jusqu'ici réservé aux enfants du personnel sur la plupart de ses sites, à des périodes convenues et dans la limite de la capacité d'accueil de chaque site. Par ailleurs, les sites industriels de Nestlé en France sont encouragés à accueillir des jeunes en stage ouvrier dans le cadre de leur cursus scolaire « technique ».

**GDF Suez** permet à de jeunes collégiens de découvrir le monde de l'entreprise, que ce soit via des visites de sites industriels ou l'accueil en stages. Exemple concret de l'Unité Services Partagés Infrastructures – dans le cadre de sa politique d'ancrage local, cette entité a noué un partenariat avec la Mairie de Saint-Ouen qui prévoit :

- l'accueil de collégiens en 3<sup>e</sup> pour leur semaine de stage découverte. Chaque année trois promotions de trois collèges sont accueillies et bénéficient d'un parcours initiatique aux différents métiers (tertiaires) ;
- la contribution à l'Explora jeunes : présentation des métiers à des lycéens selon les années et les demandes de la Mairie, aide à la rédaction de CV et simulation d'entretien d'embauche ;
- des stages de plus longue durée pour les élèves des lycées professionnels.

**Thales** participe à l'opération « 1<sup>er</sup> stage » initiée par l'association « Elles Bougent », afin d'accueillir les jeunes collégiennes dans le cadre des stages de 3<sup>e</sup>.

**Eiffage** accueille des jeunes dans le cadre de stages de découverte, en particulier pour des visites de chantiers.

**Carrefour** s'engage pour les jeunes collégiens issus de quartiers prioritaires en partenariat avec l'IMS. Carrefour diffuse, par exemple, ses offres de stage auprès du Conseil Général de Seine-Saint-Denis et de l'Académie de Versailles et va multiplier ces initiatives. Des jeunes de 3<sup>e</sup> sont ainsi accueillis en stage d'observation en magasin et en siège. Ils découvrent alors les différents métiers de la grande distribution, sur le terrain, auprès de collaborateurs tuteurs.

**Le Groupe BPCE** accueille régulièrement au sein de ses entreprises des stagiaires dans le cadre de « stages de découverte ». Certaines expériences ont également permis à des salariés de l'Education nationale de venir découvrir les métiers de la Banque pour mieux en parler aux élèves.

**Technip** accueille chaque année des collégiens et lycéens pour des stages de découverte de ses métiers et pour les éveiller aux filières industrielles.

- ***Aider à l'orientation scolaire et professionnelle – mise à disposition de compétences RH***

Partenaire depuis avril 2013 du programme *@talentEgal*, association ayant pour ambition d'intégrer et d'accompagner de manière personnalisée, au sein d'écoles et universités cibles, des étudiants handicapés tout au long de leur parcours scolaire jusqu'à leur première insertion professionnelle, le **Groupe Safran** s'appuie sur des salariés du Groupe afin de parrainer ces étudiants.

Par l'implication des salariés, les jeunes peuvent recevoir de précieux conseils pour préparer un CV, un entretien d'embauche...

Ouvrir l'entreprise en partageant ses savoir-faire pour aider les jeunes dans leur parcours d'embauche : partant du constat que les jeunes qui arrivent sur le marché du travail sont souvent étrangers aux usages de l'entreprise ou aux bonnes attitudes à adopter lors d'un entretien d'embauche, **AXA** s'engage, en 2014, à encourager les équipes RH à organiser des teams building solidaires à destination des jeunes qui entrent sur le marché du travail. Ces teams building solidaires, mobilisant un département ou une équipe RH, sont montés avec les associations partenaires. Ils peuvent prendre la forme d'ateliers d'aide à la rédaction de CV, de préparation aux entretiens d'embauche, de conseils de présentation...

L'usine Gemey/ Maybelline située à Orléans a mis en place un atelier en 2013 où une dizaine d'élèves ont pu profiter du conseil des équipes RH et formation. En 2014, ce type d'atelier continuera sur ce site. **L'Oréal** s'engage à étudier, avec les associations partenaires, comment élargir ce type d'ateliers à des sites de la région parisienne.

**Orange** a développé, avec des chargés de recrutement, Orange avenir, pour que des collaborateurs partagent leurs compétences en expliquant à des jeunes comment préparer leur entrée en entreprise.

**Nestlé** va proposer, en partenariat avec la mission locale, des simulations d'entretiens et corrections de CV. Au travers d'une association locale, les collaborateurs peuvent en outre dispenser des cours de bureautique et d'alphabétisation. Des présentations métiers auprès des élèves de 3<sup>e</sup> des collèges de ZEP autour du siège de Noisiel sont planifiées sur le 1<sup>er</sup> trimestre 2014 pour contribuer à la lutte contre le décrochage scolaire. Si ce pilote est concluant, il pourra être étendu sur les autres bassins d'emploi de **Nestlé** en France.

**L'Oréal** a développé en France des partenariats étroits avec les écoles, les lycées et universités. Des actions de tutorat, de présentation des métiers ou de coaching de présentation et ateliers de rédaction de CV sont organisées régulièrement au sein de nombreux établissements.

**Société Générale** a lancé en avril 2013 le site *MyCoachingRoom.com*. Ce site est destiné à l'accompagnement des candidats dans toutes les étapes de leur recherche d'emploi dans le secteur bancaire, qu'ils postulent ou non au sein de Société Générale. Au travers d'interviews d'experts, de fiches pratiques et d'outils dédiés, ce site interactif permet aux candidats de s'informer sur le marché du travail et d'optimiser leurs démarches.

**Carrefour** organise des ateliers coaching pour les demandeurs d'emploi afin de leur donner confiance en soi. Lors de ces ateliers, des recruteurs donnent des conseils pour la rédaction de CV et de lettres de motivation ou simulent des entretiens d'embauche avec les participants. Carrefour est aussi partenaire de la fondation FACE (Fondation Agir Contre l'Exclusion) qui permet à des candidats éloignés de l'emploi ou issus de quartiers défavorisés de valoriser leur candidature et de se démarquer grâce au CV vidéo. Les offres de Carrefour vont être intégrées sur la plateforme de CV vidéo.

Le **Groupe BPCE** s'est engagé aux côtés de l'ONISEP, dans la création d'un « Pourquoi pas moi, la banque » afin d'orienter professionnellement et sensibiliser les jeunes aux métiers bancaires. Cette plaquette s'adressera notamment aux jeunes issus de la diversité.

Dans le cadre d'actions solidaires, plusieurs entreprises ont associé leurs salariés à des actions en faveur de l'insertion et de l'emploi. De nombreux jeunes ont ainsi bénéficié de l'apport de managers et d'équipes RH pour se préparer au recrutement (préparation de CV, entraînement à l'entretien d'embauche...).

- ***Les collaborateurs, premiers ambassadeurs de l'entreprise***

**Total** développe le programme « Ambassadors » construit autour d'un binôme entre un Student Ambassador (personne relai dans l'université ou l'école qui peut être étudiant, professeur, personnel administratif) et un Total Ambassador (collaborateur Total venant de la même école ou université) qui développe des actions sur les campus pour faire connaître les métiers de Total et nouer des relations privilégiées avec les étudiants. Ce programme permet de faire connaître les métiers du Groupe aux étudiants grâce aux interventions des Total Ambassadors, d'augmenter l'attractivité de l'entreprise et d'informer les étudiants sur les opportunités de carrière dans le Groupe.

Avec le programme Total Professeurs Associés, des professeurs issus des salariés et des retraités du **Groupe Total** proposent dans leur domaine de compétences des cours ou des conférences qui couvrent l'ensemble des activités d'un grand groupe international et tous les aspects de l'industrie pétrolière et pétrochimique. 478 cours et conférences, délivrés en français ou en anglais, sont proposés.

Dans le cadre du programme ambassadeurs du **groupe Safran**, 250 salariés du groupe interviennent dans les écoles d'ingénieurs et universités pour accompagner le projet professionnel des jeunes.

**Nestlé** va étendre son programme Ambassadeurs, tant au niveau des écoles/universités couvertes, que des types d'interventions proposées. Davantage d'interventions en cours sur des expertises métiers vont être proposées de façon à contribuer à améliorer l'adéquation entre les programmes scolaires et les attentes des professionnels en fin de cursus.

**Siemens** s'implique durablement dans les relations avec les écoles et les universités en mettant en place des partenariats dont la vocation est de favoriser la passerelle entre l'école et le monde de l'entreprise. Directement piloté par un « ambassadeur-école » de Siemens France et par la Direction des Ressources Humaines, plus de 100 actions sont mises en place tout au long de l'année qui permettent aux étudiants d'être en contact direct avec les managers.

Par ailleurs **Siemens** organise des journées Portes Ouvertes (exemple, Les Coulisses de l'Industrie en partenariat avec la RATP) afin de faire connaître ses activités ou celle d'un secteur professionnel et propose des visites (exemple de la plateforme de Châtillon - Centre de compétence Mondial pour le Groupe, et la ligne 14 du métro Parisien).

**GDF Suez** a mis en place un réseau de collaborateurs ambassadeurs :

- les Ambassadeurs sont des cadres supérieurs ou dirigeants de différents métiers, anciens des écoles qui deviennent des référents auprès de ces écoles ;
- les Campus Partners sont de « jeunes anciens » impliqués dans les relations avec leur école d'origine.

**Thales** a associé des « Campus Managers » à ses actions afin d'assurer une présence permanente d'un représentant du Groupe auprès des écoles. Anciens élèves de ces écoles, ils entretiennent des contacts avec les étudiants et les écoles, tant sur l'orientation et le contenu des cursus que sur le développement personnel des étudiants.

**Eiffage** participe aux actions organisées par le réseau des CREPI, notamment dans le cadre du dispositif Ambassadeurs des métiers. Ce dispositif permet aux personnes souhaitant affiner leur projet professionnel d'effectuer des visites en entreprises afin de découvrir un métier en particulier ou un secteur d'activité.

**Carrefour** organise des présentations métiers à destination de jeunes issus de Missions Locales ou dans les collèges et lycées. Les présentations sont suivies de visites de magasins et laboratoires, qui permettent aux jeunes de rencontrer et d'échanger avec des opérationnels (métiers de bouche : boulanger, boucher...). Les collaborateurs sont ainsi impliqués dans la promotion de leur métier, ils peuvent partager leur passion et leur parcours avec les jeunes et les conseiller dans leur orientation :

- 11 jeunes suivis par la Mission Locale de Gennevilliers ont visité en mai 2013 le secteur produits frais de l'hypermarché de la ville et ont vu les démonstrations en boulangerie et boucherie ;
- Carrefour a organisé une présentation de ses métiers suivie d'une visite du secteur produits frais du magasin de Pontault Combault avec les partenaires de l'emploi de Seine-et-Marne pour définir des modalités de partenariat.

**Kingfisher** fait régulièrement intervenir au sein de ses écoles partenaires des collaborateurs du Groupe sur leur domaine d'expertise ou sur des présentations d'entreprise et des métiers. **Castorama** organise également l'accueil de promotions d'étudiants pour découvrir les métiers siège et magasin avec des présentations de parcours d'anciens de ces écoles aujourd'hui embauchés dans l'entreprise. Castorama va mettre en place un réseau d'ambassadeurs écoles et ambassadeurs Castorama pour représenter l'entreprise et développer des liens plus récurrents avec les écoles.

**Groupe BPCE** a développé depuis 2011 une communauté de collaborateurs des entreprises du groupe « les Ambassadeurs Ecoles » impliqués auprès des écoles dans le but d'attirer de jeunes talents et de faire connaître les métiers des entreprises du groupe et les opportunités de stage, d'alternance et de premier emploi.

**Technip** est en train d'implémenter un programme de Campus Ambassadeur étudiants (étudiants sélectionnés dans les écoles cibles / programme de découverte de l'entreprise et de ses métiers / être des relais de communication vis-à-vis des autres étudiants). Cette initiative vise à compléter l'action des collaborateurs ambassadeurs de l'entreprise qui viennent régulièrement la présenter dans les écoles et sur les forums étudiants.

– **Encourager en interne les actions solidaires**

- ***Clarifier les conditions d'engagement des collaborateurs***

Les entreprises engagées à favoriser les actions des salariés auprès des jeunes soulignent l'importance de clarifier les conditions dans lesquelles les collaborateurs utilisent du temps dans, ou en dehors, de leur temps de travail pour s'engager. Souvent issus d'usages, ces temps méritent d'être mieux identifiés, par exemple dans le cadre d'accords collectifs, pour les quantifier et les valoriser. Lorsqu'elles sont effectuées en dehors des heures de travail, ces actions constituent une forme de bénévolat.

Partant du constat que l'engagement des collaborateurs pour accompagner les jeunes repose avant tout sur le volontariat desdits collaborateurs et sur la bienveillance de leurs managers, les entreprises engagées recommandent de trouver des mesures de valorisation qui puissent satisfaire chaque partie.

En 2014, **AXA** et **L'Oréal** s'engagent à développer et promouvoir le mécénat de compétence, moyen pertinent pour mieux mobiliser les collaborateurs au service des jeunes ou du monde associatif.

Dans son accord GPEC, **le Groupe BPCE** a prévu un dispositif de mécénat de compétences permettant aux seniors de s'investir en faveur d'associations.

- ***Promouvoir l'engagement par des opérations « citizen »***

Pour mobiliser en interne et présenter aux salariés les initiatives dans lesquelles ils peuvent s'investir, rien de tel qu'une opération spécifique. Plusieurs opérations « Citizen Day » existent déjà et permettent, une journée durant, de présenter les associations et actions possibles pour les salariés, notamment pour aider les jeunes. Ces opérations peuvent se décliner sur un mode hebdomadaire ou mensuel.

Un grand évènement annuel autour des principes de la responsabilité sociale d'entreprise est de nature à mobiliser les collaborateurs, les équipes et les managers autour de projets sociétaux.

En 2014, **AXA** s'engage à faire de ce grand rendez-vous annuel (semaine de la RSE) une semaine de la mobilisation et du bénévolat afin de mobiliser et d'encourager les collaborateurs à s'investir au service des autres, au service des associations, et plus particulièrement au service de celles qui accompagnent les jeunes.

En 2013, plus de 4 500 collaborateurs de **L'Oréal** en France sont mobilisés pour la 4<sup>e</sup> édition du Citizen Day. Initiée il y a quatre ans, cette journée citoyenne permet chaque année aux collaborateurs du Groupe qui le souhaitent de s'engager sur le terrain dans des actions solidaires. En 2013, les employés de **L'Oréal France** ont ainsi pu apporter une contribution concrète à 138 associations et partenaires de proximité. Cette journée se déroule chaque année dans tous les pays où le groupe est implanté.

Pour 2014-2016, **Nestlé France** prend l'engagement d'organiser un « citizen day », le Nestlé Youth Employment Day qui se tiendra fin 2014 pour mobiliser et fédérer les collaborateurs et les retraités et s'inscrire dans une démarche de mécénat de compétences.

**GDF Suez** soutient l'investissement citoyen. Cofely Services a mis en place le programme Voluntario permettant aux volontaires de l'entreprise de s'engager individuellement ou collectivement, en apportant de l'aide à une association.

**La Fondation d'Entreprise Eiffage** soutient une vingtaine de projets par an oeuvrant en faveur de l'insertion professionnelle des personnes en difficulté quel que soit le handicap rencontré (physique, difficulté d'accès à l'emploi, milieu défavorisé, etc...).

**Castorama** développe des projets solidaires (amélioration du cadre de vie dans les communautés locales, transmission du savoir-faire) à travers 130 actions réalisées en 2013 mobilisant près de 1400 collaborateurs.

Plusieurs entreprises du **Groupe BPCE** organisent la semaine de la solidarité. Des centaines de salariés participent ainsi aux actions d'une association de leur choix pendant une journée par an. Des découvertes qui se sont poursuivies parfois par un investissement dans certaines associations.

- ***Encourager l'implication des retraités ou futurs retraités***

Les futurs retraités peuvent également apporter de nombreuses compétences au service des jeunes en misant sur les liens intergénérationnels et la transmission des savoirs. La mise à disposition de collaborateurs futurs retraités au service des associations, notamment celles en charge de l'accompagnement des jeunes, est efficace.

**Orange** va concentrer ses efforts sur le développement du mécénat de compétences auprès des salariés éligibles à un dispositif « Temps Partiel Sénior ».

En 2014, **AXA** s'engage à proposer à ses collaborateurs en transition activité/retraite d'effectuer une mise à disposition à temps partiel au sein d'une association, sous forme de mécénat de compétences, les mois qui précèdent le départ en retraite. L'accord « transition activité retraite » serait renégocié en ce sens. Les collaborateurs retraités ont une plus grande disponibilité que ceux en activité et ils peuvent transmettre des valeurs et du savoir-faire, notamment à l'égard des plus jeunes.

Lors de la prochaine Assemblée générale des anciens collaborateurs, **L'Oréal** s'engage à présenter à tous les retraités présents les différents partenariats engagés par l'entreprise auprès du monde associatif et de faire appel aux volontaires pour partager leurs expériences ou accompagner des jeunes lors de leurs parcours.

**La Fondation d'Entreprise Eiffage** souhaite reconnaître et favoriser l'engagement citoyen des salariés et retraités du Groupe. Elle soutient en priorité des projets dans lesquels ils sont impliqués bénévolement.

**GDF Suez** a élaboré un partenariat avec différentes associations pour permettre à des salariés, en fin d'activité d'effectuer une transition professionnelle harmonieuse en s'investissant dans des activités de bénévolat qui pourront se poursuivre une fois en retraite.

Trois ans avant leur départ en retraite, dans le cadre d'une convention de mécénat de compétences, les futurs retraités du **Groupe BPCE** peuvent travailler à temps partiel pour une association. Ce dispositif prévu dans l'accord GPEC Groupe est déclinable dans toutes les entreprises.

## ■ Développer la culture entrepreneuriale chez les jeunes

Les entreprises dressent un constat de désamour persistant entre les mondes de l'éducation et de l'entreprise, auquel il convient de remédier afin d'attirer les jeunes vers l'entreprise et de développer leur capacité créatrice.

Les entreprises engagées sur ce thème se mobilisent pour favoriser une dynamique de compréhension mutuelle plus forte au travers de la multiplication d'actions locales.

### Une sensibilisation forte aux enjeux de l'entreprise

Les **actions de sensibilisation** mises en œuvre par les entreprises sont nombreuses et multiformes :

- des concours :
  - « Course en cours » (exemple : conception d'une mini-formule 1),
  - « Entreprendre pour apprendre »,
  - Trophées de la performance,
  - Concours interne à l'entreprise ;
- des opérations portes ouvertes ;
- des opérations de découverte des métiers (par exemple « un jour, un métier ») ou des actions dans le cadre de l'option découverte professionnelle (DP) en classe de 3<sup>e</sup> ;
- des études de cas pour des écoles d'ingénieurs ;
- des actions envers les professeurs :
  - stages pour professeurs de l'enseignement technique ;
  - stages pour personnel de direction ;
  - supports pédagogiques ;
- des actions auprès des conseillers d'orientation ;
- des partenariats avec les rectorats des académies de l'Education nationale pour créer du lien (chartes de qualité avec les rectorats, accueil de classes sur sites, stages pour enseignants, entretiens Louis Le Grand...), pour l'élaboration d'une plaquette sur les métiers de l'entreprise avec l'ONISEP... ;
- la participation au programme IPE – Ingénieurs pour l'Ecole ;
- des partenariats avec des écoles et des juniors entreprises pour développer la capacité de création des jeunes ;
- l'implication d'ingénieurs et de managers dans les CA des écoles d'ingénieurs mais aussi des GRETA (groupement d'établissements publics d'enseignement).

## Des engagements de progrès pour une compréhension renforcée sur l'entreprise

### – Accroître la part de jeunes accueillis en stages de découverte

Les entreprises poursuivent les stages de découverte qui permettent à des jeunes, souvent collégiens, de connaître les métiers de l'entreprise. Dans le cadre des travaux pour « Encourager l'accompagnement des jeunes par les collaborateurs », les entreprises ont travaillé sur cette thématique (voir « *Première découverte de l'entreprise* » page 24).

### – Développer les opérations de sensibilisation aux métiers (« Ma Caméra chez les Pros »)

Parmi les initiatives destinées à mieux faire connaître les métiers de l'entreprise à des collégiens en classe de 3<sup>e</sup>, le programme « Ma Caméra chez les Pros » a pour objectif de faire réaliser à des jeunes un court-métrage sur un métier. Avec sa classe, le jeune équipé d'une caméra découvre, avec l'appui d'un journaliste, les coulisses d'une entreprise de sa région.

#### – Action collective

L'Afep a organisé une réunion de présentation de l'initiative « Ma caméra chez les pros » pour les entreprises intéressées.

#### – Actions des entreprises

**Sanofi** s'est lancé en 2012 dans ce programme et augmente chaque année le nombre de sites participants. Un site tertiaire (2012), deux sites industriels (2013) et en 2014, quatre sites (tertiaire, industriels et R&D).

**Safran** poursuit son partenariat avec le programme « Ma Caméra chez les Pros ».

**GDF Suez** a établi un partenariat avec l'association « Ma Camera chez les Pros » qui permet à des jeunes de collège, en classe de troisième, d'approcher les métiers de l'entreprise en filmant des salarié(e)s dans l'exercice de leur métier. Afin d'encourager cette connaissance des métiers techniques, le Groupe développe auprès du corps enseignant des collèges des kits pédagogiques spécifiques « J'apprends l'énergie » à destination des collégiens.

**Kingfisher (Castorama et Brico Dépôt)** veut poursuivre ses actions de découverte métiers. Une présentation de l'entreprise spécifique à un public « jeunes » dans les écoles est déjà réalisée et des visites de magasins existent pour faire découvrir l'entreprise et ses métiers. Dans le cadre de « Jeunes et Entreprises », Brico Dépôt s'est lancé dans le programme « Ma caméra chez les pros » en 2013 et va davantage communiquer sur les métiers et les compétences recherchées (site internet, écoles, réseaux sociaux...).

**Veolia Eau et Veolia Propreté** ont déjà mobilisé le programme « Ma Caméra chez les Pros » sur les sites d'Aubervilliers et de Rieux le Pape pour découvrir les métiers de l'eau et de la propreté. A nouveau à partir de 2014, et pour trois années successives, **Veolia Environnement** fera appel aux collégiens d'Aubervilliers pour suivre et filmer la création emblématique de son futur siège à Aubervilliers. L'objectif est de leur faire découvrir les différents métiers qui vont se succéder sur ce grand chantier, qui vont du gros œuvre aux métiers d'architecte et de décoration d'intérieur, jusqu'aux métiers finaux des salariés du siège lors de l'emménagement prévu fin 2016. Les différentes vidéos seront postées sur le site intranet dédié aux salariés des sièges VE.

**Thales** va créer un kit de communication destiné à faire connaître aux parents des jeunes collégiens et lycéens les métiers du Groupe.

**Veolia** a réalisé, avec l'ONISEP, un cahier pédagogique dédié à son organisation et ses métiers, à destination des enseignants des collèges qui animent, en classe de 3<sup>e</sup>, un module découverte de l'entreprise.

**GDF Suez** a ouvert, le 12 octobre 2013, les portes de 40 sites au public, partout en France, afin de faire connaître ses besoins de compétences sur des métiers techniques : techniciens chauffage, ventilation, climatisation (CVC), techniciens d'intervention et d'exploitation, électromécaniciens/électrotechniciens, ingénieurs, chefs de chantiers, chargés d'affaires, soudeurs/tuyauteurs.

#### – Favoriser la création par les jeunes

**Sanofi** (Merial) poursuit son engagement dans le programme « Campus Création » (Fondation scientifique de Lyon & Lyon Université) visant à soutenir des projets d'entrepreneuriat portés par des étudiants et jeunes diplômés de Rhône-Alpes.

**Veolia** via sa Fondation poursuit son partenariat avec l'Adie et s'est engagé à soutenir pendant trois ans le programme de coaching Créajeunes destiné à des jeunes issus de quartiers sensibles qui souhaitent créer leur entreprise. 100 jeunes seront ainsi accompagnés sur Nanterre et le département de la Seine-Saint-Denis avec la participation de collaborateurs volontaires, impliqués en tant que membres de jurys ou tuteurs.

Dans le cadre de ses actions de mécénat de solidarité, **Safran** est partenaire depuis 2011 de « Talents des Cités », opération créée grâce à l'initiative du Sénat et du ministère de la Ville. Le concours récompense les hommes et les femmes qui créent leur entreprise et contribuent au développement économique comme à la création d'emplois dans les quartiers prioritaires de la politique de la Ville

En partenariat avec la Fondation Garches, l'Ecole Centrale de Lyon, l'Université Léonard de Vinci, et l'école de design Strate Collège, la Fondation d'entreprise Safran pour l'Insertion a été à l'initiative et conduit le projet SHIFT qui a pour dessein de développer deux plateformes de fauteuils roulants innovants et low cost. Ces partenariats s'appuient aussi sur l'expertise interne d'ingénieurs Safran. L'objectif, d'ici à 2014, est de produire deux prototypes.

#### – Augmenter la capacité d'accueil d'enseignants / renforcer la relation avec les académies

**Renault** est mobilisé pour accueillir des enseignants et va reprendre en 2014 la mise en place de « stages CERPET » (Centre d'études et de ressources pour l'enseignement technique) et maintenir, malgré la diminution des provideurs volontaires, le « programme PERDIR » (stages pour les personnels de direction de l'Education Nationale). Le groupe va par ailleurs poursuivre le travail partenarial avec l'Académie de Versailles pour contribuer à faire découvrir les métiers de l'automobile aux élèves des collèges et lycées.

**Air Liquide** va renforcer son action vis-à-vis de l'Education nationale en augmentant la capacité d'accueil d'enseignants. Le groupe va mettre en place des stages d'accueil dans des académies de province.

**Solvay** est partenaire depuis 2013 de la Fondation Croissance Responsable. Ce partenariat prend la forme d'accueil d'enseignants de collège au sein du Groupe sous forme de stages. L'objectif est que les enseignants puissent appréhender le fonctionnement interne d'une entreprise, l'organisation, les métiers et les compétences requises, au-delà des diplômes, ceci afin de pouvoir ensuite mieux guider et accompagner leurs élèves dans la construction de leur projet et leur orientation.

**Sanofi** a développé en 2014, et depuis quatre ans, sur les sites, et notamment dans le cadre de la semaine de l'industrie qui a lieu en avril, les portes ouvertes et rencontres des dirigeants avec les étudiants des écoles supérieures et les enseignants. En 2014, 14 des 26 sites industriels en France ont organisé des visites pour faire découvrir aux jeunes (collégiens, lycéens, étudiants) et au grand public riverain de ses sites, ses installations et ses métiers industriels et leur faire prendre conscience des enjeux industriels de Sanofi en France, et de la contribution de son réseau industriel à l'économie et à la compétitivité de la France, mais surtout à la santé et à la sécurité des patients. Certains collaborateurs sont également intervenus dans des écoles et universités pour des conférences ou des forums étudiants.

**L'Oréal** accueille régulièrement des enseignants au sein de ses équipes pour leur faire découvrir les problématiques de l'entreprise.

## **Renforcer les relations avec l'Education nationale : les rencontres Académies/Entreprises**

Les entreprises souhaitent que les échanges avec l'Education nationale soient renforcés et améliorés. Les entreprises plébiscitent l'échelon local, c'est-à-dire celui des académies pour avoir une discussion concrète et opérationnelle. Au-delà des initiatives nationales lancées sur le sujet, qui contribuent à ce rapprochement, des rencontres Académies / Entreprises pourraient être lancées à moyen terme. Ces rencontres auraient pour objectif d'échanger sur les voies de succès et les pistes d'amélioration dans la relation entreprises / Education nationale.

## Des chantiers à poursuivre

### ■ Ouvrir des perspectives aux jeunes sans qualification

L'accompagnement des jeunes sans qualification nécessite un travail de fond que les entreprises ne sont pas toujours en mesure de mener, même si plusieurs d'entre elles l'ont initié<sup>5</sup>. La mise en œuvre d'actions partenariales est une voie qui permet de concilier le souhait d'engagement des entreprises en faveur des publics jeunes très éloignés de l'emploi et l'objective difficulté d'insertion de ces derniers.

- Pour identifier les clés de succès pour l'insertion des jeunes l'Afep a engagé une démarche partenariale avec la DGEFP, pilote de l'initiative « Tous Gagnants », guide de présentation des dispositifs d'insertion et des bonnes pratiques emblématiques des entreprises. Cette démarche vise à valoriser des initiatives en matière d'insertion développées par d'autres entreprises.
- L'Afep a été partenaire du Salon Jeunes d'Avenirs organisé par le groupe AEF à La Villette les 29 et 30 novembre 2013 pour les jeunes de 16 à 25 ans peu ou pas qualifiés et a pu, dans ce cadre, organiser la présentation du Salon aux entreprises de l'Afep et diffuser les possibilités de déposer des offres d'emploi directement sur la plateforme dédiée du Salon.
- La « Chaîne du OUI », déployée actuellement par le groupe **Adecco** avec les entreprises et les partenaires locaux en régions, s'inscrit dans la perspective du déploiement d'actions concrètes en faveur des jeunes éloignés de l'emploi.
- Au travers de leurs engagements (nouveaux ou renforcés dans le cadre des associations existantes telles que Nos quartiers ont des talents, Proximité, Passeport Avenir, l'Institut Télémaque...) les entreprises sont mobilisées pour aider les jeunes de quartiers modestes ou défavorisés à construire un parcours de réussite scolaire et sociale, en particulier en favorisant le parrainage d'actions concrètes par leurs salariés.

Une mobilisation, au travers d'actions locales entre grands groupes ou avec des PME, pour développer des opérations d'insertion directe dans l'entreprise de jeunes très éloignés de l'emploi pourrait être renforcée.

---

<sup>5</sup> - **Renault**, engagé depuis 1992 dans une démarche d'insertion en collaboration avec la DGEFP qui a permis d'accueillir plus de 3850 jeunes, a signé en février 2014 un avenant prolongeant de 4 ans l'accord en faveur de l'insertion des jeunes sans qualification. 800 jeunes seront accueillis en contrat d'apprentissage ou de professionnalisation d'ici à 2016 et le nombre de sites concernés augmentera.

- **Société Générale** avec l'opération « Coup de Pouce pour l'insertion » vise à l'insertion professionnelle durable de jeunes peu qualifiés, principalement issus des quartiers prioritaires. L'originalité de ce programme est de proposer en amont du recrutement en contrat de professionnalisation, des modules de formation permettant de rétablir l'égalité des chances sans abaisser le niveau des compétences exigées par l'entreprise. Ainsi, depuis 2009, la réussite du programme est réelle avec près de 140 jeunes ayant pu intégrer Société Générale en contrat de professionnalisation et 76 % des contrats ayant été transformés en CDI en 2013.

- Le réseau des CREPI, avec le soutien d'**Eiffage**, organise annuellement une journée de mobilisation « L'odyssée des CREPI vers l'emploi » s'inscrivant dans le cadre de la politique de la ville. Près de 400 représentants d'entreprise viennent à la rencontre de personnes en recherche d'emploi. Depuis 2010, plus de 1 000 solutions emploi ont été concrétisées.

## ■ Ouvrir et mettre en réseau les écoles de formation d'entreprise

L'ouverture et la mise en réseau des écoles de formations des entreprises pourraient constituer, au niveau des territoires d'implantation, une voie pour mobiliser tous les acteurs (entreprises, région, académie) sur les besoins de compétences des grandes entreprises et adapter l'offre de formation des écoles intégrées aux entreprises.

La méthode déjà mise en œuvre par **Michelin**<sup>6</sup> dans sa région avec son école est proposée à d'autres structures pour généraliser cette expérience. La méthode adoptée par Michelin vise à ouvrir l'école d'entreprise et, par stratégie partenariale avec les entreprises les plus importantes ou représentatives de la région et l'Education Nationale, à répondre à un besoin d'enrichissement du volet « formation professionnelle ». Des leviers d'actions sont définis, tels que la mise en place de stratégies fortes au sein des filières industrielles et l'amélioration de l'offre de formation pour qu'elle soit mieux tournée vers l'emploi et l'avenir, et ainsi plus adaptée aux caractéristiques du marché du travail.

Les enjeux de recrutement des autres entreprises de la région sont également pris en compte pour adapter si nécessaire le programme de l'Ecole à ces besoins. Est également recherchée avec ce réseau d'entreprises, la mise en visibilité des opportunités de recrutement offertes par les formations dispensées dans l'Ecole du groupe. Ce faisant, l'accompagnement des élèves au-delà du diplôme jusqu'à leur premier emploi est renforcé.

Cette démarche expérimentale et innovante pourrait être développée. Les possibilités d'essaimage sont en cours de recherche.

\*

---

<sup>6</sup> D'autres initiatives d'écoles « métier » se développent. Voir l'école de vente l'Oréal (page 17) ou encore L'école « sans murs » de **Carrefour** qui permet à des candidats peu ou pas diplômés de bénéficier d'un contrat de professionnalisation sur 6 mois en CDD sur des postes d'employé(e) commercial(e) ou d'hôte(sse) de caisse. Ce contrat comprend une formation théorique assurée par les formateurs Carrefour, en magasin. A l'issue de ce CDD, les candidats obtiennent leur Certificat de Qualification Professionnelle (CQP) « Employé de commerce » reconnu dans la grande distribution.



Paris, le 11 mars 2014

**Plusieurs entreprises de l'Afep (Association française des entreprises privées) et l'Université Aix Marseille s'engagent ensemble pour l'insertion professionnelle des étudiants universitaires de Master 2. Une rencontre est organisée le 11 mars 2014 à 9h30 et 14h30 sur le campus de l'Université Aix Marseille pour engager la première phase du programme d'accompagnement « *Booster : des talents universitaires pour l'entreprise* » développé avec AIR LIQUIDE, BNP PARIBAS, GROUPE BPCE, CAPGEMINI, GDF SUEZ, MANPOWER, SANOFI, SCOR. D'autres universités sont impliquées dans la phase pilote.**

Dans le cadre de l'initiative « Jeunes & Entreprises » lancée par l'Afep en mars 2013, CAPGEMINI et MANPOWER ont travaillé à la mise en place d'un programme d'accompagnement à destination des jeunes diplômés pour répondre à des enjeux économiques et notamment aux pénuries de main d'œuvre qualifiée dans certaines filières professionnelles. Il s'agit également, partant du constat de la difficulté pour certains jeunes de trouver des débouchés professionnels malgré un bon niveau de formation générale ou de qualification, d'impulser une nouvelle dynamique afin de développer des collaborations innovantes entre les milieux industriels et celui de l'enseignement supérieur.

Il est proposé à des étudiants d'intégrer un programme d'accompagnement destiné à favoriser leur insertion professionnelle. Les principes structurants du programme « *Booster : des talents universitaires pour l'entreprise* » sont les suivants :

- déployer une campagne d'information et de sensibilisation des étudiants : réseaux étudiants, campagne de communication digitale, mobilisation des prescripteurs...
- identifier les étudiants de toutes les filières de formation de l'Université (LSH en particulier) intéressés par le programme d'accompagnement
- proposer un parcours de préparation à l'intégration dans l'entreprise : transmettre les codes de l'entreprise grâce à un accompagnement organisé par les entreprises
- participer au processus de recrutement des entreprises engagées : entretiens de recrutement.

Cette initiative est conduite sous le patronage de la ministre de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche.

La phase pilote sera menée en 2014 en partenariat avec les Universités Aix-Marseille, Paris Est Créteil, Pierre et Marie Curie et Sorbonne Nouvelle permettant d'impliquer une centaine d'étudiants. Des rencontres seront organisées au sein de ces Universités.

Un bilan sera réalisé à l'issue de la phase pilote, pour confirmer le déploiement de ce programme à plus grande envergure et atteindre, en 2015, 1000 étudiants mobilisés.

Contact presse : Carina Alfonso Martin, 06 74 53 55 26 - c.alfonsomartin@afep.com



www.afep.com